

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN
CURSO DE DESIGN

TRÍPLICE HÉLICE

Uma Visão Sobre o Agreste Pernambucano

Aluno: PEDRO FELIPE BEZERRA DA SILVA
Orientadora: profa. GLENDA GOMES CABRAL

Caruaru, 2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN
CURSO DE DESIGN

TRÍPLICE HÉLICE

Uma Visão Sobre o Agreste Pernambucano

PEDRO FELIPE BEZERRA DA SILVA

Esta monografia foi realizada e apresentada como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em design, no curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, tendo sido desenvolvida sob a orientação da professora Glenda Gomes Cabral.

Caruaru, 2016

Catálogo na fonte:
Bibliotecária - Simone Xavier CRB/4-1242

S586t Silva, Pedro Felipe Bezerra da.
Tríplice hélice: uma visão sobre o Agreste pernambucano. / Pedro Felipe Bezerra da
Silva. - 2016.
84f. ; 30 cm.

Orientadora: Glenda Gomes Cabral
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de
Pernambuco, CAA, Design, 2016.
Inclui referências bibliográficas

1. Colaboração acadêmico-industrial – Agreste (PE). 2. Design. 3. Inovação. 4.
Conhecimento. 5. Desenvolvimento regional. I. Cabral, Glenda Gomes. (Orientadora). II.
Título.

740 CDD (23. ed.)

UFPE (CAA 2016-038)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN
CURSO DE DESIGN

PARECER DE COMISSÃO EXAMINADORA DE DEFESA DE PROJETO DE GRADUAÇÃO
EM DESIGN

PEDRO FELIPE BEZERRA DA SILVA

“TRÍPLICE HÉLICE: Uma visão sobre o Agreste Pernambucano”

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o(a) aluno(a) PEDRO FELIPE BEZERRA DA SILVA.

APROVADO(A)

Caruaru, 26 de janeiro de 2016.

Prof^a. Orientadora Glenda Gomes Cabral

Prof^a. Luciana Lopes Freire

Valdir Oliveira (presidente da CDL)

Dedicatória

Ao meu tio José Romildo Beserra
In memoriam.

Agradecimentos

Primeiramente a Deus pela oportunidade e dom da vida.

Aos familiares e amigos.

A todos os meus professores, mestres, mentores que muito contribuíram na construção da minha jornada e que, na figura de Glenda Gomes Cabral expresso os meus mais sinceros agradecimentos a todos.

Aos toyoteiros, caroneiros, seguranças, zeladores, as plantas e animais do campus, meu muito obrigado!

Resumo

Atualmente os pesquisadores e a sociedade, em geral, discutem seus papéis dentro do contexto da inovação. Nesse meio, a universidade, o governo e as empresas privadas, são chamadas a contribuir de modo complementar para o sucesso de empreendimentos que visem alcançar resultados, não apenas teórico-inovadores, mas aplicáveis na prática.

Para tanto, este trabalho tem como objetivo propor recomendações passíveis de aplicação do modelo de inovação Tríplice Hélice, na prática no Agreste pernambucano, com base nas proposições teóricas encontradas no estudo de casos múltiplos: empresa Rota do Mar e o do Armazém da Criatividade.

Assim, a pesquisa demonstrou que o modelo da TH, quando bem compreendido e aplicado, pode gerar soluções com maior grau de inovação, tornando-se porta para o design e o desenvolvimento da região.

Palavras-chave: Design, Tríplice Hélice, Indústria, Governo, Universidade, Polo, Agreste, Desenvolvimento, Conhecimento, Inovação.

Epígrafe

“A esperança move o mundo, mas só a atitude o transforma.”

Pedro Felipe B. Silva.

LISTA DE IMAGENS

Figura 1 – Tríplice Hélice.

Figura 2 – Modelo de inovação da TH

Figura 3 – Tipos de organização.

Figura 4 – Gráfico roteiro.

Figura 5 – Gráfico linha do tempo polo de confecções do agreste.

Figura 6 – Tradicional feira de mangaio, Avenida Padre Zuzinha

Figura 7 – Pedro Diniz, Manoel Caboclo e Dedé Moraes.

Figura 8 – Bal e Pedro Neves, as primeiras viagens com mercadoria.

Figura 9 – Dona Mãezinha Félix, pioneira na fabricação de cobertas.

Figura 11 – Início da feira da sulanca, Rua Nova.

Figura 12 – Fabrico de Fátima Mestre.

Figura 13 – Fabricos, Vila de Poço Fundo.

Figura 14 – Feira da sulanca, Sta. Cruz do Cap.-PE, década de 1990.

Figura 15 – Feira da sulanca, Caruaru.-PE, décadas de 2000 e 1990.

Figura 16 – Polo Comercial de Caruaru, década de 2000.

Figura 17 – Parque de feiras de Toritama, década de 2000.

Figura 18 – Moda Center Santa Cruz, Sta Cruz do Cap.-PE, 2015.

Figura 19 – Modelos de surgimento de empreendimentos.

Figura 20 – Caminhos para a inovação.

Figura 22 – Origem da empresa Rota do Mar.

Figura 23 – Ações de marketing.

Figura 21 – Evolução da marca.

Figura 24 – Apoio aos esportes.

Figura 25 – Projeto social.

Figura 26 – Biblioteca do conhecimento.

Figura 27 – Gráfico da relação dos municípios empreendedores.

Figura 28 – Gráfico de relação com a TH/Rota do Mar.

Figura 29 – Entrada Armazém da Criatividade.

Figura 30 – Vista geral.

Figura 31 – Gráfico de relação com a TH/Armazém da Criatividade.

Figura 32 – Gráfico processo de atuação/Armazém da Criatividade.

Figura 33 – Gráfico processo de atuação/SEA.

Sumário

1 - Introdução.....	10
Problema prático.....	12
Problema de pesquisa.....	12
Pergunta da pesquisa	13
Objetivo geral.....	13
Objetivos específicos	13
Objeto de estudo teórico	14
Objeto de estudo prático	14
Justificativa	14
Metodologia geral	17
Parte 2 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2 - Tríplice Hélice	18
2.1 O modelo de inovação baseado na TH	19
2.2 - Os três Pilares Institucionais da TH	21
2.2.1 Governo	21
2.2.2 Empresa Privada	26
2.2.3 Universidades	30
Parte 3 – EXECUÇÃO DA PESQUISA	34
3 – Metodologia da pesquisa	34
3.1 Método de Triangulação de Dados	34
3.2 Estudo de Caso.....	36
4 – Estudos de caso	37
4.1 O Caso da Rota do Mar.....	55
4.1.2 Apresentação da empresa.....	55
4.1.3 A TH na Rota do Mar	61
4.2 O Caso do Armazém da Criatividade	66
4.2.1 Apresentação do Armazém da Criatividade.....	66
4.2.3 A TH no Armazém da Criatividade.....	69
5 – TH no Agreste Pernambucano:	72
5.1 Pontos positivos e pontos a melhorar	72
5.2 Oportunidades para o setor com a contribuição do Design	72
Conclusão.....	75
Referências	77
Fontes orais.....	81
Imagens	81

1 - Introdução

O processo industrial no Brasil teve seu início no final do século XIX, tendo seu pilar no eixo Rio e São Paulo. Naquele momento, as indústrias que moviam a economia, além do café, eram as fábricas de tecidos, calçados e comércios de produções artesanais e serviços simples. Um dos fundamentais elementos para a industrialização brasileira foi a aplicação de capitais gerados na produção de café para a indústria, a contribuição dos estrangeiros nas fábricas, como alemães, italianos e espanhóis. (FREITAS, *et al.*, 2015).

Entre 1930 e 1945 o presidente Getúlio Vargas possibilitou ao setor algumas melhorias, isso garantiu a efetivação da indústria no país e foi nesse período que a economia teve um grande salto segundo Sua Pesquisa (2015). A criação de leis específicas, regulamentação do mercado de trabalho, investimentos na infra estrutura, entre outros. Foram esses os principais fatores que contribuíram para construção de uma base mais sólida para a indústria nacional.

Até os dias atuais, a indústria brasileira passou por diferentes momentos com altos e baixos. Porém, diante das evidências observadas em sua trajetória, a inovação tem sido o combustível essencial para seu desenvolvimento. A importância da inovação tecnológica – de produto ou de processo – para a competitividade é inquestionável (FERRAZ, KUPFER, HAGUENAUER, *et al.*, 2015). E nesse contexto, torna-se uma potencial entrada para a atuação do design. Contudo, não tem sido fácil para as indústrias brasileiras inovarem e na região do polo de confecções do Estado de Pernambuco não é diferente. Seis em cada dez líderes empresariais que comandam negócios inovadores consideram que o grau de inovação no Brasil deixa a desejar segundo a Confederação Nacional da Indústria (2015). Pesquisa realizada pela CNI entre líderes de companhias que realizam projetos inovadores. Na tentativa de minimizar esse problema, alguns pesquisadores, empresários e/ou políticos, entre tantas transformações na busca de desenvolvimento e progresso, propõem que a indústria estabeleça relações de intercâmbio com o Governo e Universidades como

forma de criar alianças e parcerias onde cada instituição possui seu papel e responsabilidade com a inovação. (ETZKOWITZ, *et al.*, 2015).

Ainda segundo Etzkowitz, *et al.*, (2015), a interação¹ entre essas instituições é a chave para a inovação e o crescimento em uma economia baseada no conhecimento. Além do que, essas relações permitem ganhos para as três instituições, tornando-as cada vez mais fortes em meio a essas conexões e através do alcance de seus objetivos específicos.

Reforçando a ideia, o autor ainda afirma que os papéis científicos estão em fluxo com a eliminação das claras linhas divisórias entre ciência e negócios. Ou seja, as universidades passaram a adotar uma postura empreendedora também no intuito de dialogar por meio de uma linguagem mais próxima a da indústria, tendo assim uma atitude mais dinâmica para atender ao mercado, possibilitando gerar um maior poder de inovação oriundo dessa junção.

Contudo, sabe-se que os objetivos dessas duas instituições são, em princípio, bem diferentes: as indústrias focam na lucratividade e as Universidades em desenvolver conhecimento científico de qualidade e o Governo pelos interesses políticos e de riqueza para União. Assim, unem-se e ajustam-se ao *modus operandi* e ao tempo umas das outras em prol da inovação, condição em que as três ganham. Entretanto, isso não quer dizer que esta situação seja uma tarefa fácil ou sempre exitosa.

Ainda sobre o Governo, complementando a “engrenagem”, une-se as outras duas instituições igualmente como peça fundamental para fortalecer essa aliança em prol da inovação. Neste caso, seus interesses são os mais diversos, todavia, é importante ressaltar que uma das formas de se medir a riqueza de um país é verificando sua capacidade empreendedora e inovadora, com ganhos de patentes e exportações de produtos, matérias primas ou máquinas de seu monopólio mesmo que temporário.

¹ Sabe-se que aqui no Brasil e, principalmente com as Universidade públicas, sucateadas, principalmente em alguns cursos, e sem muito poder de ação sem o apoio de verba privada, pouco se consegue para ampliar estudos inovadores. De outro lado, a cultura organizacional de empresas privadas brasileiras também não ajuda nessa junção, pois, muitas vezes por passar por experiências não muito positivas com o trabalho junto às Universidades (às vezes pelo ego de que está à frente das pesquisas, às vezes pela carência de softwares ou máquinas de testes e laboratórios bem equipados, além do tempo que se investem pesquisas e mais pesquisas), desistem e resistem a voltar ou iniciar novas parcerias. Por tudo isso é interessante e necessário o incentivo e apoio do governo.

Para o Governo, ter sua verba investida em Universidades (públicas ou privadas) do país e alianças dessas com indústrias locais, tanto econômica como social, é uma estratégia benéfica, pois a geração de emprego e renda, de conhecimentos científicos e novas possibilidades para seu futuro e de seu povo, faz como que ele ganhe direta ou indiretamente com isso.

Logo, a existência dessa interação entre as três instituições promove a Tríplice Hélice ou TH, e, nesse modelo de inovação, cada um dos três envolvidos passa a adotar um pouco da postura do outro, sem perder sua real identidade de ação, mas permitindo um diálogo produtivo (ETZKOWITZ, *et al.*, 2015).

Assim, nesse estudo busca-se conhecer melhor a ação que relaciona os três pilares, quais sejam: a indústria, universidade e governo, e como essa relação é capaz de gerar uma inovação consistente, tomando como base o modelo da TH² (Tríplice Hélice). Para tanto, o trabalho partirá da comparação de estudos de caso na região do Agreste pernambucano, analisando 02 modelos mercadológicos distintos, sendo 01 conformado ao modelo TH e 01 não.

Com base nesse comparativo entre os mesmos, será possível identificar pontos positivos e negativos desse modelo para os três pilares, além de informações detalhadas que servirão de auxílio para planejamento no futuro.

Problema prático

Algumas regiões tem seu desenvolvimento inovador comprometido pela burocracia e o desentendimento entre as instituições supracitadas.

Problema de pesquisa

Existe um *déficit* de conhecimento e esforço nas práticas que melhorem e otimizem a relações dessas três instituições, Gov., Ind., Uni., contribuindo para a inovação.

² Em alguns momentos do trabalho, a Tríplice Hélice será chamada apenas pela sigla TH.

Pergunta da pesquisa

Quais os principais entraves para a melhoria e fortalecimento da relação entre as três instituições Gov., Ind., Uni., que dificulta o desenvolvimento da inovação?

Objetivo geral

Propor recomendações passíveis de aplicação da TH na prática no Agreste pernambucano com base nas proposições teóricas encontradas no estudo de casos múltiplos: empresa Rota do Mar e o do Armazém da Criatividade, ambos situados no Agreste pernambucano.

Objetivos específicos

- Descrever a teoria da tríplice Hélice a fundo para que seja possível a identificação de sua utilização nos dois estudos de caso.
- Apontar as características da participação de cada instituição proposta na TH nos três estudos de caso sugeridos, identificando suas singularidades no alcance da inovação.
- Comparar as semelhanças e divergências encontradas nos casos estudados quanto à inovação e sua correlação com a teoria da tríplice hélice.
- Discutir quais são os principais entraves e facilidades à aplicação da tríplice hélice nos estudos de caso aqui investigados: a empresa Rota do Mar e o do Armazém da Criatividade, ambos situados no Agreste pernambucano.

Objeto de estudo teórico

Tríplice Hélice.

Objeto de estudo prático

Rota do Mar e Armazém da Criatividade do Agreste pernambucano.

Justificativa

Este estudo se motiva no fato do próprio autor fazer parte da região que está servindo de berço para a pesquisa, o Agreste pernambucano, e, com isso, trazer contribuições para a sua localidade e a sociedade em geral. Assim, acredita-se que, com esta pesquisa, possa-se colaborar a partir do fornecimento de dados para as duas organizações escolhidas como estudo de caso, visando encontrar meios que contribuam para o desenvolvimento da inovação nelas a partir da implementação e harmonização das três hélices abordadas.

Apesar de pouco se falar neste estudo sobre o design, ele também foi o “fio condutor” para a pesquisa, uma vez em que, o próprio autor é um dos estudantes do bacharelado em Design da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, e seu interesse primordial é proporcionar a inovação pelo design, além de auxiliar professores e alunos a atuarem com o mercado ainda no decorrer de suas vidas acadêmicas, colocando e testando na prática o que os autores dizem na teoria. Acredita-se que, desse modo, a formação dos designers ficará mais completa e fortalecida e, quanto aos professores, melhor capacitados a falar de algo que sabem realmente (teoria e na prática) como funciona.

Além disso, sabe-se que a inovação é uma das principais, e às vezes a única, de entrada do design em empresas privadas ou não. Trabalhar pela inovação no país, independente em qual âmbito e/ou área, é fortalecer o movimento do design no Brasil.

Quanto à escolha desse tema, mais especificamente a TH, ocorreu pela curiosidade na busca por soluções e respostas que objetivem solucionar especialmente formas de gerar mais inovação, independente da área, contudo, aqui será focada indiretamente a área do design como dito acima. Assim, identificando no modelo da Tríplice Hélice (junção do Governo, Universidades e Empresas privadas para criar inovação), suas possíveis contribuições, grau de alcance e impactos para a geração de inovação em uma determinada região.

Na área da saúde, por exemplo, é comum vermos noticiados casos de descobertas e inovações em universidades que podem ser aplicadas imediatamente na indústria farmacêutica e, uma considerável parcela da pesquisa, ter sido financiada pelo próprio Governo. Ou seja, a junção dos três pilares da Tríplice Hélice, neste exemplo, pode trazer à população um medicamento novo, porém, mais acessível financeiramente do que um outro de fórmula semelhante mas que seja importado tenha sobre seu preço, todos os encargos tributários, além da patente e outros elementos.

A TH é um modelo que, apesar de complexo, já que cada uma das instituições inseridas no processo possui uma dinâmica, necessidades e objetivos diferentes. Quando bem sucedido, traz benefícios irrefutáveis a todos, não apenas aos três protagonistas³, mas à sociedade como um todo e, quiçá, ao país, pois um país rico, é também um país que inova. Por isso se faz tão interessante e importante conhecermos esse modelo mais a fundo, saber como ele funciona, como a “engrenagem” é formada e de que forma ela se move para que possamos replicá-la nas mais diversas áreas do conhecimento, como, por exemplo, o design, foco deste estudo.

Desta forma, esta pesquisa demonstra seus valores teóricos e práticos, sendo importância para a sociedade e, nas questões teóricas, para área de design e/ou outras que lidem com inovação, pois este estudo permite compreender melhor tal modelo

³ Grifo nosso.

tanto para a Universidade, bem como para indústria e para o governo. Assim, o acesso e uso do modelo de inovação a partir da tríplice hélice vem compor uma necessidade de promover a comunicação eficiente e eficaz do design estudado e trabalhado nas Universidade junto às empresas que dele necessitam, tendo o auxílio do Governo e levando o resultado gerado pela TH a todos os indivíduos.

Tal oportunidade possibilita o fortalecimento da cadeia como um todo, para a academia - ter campo para implementar suas pesquisas, fortalecer a veia empreendedora nos seus discentes e docentes, se aproximar da indústria para compreender suas necessidades e assim desenvolver tecnologias para sua demanda

Como exemplo temos o modelo da Universidade de Oxford, no Reino Unido, tem duas peculiaridades: criou uma empresa para tratar do assunto e oferece sua expertise para universidades e empresas de vários países na forma de serviços e aconselhamento. Oxford aplicou na empresa, batizada de *Isis Innovation*, £ 2,5 milhões no ano passado. O retorno desse investimento chegou a £ 4 bilhões, na forma de royalties e venda de participação em empresas. A empresa de Oxford atua em três frentes. Uma delas é a comercialização da propriedade intelectual gerada pela universidade. (MARQUES, 2014).

Para a indústria - suprimento intelectual acadêmico direcionado, mão de obra qualificada e acesso ao governo são alguns fatores diretos, que se refletem em melhorias.

Para o governo - dados importantes para direcionar investimentos, favorecimento da comunicação com as outras duas entidades, além da possibilidade de parcerias em projetos paralelos com as mesmas.

Metodologia geral

Esta pesquisa é de natureza qualitativa, de abordagem indutiva (MARCONI e LAKATOS, 2010), ou seja, parte de da compreensão de situações localizadas e menores, para ser então ampliada em sugestões que possam ser generalizadas enquanto proposições teóricas. Complementando-a, ela é construída por meio de triangulação de dados, ou seja, a intenção deste estudo não é apontar culpados ou tomar partido por quaisquer das três instituições da TH, quais sejam: Governo, Universidade e Empresa. Ao contrário disto, a observação irá se basear no recorte da área do design, por meio de dois estudos de caso, qual proposto por Yin (2005), referências na região do Agreste Pernambucano: a Rota do Mar – indústria de confecção; e o Armazém da Criatividade – uma “perna” do Porto Digital em Caruaru.

Os métodos de procedimento que serão utilizados para solucionar o estudo em questão são o funcionalista, estruturalista e monográfico.

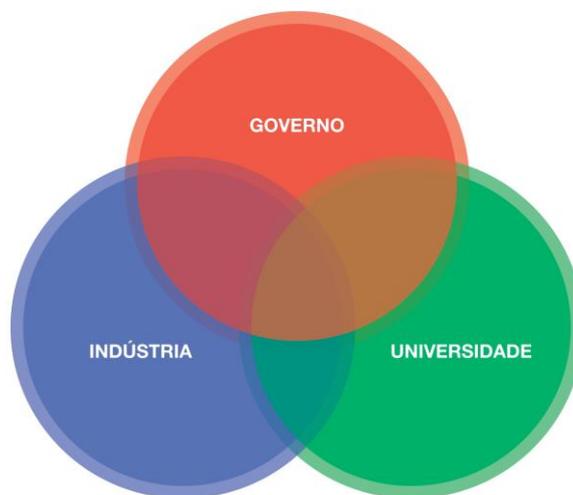
- O Funcionalista irá guiar a compreensão do autor sobre as funções de cada elemento na TH e como eles são abordados pelos casos apresentados. Assim, tem-se uma análise que, apesar de subjetiva, trará o entendimento sobre o papel de cada um no sistema como um todo.
- O método Estruturalista se apoia na possibilidade de desmembrar o todo em partes e analisar essas partes para reconstruir um todo mais coerente ou satisfatório. Dessa forma, parte-se do concreto (as instituições), para o abstrato (seus elementos e formas de atuação), voltando-se ao concreto (compreensão sobre o que cada uma pode vir a melhorar para aperfeiçoar a TH como um todo).
- Por fim o método monográfico, que se verifica no uso de casos para melhor analisar na prática como a TH pode funcionar e interferir para a inovação nesses grupos de instituições utilizados como objetos de estudo prático.

Parte 2 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2 - Tríplice Hélice

De acordo com a Triple Helix Research Group-Brasil (2014), a abordagem da Hélice Tríplice, desenvolvida por Etzkowitz, Leydesdorff, é baseada na perspectiva da universidade como indutora das relações com as empresas (setor produtivo de bens e serviços) e o governo (setor regulador e fomentador da atividade econômica), visando à produção de novos conhecimentos, a inovação tecnológica ou de processo e o desenvolvimento econômico.

Figura 1 – Tríplice Hélice



Fonte: adaptado de Etzkowitz, Leydesdorff, *et al.*, (2008).

A inovação é compreendida como resultante de um processo complexo e dinâmico de experiências nas relações entre ciência, tecnologia, pesquisa e desenvolvimento nas universidades, nas empresas e nos governos, em uma espiral de “transições sem fim” segundo a Triple Helix Research Group-Brasil (2014).

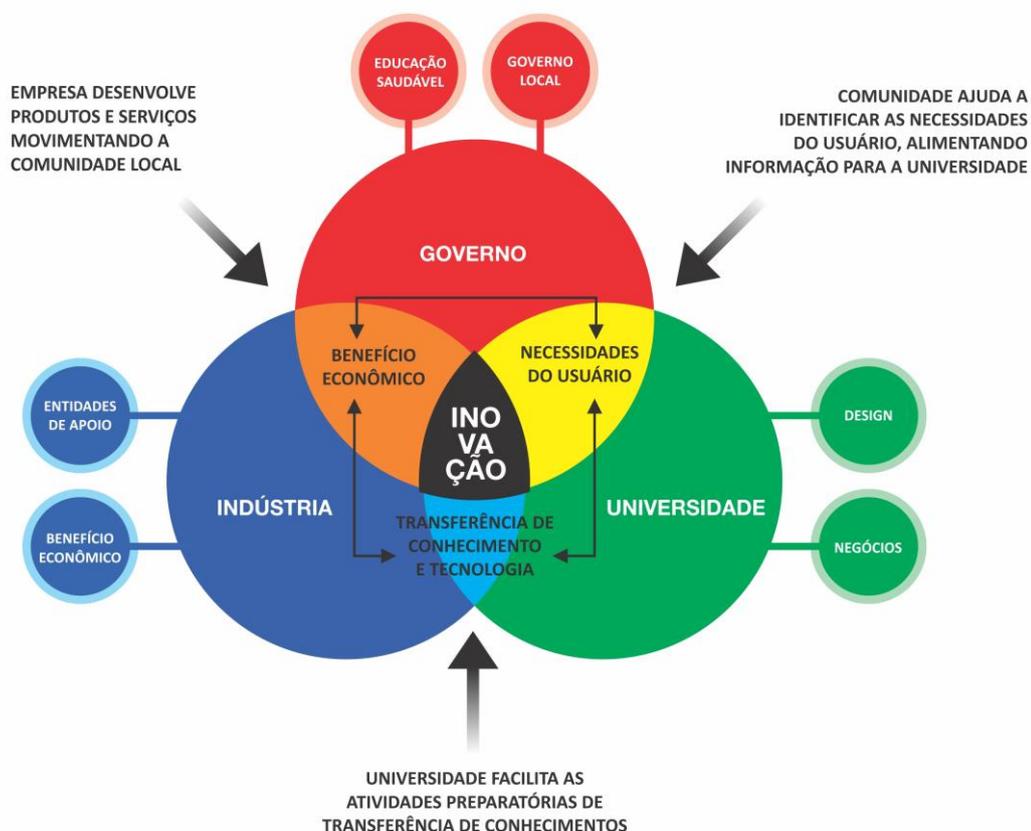
Este modelo vem sendo implantado em alguns países e é uma nova perspectiva que possibilita envolver esferas importantes da sociedade para potencializar o seu desenvolvimento.

De acordo com os autores (ETZKOWITZ; LEYDESDORFF, *et al.*, 2015), a hélice tríplice foi motivada a partir de uma análise da relação do governo com a universidade e a indústria em diferentes sociedades e de seus vários papéis na inovação. Ela e suas interações universidade-indústria-governo é a chave para a inovação em sociedade cada vez mais baseadas no conhecimento (ETZKOWITZ, *et al.*, 2015). A *Triple Helix* vem sendo difundida no Brasil desde 1999 pelo grupo *Triple Helix Research Group-Brasil*. Esse modelo de inovação segundo a Stanford University (2015), é a base potencial de desenvolvimento econômico em uma sociedade que encontra um papel mais proeminente para a universidade, estendendo suas relações com, indústria e governo para gerar novos formatos institucionais e sociais para a produção, transferência e aplicação do conhecimento.

2.1 O modelo de inovação baseado na TH

Segundo Drucker, *et al.*, (2015), a inovação não é uma ideia brilhante, porém, uma ideia de melhorar processos dentro da organização e assim facilitar o dia a dia. Dentro do conceito da T.H. o fator inovador é promovido potencialmente, pois, está constantemente sendo abordado por áreas distintas, ambas contribuindo com o que tem de melhor. Inovação e conhecimento são os principais fatores que definem a competitividade e o desenvolvimento de nações, regiões, setores, empresas e até indivíduos (CASSIOLATO e LASTRES, *et al.*, 2015).

Figura 2 – Modelo de inovação da TH



Adaptado de: <http://trail.ulster.ac.uk/wp-content/uploads/2010/01/triple-helix-trail.png>

Segundo Ferraz, *et al.*, (2015), o processo de inovação vem sendo um dos indicadores mais utilizados para avaliar a competitividade entre empresas, cidades, estados e países, uma vez que seus resultados se encontram vinculados à capacidade de acompanhar as mudanças e o desenvolvimento do mercado, bem como a criação e ocupação de novos mercados – processo esse, por sinal, cada vez mais dinâmico.

2.2 - Os três Pilares Institucionais da TH

2.2.1 Governo

O Governo é uma das bases se não, a de maior importância para o funcionamento da TH e pode ser considerado, no mínimo, imprescindível para sua criação e manutenção. Assim, faz-se necessário o entendimento de suas esferas e de sua real atuação nesse organismo. “Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição”. Constituição Federal de 1988 segundo o Guia de Direitos (2015). Na hierarquia, o governo federal está no topo, é a autoridade máxima do país. É nessa instância onde se asseguram os direitos e as regras para a sociedade brasileira. Quanto aos estados, todos têm uma constituição própria, porém, em hipótese alguma podem confrontar a constituição federal. Esta é suprema e deve prevalecer em quaisquer decisão dentro da “Nação brasileira”.

De acordo com o Guia de Direitos (2015), a constituição federal é a responsável por estabelecer as normas, regras, leis, direitos e deveres presentes na comunidade brasileira e na relação do Brasil com os outros países do mundo. Tecnicamente diante de um estado forte, as iniciativas ocorrem de cima para baixo. Porém, a nova reformulação mundial através da globalização, permite uma transição contínua.

No tocante ao Governo na TH, as atividades podem acontecer tanto de cima para baixo e quanto no sentido inverso, de baixo para cima das suas instâncias hierárquicas. Porém, estas últimas terão que passar por aprovações de instâncias superiores sempre. Logo, para este modelo, se faz necessário um governo atento e flexível para atender e promover o desenvolvimento social e econômico firmado no conhecimento, inovação e empreendedorismo de forma segura e adequada. No caso do Brasil, analisando suas esferas de atuação, é possível afirmar que o regime implantado possibilita ao governo ter um controle quase total da inovação. O que não significa propriamente uma solução ou, do contrário, um problema para o modelo da TH, pois para que ela aconteça, o Governo precisa desempenhar seu papel em comunhão com as outras bases (empresa e universidade), para que seja possível o sucesso na

atividade que motivou a junção dessas três instituições. Essa conformação do poder público aplica-se para as instâncias federal, estadual e municipal.

Entendendo as outras bases que compõem as divisões do governo, estão:

Poder Legislativo, compõem este poder (art. 44 da Constituição Federal) a **Câmara dos Deputados** (com representantes do povo brasileiro), o **Senado Federal** (com representantes dos Estados e do Distrito Federal), e o **Tribunal de Contas da União** (órgão que presta auxílio ao Congresso Nacional nas atividades de controle e fiscalização externa), segundo a Câmara dos Deputados. Cabe ao Congresso Nacional com suas principais responsabilidades, elaborar as leis e proceder à fiscalização contábil, financeira, orçamentária, operacional e patrimonial da União e das entidades da Administração direta e indireta.

Poder Executivo, é determinado a este poder as políticas encarregadas de governar, ou seja, de executar na prática as tarefas concretas atribuídas ao Estado como, defesa nacional, serviços de educação, saúde, segurança pública, cobrança e arrecadação de impostos, entre outras segundo o Jusbrasil (2015). Que no nosso caso este poder é representado pelo presidente da república.

Poder Judiciário, a função deste poder é garantir os direitos individuais, coletivos e sociais e resolver conflitos entre cidadãos, entidades e Estado. Para isso, tem autonomia administrativa e financeira garantidas pela Constituição Federal segundo o Portal Brasil (2015). Sua composição é formada pelas seguintes entidades.

- Supremo Tribunal Federal.
- Conselho Nacional de Justiça.
- Superior Tribunal de Justiça.
- Tribunais Regionais Federais.
- Juízes Federais.
- Tribunais e Juízes do Trabalho.
- Tribunais e Juízes Eleitorais.
- Tribunais e Juízes Militares.
- Tribunais e Juízes dos Estados e do Distrito Federal e Territórios.

É sobre essa estrutura governamental⁴ que nós, brasileiros, nos desenvolvemos, e dessa forma se faz necessário seu entendimento para que através do conhecimento delas, torne possível o fomento de ações que viabilizem um melhor e mais amplo desenvolvimento tecnológico de maneira integrada as outras organizações da TH. Ou seja, é preciso que haja mais interação entre a sociedade ativa e o estado na elaboração de ações de maior impacto sócio, econômico e cultural.

Na esfera federal foi criado, por meio do decreto nº 91.146 em 15 de março de 1985, o Ministério da Ciência e Tecnologia. De acordo com o MCTI (2015), o nome original era Ministério da Ciência e Tecnologia, mas em 2011 o termo "Inovação" foi a ele incorporado (Lei nº 12.545, de 14 de dezembro de 2011), expressando a prioridade que essa dimensão ganhou na política de desenvolvimento sustentável do país. Tornou-se então a entidade mais importante de apoio e promoção à inovação no Brasil.

O MCTI, sendo um órgão de competência federal e que visa atender com amplitude a nação, foram-lhe atribuídas as seguintes competências: política nacional de pesquisa científica, tecnológica e inovação; planejamento, coordenação, supervisão e controle das atividades da ciência e tecnologia; política de desenvolvimento de informática e automação; política nacional de biossegurança; política espacial; política nuclear e controle da exportação de bens e serviços sensíveis segundo o MCTI (2015).

Ou seja, esta instância governamental controla sumariamente a maioria das vertentes no tocante à inovação no país, exemplo claro de controle direto, ou seja, de cima para baixo. O que pode não ser o ideal caso não seja um órgão flexível. Caso isto aconteça, esse modelo termina por inibir, de certa forma, a inovação indireta que vem de baixo para cima, desenvolvida por centros tecnológicos particulares ou privados, onde, obrigatoriamente são observados e dependentes do crivo do MCTI. E de acordo com o pensamento de Etzkowitz (2009) sobre a TH, os controles burocráticos se tornam um obstáculo no progresso da inovação.

⁴ No presente estudo, cabe salientar que não entraremos em discussões sobre práticas ilícitas dentro da máquina governamental, como é o caso de corrupções suspeitas e/ou comprovadas. Essa esfera de discussão está em outro patamar e área do conhecimento, mesmo que nos atinja de alguma forma, uma vez em que somos todos brasileiros.

Num breve exemplo de uma atuação governamental, dentro de um modelo próximo ao da TH que deu certo, Etzkowitz (2009), cita o que se passou na Finlândia em meados de 1990. Que por sua vez tinha pouco desenvolvimento tecnológico comparado aos seus vizinhos, até que, de forma ousada o governo decidiu empregar verbas obtidas com as privatizações em altos investimentos no campo de pesquisas e tecnologias como Tecnologia da Informação e biotecnologia. Em poucos anos os resultados foram bastante satisfatórios. Helsinque, como um dos centros de pesquisas, estava atrás apenas de Estocolmo. Outra cidade, Tampere, que em 1990 tinha apenas poucos pesquisadores, nos dias atuais passam de 3 mil.

Então, é possível observar que, diante deste fato, mesmo que através de uma relação bilateral, ou seja, a TH não foi completada em sua tríade, mas mantida entre o governo e a academia e, mesmo assim, possibilitou um valoroso crescimento para aquele país, com uma ação originada de cima para baixo, e na sequência, promovida alternadamente entre os dois polos. Sobretudo, vale ressaltar que a indústria, mesmo que de forma indireta, foi beneficiada com o aumento das demandas e, em contrapartida, também começou a gerar inovação para acompanhar o mercado e conseqüentemente gerou mais dividendos para o governo, induzindo para um completo ciclo da TH. Ou seja, todo o ciclo promoveu mais inovação e elevação social para todos e mantendo cada vez mais forte a conexão entre os três pilares.

Segundo o Portal da Indústria (2015), uma pesquisa realizada pela CNI, analisando o macro cenário brasileiro de acordo com as afirmações de 62% dos empresários, o grau de inovação da indústria no país é “baixo” ou “muito baixo”. A justificativa é baseada no atraso que o Brasil está perante os países ditos centrais⁵, defasagem tecnológica acumulada ao longo de anos, entre outros. Isso faz com que a indústria tenha que importar ou copiar o que é feito em outros países, desenvolvendo pouca inovação ou quase nenhuma se comparada ao exterior.

Ainda reforçam a afirmativa alegando que, em geral, falta cultura de inovação nas empresas brasileiras, ou seja, o hábito de inovar, assim como falta políticas de incentivos, e um dos fatores bastante prejudiciais é a falta de interação entre

⁵ Os países centrais e periféricos são atualmente chamados assim por se considerar que não existem países desenvolvidos e subdesenvolvidos no conceito para a ciência.

empresas e universidades, além do baixo nível de educação dos profissionais para a prática de criação e inovação e pouco incentivo governamental segundo o Portal da Indústria (2015).

Diante de cenários como estes que vêm se repetindo ao longo da história, o governo brasileiro poderia se inspirar e, através do MCTI, atuar com maior vigor, colocando na prática todas as competências as quais foram, então, designadas para este ministério.

Porém, infelizmente o Governo brasileiro, por razões diversas, vem tomando resoluções que terminam por prejudicar a reversão desse quadro. Segundo (SALDAÑA, 2015), em matéria publicada pelo Estadão, o governo decretou um corte de 600 milhões por mês na pasta da educação.

Em matéria da BBC Brasil segundo SCHREIBER (2015), noticiou que através do Decreto Federal 8.389/2015, o governo promoveu um corte no valor de R\$ 7,042 bilhões para o mesmo Ministério. Sendo a educação uma área prioritária, é contraditório não investir nesse campo. Ou seja, o que já não era bom, segundo o que indica as pesquisas da CNI, acaba ficando ainda mais difícil. E os impactos são profundos, pois além de impossibilitar o fomento a P&D e inovação (pesquisas, desenvolvimento e inovação), possivelmente acaba prejudicando tudo o que vem sendo desenvolvido ao longo dos anos pelas universidades. Dessa forma, baseado no modelo da TH, o governo enfraquece ainda mais os laços com a academia que por sua vez já são frágeis e, em consequência, os problemas refletem-se diretamente no poder inovador do país por meio das indústrias que dependem diretamente da mão de obra qualificada.

Já, as raras políticas específicas promovidas pelo governo dentro do modelo da TH, possibilitam uma nova configuração socioeconômica para a região beneficiada.

Etzkowitz (2009), cita outro exemplo, o ocorrido nos Estados Unidos da América onde o governo federal induz a interação entre as três bases da TH constantemente. Por sua vez, os Estados na busca de desenvolvimento tecnológico, passaram a ter sua própria agência de ciência e tecnologia (C&T), justamente para possibilitar a aproximação entre as bases e o fortalecimento das cadeias em suas respectivas regiões. Com isso, o país inteiro se mobiliza e desenvolve tecnologia de forma direta e indireta, ou seja, de cima para baixo e de baixo para cima.

2.2.2 Empresa Privada

Antes de falar sobre empresa privada, é importante saber um pouco sobre como elas são formadas, quais elementos são invariáveis e quais podem ser de pequena, média ou grande mutação geralmente em uma empresa. Para tanto, entender inicialmente o termo “organizações”, faz-se imprescindível, uma vez em que, são estas que dão a conformação de grupos e ferramentas (tangíveis ou intangíveis) de trabalho e atuação de mercado com base nos acordos feitos em torno do seu objetivo.

A palavra organização, em simples conceituação, é o ordenamento de algo e este algo pode ser qualquer coisa, como, por exemplo nos seres vivos, ao verificar como seus organismos e microrganismos se ordenam para o alcance de uma dada finalidade que, se pensarmos no objetivo maior, seria o de sobreviver ou mesmo viver. Segundo o Jusbrasil (2015), é a modalidade de empresa em que o proprietário é pessoa natural ou jurídica, sendo, então singular ou individual, se explorada por pessoa física; e coletiva, se organizada e dirigida por uma sociedade. Ou seja, que não é do poder do estado. As organizações podem ser mais ou menos estruturadas e mais ou menos formalizadas. A exemplo: um grupo de amigos que formam um time de vôlei de praia para jogar aos sábados – objetivos: reencontro, lazer, descontração, alívio do estresse da semana e do trabalho, momento “deles”. Neste caso, podemos dizer que esta organização é **semiestruturada** (há uma certa rigidez na entrada de um novo membro); possui um **objetivo principal**: confraternização entre amigos; **possui regras compartilhadas de convivência**: eles precisam possuir uma boa interação e a amizade é o grande elo; Há um **interesse coletivo** em mantê-la viva: pacto coletivo de amizade, lazer e atividade física, talvez até mesmo de saúde.

Já as mais estruturadas, possuem estes acordos configurados em leis, estatutos e regimentos internos que auxiliem-na no controle mínimo sobre as atividades individuais ou em grupo, e decisões estratégicas com vistas ao alcance de curto, médio ou longo prazo de objetivos e metas. Marques (2015), resume, o objetivo é o que eu quero ter, e a meta define como alcançar isso. No caso dessas organizações mais estruturadas, são inúmeros os exemplos que podem ser citados. Porém, como este

estudo possui no modelo da T.H. uma maior afinidade com as empresas de cunho privado, sendo então priorizados aqui exemplos que as represente.

Como modelo de empresa nesse “padrão”, temos, por exemplo, as de natureza industrial, cujo objetivo central posto em sua missão é a de produzir algo para alguém (pessoa ou outra empresa, respectivamente produtos de consumo ou de produção). E mesmo que seu interesse esteja muito fortemente ligado aos lucros, se ela não fizer o que se predispõe a fazer de maneira eficiente, eficaz, com bons e visíveis benefícios aos seus clientes e detenha uma postura condizente com sua natureza e com a cultura e sociedade que a absorveu, ela fracassará mais rápido do que imagina.

Assim, como foi possível perceber, os objetivos e formatos das organizações podem ser os mais diversos, mas quando partimos para o setor que chama-se de segundo setor quanto ao tipo de organizações, entendemos, através do gráfico a seguir, as características principais das empresas privadas, mas também já temos as características das organizações do 1º setor, onde estão alocados os poderes governamentais, e as do 3º setor, como as Universidades públicas.

Figura 3 – Tipos de organização

	Tipos de Organização	Características
1º SETOR	ESTADO <ul style="list-style-type: none"> Órgãos dos poderes: <ul style="list-style-type: none"> - Executivo - Legislativo - Judiciário Forças Armadas 	<ul style="list-style-type: none"> Executam ações estruturadoras da sociedade (Governo/legislação/justiça) Prestam serviços (funções públicas) Utilizam recursos públicos originados dos contribuintes (pessoas físicas e jurídicas) Não visam lucro financeiro Devem produzir “capital” social.
2º SETOR	INICIATIVA PRIVADA <ul style="list-style-type: none"> Empresas Cooperativas 	<ul style="list-style-type: none"> Geram produtos e serviços Fundam-se na propriedade privada Utilizam capital próprio e recursos originados da venda do que produzem Eventualmente podem ser subsidiadas com recursos públicos Visam lucro financeiro Apropriam-se do capital empregado Devem ter responsabilidade social.
3º SETOR	<ul style="list-style-type: none"> Organizações não-governamentais (ONGs) Fundações Organizações da Sociedade Civil de interesse público (Oscip) Sociedades Cívis sem fins lucrativos; Igrejas 	Prestam serviços de natureza privada ou pública Utilizam recursos resultantes da venda do que produzem ou de doações de outras organizações públicas ou privadas Podem dar resultados financeiros, mas não apropriam lucro Devem produzir capital social

Fonte: Cardoso e Cunha (2005)

Assim, torna-se mais fácil de entender e comparar o que se deve esperar de cada tipo de organização.

Voltando a falar das indústrias, empresas privadas que trabalham produzindo bens de consumo, é importante esclarecer que para que esta seja tida como uma organização saudável, sua parte financeira precisa estar igualmente saudável, uma vez que ela é responsável por inúmeros empregos e, conseqüentemente, salários, por boa parte de cargas tributárias que sustentam o Governo em suas ações, aprimoram a capacitação de seus colaboradores em funções específicas, fortalecem o país em vendas, *royalties* e no seu PIB (Produto Interno Bruto).

Uma vez que se favorece uma empresa desse teor, se fortalece a economia local e nacional, permite que as famílias que dela dependem, direta ou indiretamente, possam investir em sua educação, saúde e alimentação de melhor qualidade. Além de poder chegar, em alguns casos, a melhorar a qualidade de vida como uma todo, inclusive no lazer, tão importante para uma saúde integrada do ser humano.

Aqui não entraremos em discussões sobre sustentabilidade e os males de alguns processos produtivos ao meio ambiente e ao ser humano. Essas questões são de extrema relevância, mas não cabe aqui neste estudo levantá-las, uma vez em que, tomamos por base que o próprio Governo já inclui na legislação que toda empresa possua programas de Responsabilidade sócio ambiental. Se são suficientes para manter um “desenvolvimento sustentável” ou não, não será abordado nesta pesquisa.

Voltando à discussão que este estudo se presta, para uma indústria se manter bem no mercado, ela precisa, não apenas manter os lucros, mas investir em inovação, diferenciação, qualidade e tudo que a fizer ter sucesso no ramo em que atua. Quanto mais sucesso e mais força ele tiver para atuar no mercado, mais oportunidades irá garantir. Do mesmo modo, sofrerá menos com as ameaças que sempre hão de surgir para qualquer empresa no mundo.

Porém, para isso, ela precisa ser rápida, perspicaz, proativa e empreendedora independente do segmento, pois, no mundo industrializado, globalizado e ágil, quem perder de vista o tempo “certo” das coisas, pode colocar em risco seu posicionamento no mercado. Exemplo, indústrias de produtos de consumo para o lar, a concorrência se faz tão acirrada que, mesmo as grandes empresas não possuem mais fôlego para se distanciarem mercadologicamente com melhor margem de segurança de suas rivais. É preciso estar atenta e lançando novos produtos anualmente para sustentar sua margem de garantia quanto à percepção dos consumidores e, conseqüentemente, índice de compra.

Por isso, quando uma empresa solicita um projeto de um novo produto, esse prazo que ela dá para que o produto esteja pronto na linha de produção se faz extremamente necessário de se manter, pois seus motivos é a visão de futuro imediato tanto das oportunidades, quanto das ameaças.

Contudo, tendo uma melhor programação interna de inovação e um planejamento de inovação constante resolveriam os impasses entre agências, engenheiros, financeiro e marketing. Bem como possibilitaria um auxílio mais adequado da Universidade nesse canal. Utilizando-se desta como seu laboratório de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento), algo caro de se manter internamente à indústria, mas propício para atuar junto às Universidades, uma vez em que estas possuem não só os agentes capacitados a pesquisas de excelência, bem como os laboratórios imprescindíveis a alguns tipos de testes necessários ao produto que está sendo projetado antes que este entre na linha de produção.

É necessário frisar que as Universidades para as empresas, podem ser campos de estudo e melhoria, tanto de processos produtivos, como desempenho avanço de matérias primas, estudos sobre novas formas de atuação e campo de atuação. Foi percebendo isso que algumas das maiores empresas do mundo captou alguns de seus colaboradores diretamente de seus cursos ainda de graduação. Desde de cientistas da informação, a engenheiros, farmacêuticos, designers, programadores, etc. E se não eram os próprios pesquisadores, eram os resultados de suas pesquisas, comprando-as e pagando as patentes devidas para poder produzirem e vender produtos e/ou ideias.

Essa é uma parceria bem vista por alguns e abominadas por outros. Há algumas correntes de cientistas e pesquisadores que acreditam que as Universidades não devem se prestar a solucionar coisas para empresas ou a sociedade em geral e sim fazer apenas pesquisa pura, sem se preocupar com a aplicação direta de suas descobertas. Porém, ao menos aqui no Brasil, é algo contraditório de se pensar, pois a formação dos profissionais só se complementa quando em contato direto com o mercado, além do que as Universidades recebem fomento do Governo, ou seja, dinheiro que vem dos tributos pagos pela população, então, nada mais justo que essa se beneficie diretamente dos seus “investimentos”.

Do contrário, existem muitas, a maioria ainda das empresas brasileiras que são resistentes à unir-se às Universidades quer seja para pesquisas e inovação, quer seja ações mais práticas como projetos e intervenções mais diretas. Da mesma forma que de um lado existe o preconceito de que as empresas são meramente capitalistas e não deveriam ser auxiliadas, do outro lado algumas empresas acreditam que as Universidades são muito teóricas e difíceis de lidar com “seu Ego”.

Sem um incentivo à “quebra dessa imagem”, dificilmente as empresas abrirão suas portas às Universidades para receber estagiários e/ou pesquisadores para usar do seu parque industrial como extensão dos laboratórios acadêmicos e “academicistas”. Isso chega a fazer parte de sua crença, de sua cultura organizacional, ou seja, de sua essência, personalidade. E como mudar assim algo ou um pensamento que já está tão arraigado na mente de desses empresários? Dessa forma, é notório que ambas as instituições precisam mudar para interagir melhor uma com a outra e possibilitar, enfim, o surgimento da TH.

2.2.3 Universidades

Segundo Fidalgo, *et al.*, (1993), a Lei 108/88 diz que as universidades são “centros de criação, transmissão e difusão da cultura, da ciência e da tecnologia”, cujos fins são primeiramente três: “a) A formação humana, cultural, científica e técnica; b) A realização de investigação, fundamental e aplicada; c) 4 prestação de serviços à

comunidade, numa perspectiva de valorização recíproca.” (Art.1º). Nogueira, et al., (2015), reforça dizendo que: “a universidade existe para produzir conhecimento, gerar pensamento crítico, organizar e articular os saberes, formar cidadãos, profissionais e lideranças intelectuais. Ou seja, é peça fundamental na construção da sociedade.”.

Enquanto que na visão de Ribeiro, et al., (2015), o maior papel da universidade é a transformação social. “Para a sociedade, a universidade se resume à mera formação de alunos, mas cabe a nós mostrar que ela é muito mais que isso, que é também pesquisa, extensão, mudança”. É indiscutível se pensar em progresso ou desenvolvimento em qualquer que seja o setor, sem o envolvimento da universidade. Nem tão somente isso, Etzkowitz (2009), atribui à universidade, além dessas competências supracitadas, a da atividade indutora nas relações da TH.

A aprendizagem reúne num só processo a educação e o pensamento. A condição cognitiva da aprendizagem pressupõe a presença de estruturas capazes de organizar estímulos do conhecimento, uma coordenação de esquemas num âmbito particular, prático, representativo, conceitual e concordante com um nível de equilíbrio particular, obtido através de regulações, descentralizações intuitivas ou operações lógicas e formais (PAIM, et al., 2015).

Teoricamente toda essa composição e o que existe na realidade andam um pouco desconexo. Pois esse lapso entre os dois decorre muitas vezes de interferências sofridas por inúmeros fatores. Alguns deles causados pelo próprio governo, outros pela própria gestão acadêmica que reluta em não fortalecer conexões com outras instituições, ou não se adaptar para atender padrões específicos de uma determinada região, também do corpo docente muito restrito apenas à teoria, faltando intercâmbio com o campo para execução na prática dos conhecimentos científicos, entre outros.

Possivelmente esses são os principais fatores que dificultam a interação das instituições que triangulam a TH. Porém, outro fator não menos importante de acordo com Nogueira, et al., (2015), é que o conhecimento virou uma mercadoria e passou a integrar o mesmo circuito de produção e circulação de mercadorias valendo tanto quanto e servindo, muitas vezes, de uma alta moeda de troca, sendo uma arma poderosa pra alguns e, como bem diz o ditado popular: “conhecimento é poder”.

Com isto, tudo aquilo que existe na universidade para produzir e transmitir conhecimento sofre uma drástica alteração: aulas, pesquisas, relações entre alunos e professores, teses e monografias, adquirem novos sentidos e significados muito mais teóricos. Logo, passamos a ter uma produção alta e pouco consistente na prática, torna-se mais importante “o que é” do que “o como fazer e o porquê de se fazer (para que? Para quem?)”.

Para Freire, *et al.*, (2015), a educação mostra que ambos os personagens têm funções relevantes no processo ensino/aprendizagem. O aluno e o professor aprendem com o objeto do conhecimento. Relativizar essa troca de conhecimentos é sinônimo de progresso em total aspecto.

De acordo com as instituições como SEBRAE, CDL e outras relacionadas. Na região do Agreste de Pernambuco é comum encontrar integrantes do corpo discente da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, dotados de experiência prática voltada à produção no polo de confecções do local. Esse conhecimento empírico adquirido, muitas vezes, no seio familiar ou pela própria vivência com o meio, é trazido por eles para dentro da universidade tornando-se uma possível ponte entre o corpo docente, com o campo de pesquisa e o discente, com a técnica. Porém, muito pouco ou quase nada disso é utilizado. A política pedagógica ideal para Genghini, *et al.*, (2015). é a que almeja o relacionamento interpessoal como força motriz na aprendizagem, possibilitando uma representatividade ativa dos interesses comuns, formando um corpo único; ou seja indivíduo/meio.

Esta pedagogia proporcionaria ao aluno o desenvolvimento da personalidade, da capacidade de participar e influenciar o meio político-social gerando uma autonomia para moldar sua própria história. Essa conjuntura se adapta perfeitamente para o ambiente peculiar que é polo de confecções do agreste. Etzkowitz (2009) defende que além das atividades comumente estabelecidas para a universidade, a atividade de empreender fomentada pela mesma é uma virtude que beneficia a todos. Gerando conhecimento e renda gradativamente, movimentando a TH e incluindo na sociedade pessoas cada vez mais capacitadas e atentas para resolver as necessidades mais importantes.

Para Etzkowitz (idem), a universidade empreendedora firma-se nesses quatro pilares.

- 1 – Liderança acadêmica capaz de formular e implementar uma visão estratégica.
- 2 – Controle jurídico sobre os recursos acadêmicos, incluindo propriedades físicas, como os prédios da universidade e a propriedade intelectual que resulta da pesquisa.
- 3 – Capacidade intelectual para transferir tecnologia através de patenteamento, licenciamento e incubação.
- 4 – Um *ethos* (costumes), empreendedor entre administradores, corpo docente e estudantes.

É um modelo que possibilita mais dinamismo na atuação da universidade com o governo, com a indústria e com a própria sociedade. Em um exemplo citado por Etzkowitz (ibidem), em seu livro sobre a TH, ele menciona um texto coletado no site da Universidade Karolinska em Stocolmo. Onde fala que é importante que uma universidade de medicina esteja cercada por uma infraestrutura adequada e que represente empresas que estabeleçam aplicações para suas pesquisas, de forma que as tais beneficiem a sociedade. Porém, cita que o contrário também é importante, que a universidade deve responder a questões comerciais e utilizar a *expertise* comercial.

Tomando como base o modelo citado, o mesmo poderia acontecer com as empresas de confecção do agreste pernambucano. Seria uma ação de ganho real para o fortalecimento da cadeia assim como o aprimoramento de um novo modelo de relações para a universidade. Logo, empreender não se limita tão somente a indústria, o social está diretamente ligado, então, outros nichos de estudos, pesquisas e implantação seria possivelmente desenvolvidos. Essas múltiplas conexões de idas e vindas do conhecimento, possibilitaria a universidade adentrar em um nível mais elevado. É o que podemos chamar de atividade intra-empreendedora, que segundo Fascioni (2015), o líder é alguém com uma visão e sabe como fazer para torná-la real. Quando faz isso em sua própria empresa, é um empreendedor. Quando faz isso numa organização da qual não é sócio, é um intra-empreendedor.

De acordo com Nogueira, et al., (2015), a instituição absorve demandas e expectativas sociais variadas, às quais precisa responder, mas ao mesmo tempo age para propor pautas e agendas, contribuir para a construção da autoconsciência social, alargar fronteiras culturais e submeter à crítica a realidade, as estruturas sociais e as relações de dominação. Exatamente por isto, funciona tanto melhor quanto mais republicana (pública e laica) e democrática for, e quanto mais republicano e democrático for o Estado com o qual se relaciona.

Para mencionar um único e bastante revelador dado, no Brasil, menos de 27% dos cientistas atualmente trabalham em projetos ligados a empresas segundo Cassapo (2015). É um dado preocupante comparado a números de países desenvolvidos. Pois de certa maneira, a universidade recebe uma “delegação” da sociedade, que transfere a ela determinadas responsabilidades e incumbências segundo Nogueira (2015). E isso é fator preponderante para o desenvolvimento da cadeia comum um todo.

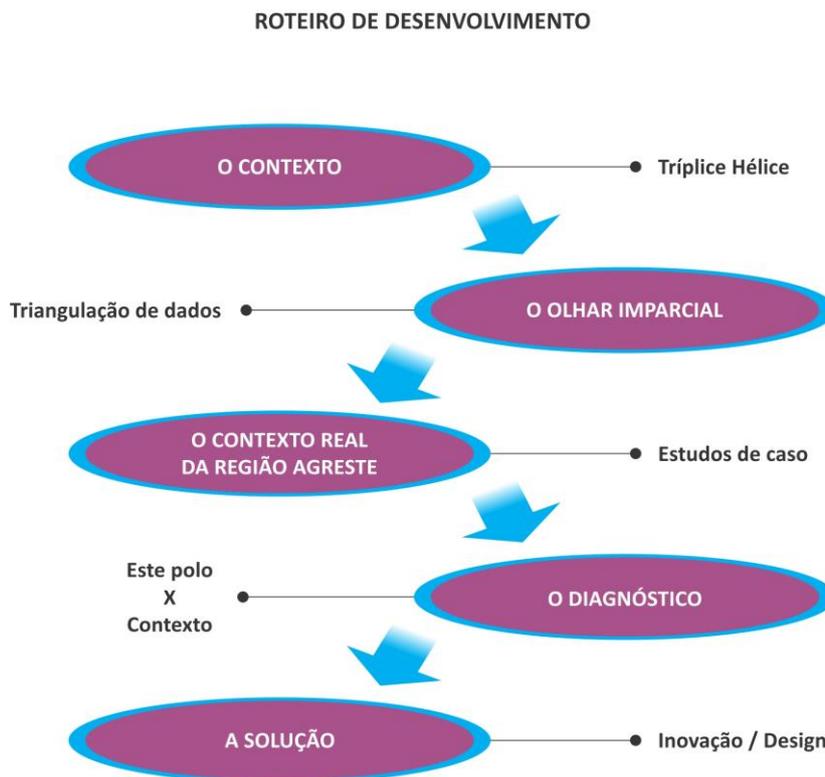
Parte 3 – EXECUÇÃO DA PESQUISA

3 – Metodologia da pesquisa

3.1 Método de Triangulação de Dados

A origem, propriamente dita, da noção de “triangulação” deve procurar-se em ciências outras que não as ciências sociais e humanas. Decorrente da navegação e da topografia, a triangulação é frequentemente entendida como um método para fixar uma posição (COX, HASSARD, *et al.*, 2015). Possibilita a formulação do raciocínio através de uma ótica personalizada de análise.

Figura 4 – Gráfico roteiro



Fonte: Pedro Felipe (2015)

– A “triangulação de dados” refere-se à recolha de dados recorrendo a diferentes fontes. Distinguindo subtipos de triangulação, Denzin, *et al.*,(2015), propõe que se estude o fenómeno em tempos (datas – explorando as diferenças temporais), espaços (locais tomando a forma de investigação comparativa) e com indivíduos diferentes. Nesse contexto a triangulação foi aplicada sobre uma visão direta em cada uma das três bases da TH na região. Na sequência um plano macro de análises envolvendo as essas bases, tendo aprofundamento dos dados fornecidos pelos estudos de caso. A partir daí foi obtido o diagnóstico através do confronto do contexto atual com o histórico. O que possibilitou o desenvolvimento da solução pela inovação emanada das bases, baseadas e fundamentadas pelo design. Porém, a ação de produção dos resultados com diferentes métodos podem ser usados para validação mútua, não formula uma ideia consensual. Na medida em que a realidade é multifacetada, a

categoria “verdade” funciona apenas como um limite e uma orientação operatória, só se podendo produzir aproximações. (ALMEIDA, PINTO, et al., 2015).

3.2 Estudo de Caso

O estudo de caso consiste no exame detalhado e completo de um fenômeno ligado a uma entidade social. A entidade pode ser um indivíduo, um grupo, uma família, uma comunidade ou uma organização. O estudo pode ser o exame em profundidade de uma situação num dado momento ou evoluindo num longo período (GAUTHIER, 2000 *apud* FORTIN, 2009).

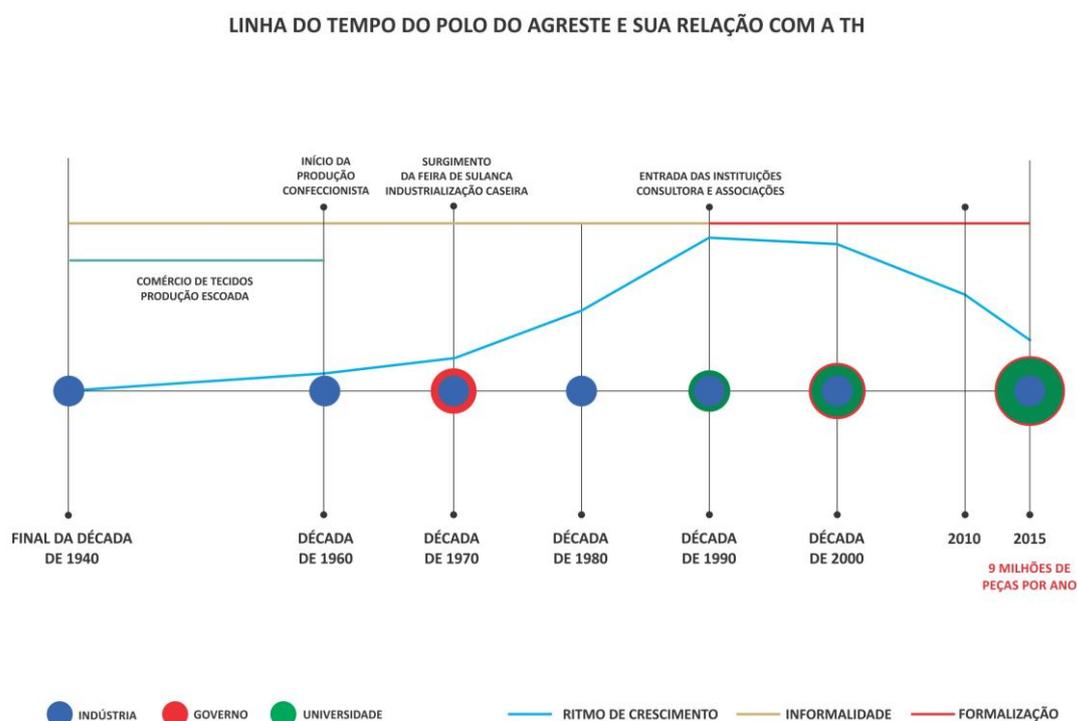
Os estudos de caso apresentados a seguir, dois ao todo, podem ser chamados de casos múltiplos, assim como propõe Yin (2005), porém eles não são comparativos, mas se fazem em somatório de experiências e situações que representem, por meio de realidades diferenciadas, possíveis caminhos para a TH no Agreste Pernambucano.

Nas seções 5 e 5.1 também foi aplicada a técnica de entrevista semi-estruturada para coleta de dados que irão aparecer neste documento também na forma de relatos de personagens representativos a história da região.

4 – Estudos de caso

Para compreender essa modalidade na região do agreste pernambucano, temos que retroceder até a origem do que conhecemos hoje como o fenômeno do polo de confecções. No decorrer desse trecho serão contextos, histórico, social e econômico, e ainda alguns acontecimentos que desencadearam o que temos hoje na região.

Figura 5 – Gráfico linha do tempo polo de confecções do agreste



Fonte: Pedro Felipe (2015)

O ritmo de crescimento demonstrado no gráfico, exibe alguns momentos da indústria de confecção no polo do agreste de acordo com os depoimentos de diferentes atores desse organismo empreendedor, da origem aos dias atuais. Do seu melhor momento a sua desaceleração, a qual coincide com o surgimento de uma maior interferência do estado e de instituições. Porém, não há nada que comprove que estes foram de fato os verdadeiros fatores. Haja visto que tantos outros possam interferir nesse desenvolvimento, cabendo assim um estudo mais aprofundado especificamente para o

assunto. Portanto, os depoimentos dos figurantes (formais, informais e fornecedores), apontam alguns potenciais, tais quais são eles: modelo estatal saturado; altas cargas tributárias, burocracia, concorrência desleal e concorrência com grandes magazines. Diante disto, a sobrevivência corporativa atual na região adentra sem muitas opções, no sacrifício do lucro para sua permanência no mercado. Para os que atingem o limite, só resta a falência. Contudo, a formalização, o retorno justo dos impostos pagos e a pouca interferência do estado na atividade, é uma solução viável para acelerar o crescimento no pensamento de muitos deles.

Todo esse organismo empreendedor teve sua origem na Santa Cruz do Capibaribe-PE, e da origem aos dias atuais, os números comprovam que é o coração do polo de confecção do agreste. Segundo um levantamento feito em 2013 pela TV Clube, afiliada Rede Record de televisão (2015), é a cidade que mais recebe turista no estado de Pernambuco, cerca de 70 mil por semana. Esse fenômeno tornou a região muito ativa e segundo o SEBRAE (2015), alguns casos merecem destaque: de 2000 a 2010, a população de Santa Cruz do Capibaribe teve um incremento de 48%; a de Toritama, de 63% (Pernambuco: 11%). De 2000 a 2009, o PIB desta última cidade mais do que dobrou, enquanto o de Santa Cruz do Capibaribe cresceu 64% (Pernambuco: 44%). O resultado de Caruaru (49%) é um pouco menos forte, mas também supera amplamente os registrados pelo Estado, a região Nordeste e o Brasil.

A classe predominante na região é a de empresa privada e segundo o SEBRAE (2015), é o 2º maior polo de confecções do Brasil. E todo esse fenômeno teve sua origem de uma modesta feira livre. De acordo com Sant'Anna, *et al.*, (2015), esse tipo de mercado "livre" constitui verdadeiros complexos culturais para onde convergem vários ofícios e modos de fazer, espaços de grande criatividade, celeiro de cultura popular, de ideias originais, saberes ancestrais e expressões diversificadas.

Figura 6 – Tradicional feira de mangaio, Avenida Padre Zuzinha, centro, Sta. Cruz do Cap.-PE, 1947



Foto: Antônio Aragão(2015)

O comércio de frutas, animais e insumos da produção rural na feira de mangaio que já ocorria em Santa Cruz do Capibaribe-PE desde o início de século XIV e retratada na imagem (fig. 6), foi a base importante para o início da *feira da sulanca*. Onde de acordo com depoimentos de personagens pioneiros deste fenômeno econômico, foi possível remontar essa histórica trajetória. Segundo Meihy, et al., (2015), a história oral é um recurso moderno usado na elaboração de documentos referentes à experiência social de pessoas e de grupos. Esse importante viés possibilita a compreensão desde as raízes até os dias atuais de todo esse organismo empreendedor que ocorre no agreste pernambucano.

Figura 7 – Pedro Diniz⁶, Manoel Caboclo e Dedé Moraes. Comerciantes pioneiros da feira da sulanca



Foto: Livro, História de Santa Cruz do Capibaribe, Júlio Ferreira de Araújo(2003).

⁶ Os nomes encontrados nos relatos deste documento são os nomes verdadeiros dos pesquisados. Optou-se por manter suas verdadeiras identidades, uma vez em que se trata de pessoas representativas para a história local.

Segundo relato dos primeiros confeccionistas, a origem da Atividade de comercialização empreendedora dos insumos de retalhos produzidos de forma artesanal pelos habitantes local, que teve seu início no final da década de 40 e início da década de 50. Nesse momento havia uma pequena produção confeccionista de “cobertas”, mantas ou cobertores, feitos de pedaços de tecido bruto emendados.

Figura 8 – Bal e Pedro Neves, as primeiras viagens com mercadoria



Foto: Acervo da família Neves

Essa produção era toda escoada para fora, transportados por caminhoneiros como o Sr. Dica Marques. Segundo ele, antes disso o mesmo fazia frete transportando todo tipo de mercadoria como gesso, pedras, madeira, entre outros. Então, pouco a pouco os senhores Pedro Diniz, Manoel Caboclo e Dedé Moraes (vide fig. 7), começaram a comprar retalhos do tecido helanca em São Paulo. Seu Dica ia com frete de mercadoria indiferente e voltava carregado de retalhos. Posteriormente o Sr. Noronha, também um dos grandes pioneiros. Daí então esses senhores passaram a comercializar os retalhos entre a população da cidade.

Figura 9 – Dona Mãezinha Félix, pioneira na fabricação de cobertas

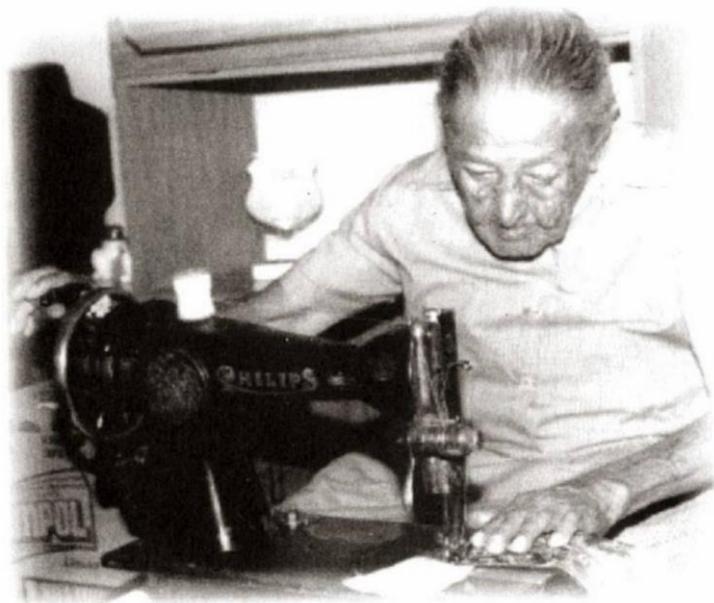


Foto: Acervo da família

De acordo com os depoimentos, esse registro da (fig. 9), retrata a pioneira na fabricação das cobertas. A Sra. Geralda Marques relata que nesse tempo o que era produzido também servia como moeda de troca, por produtos como feijão, farinha, ovos, queijo, galinhas, entre outros. O Sr. Zé Leão reforça que não eram só produtos, as confecções também eram trocadas por serviços.

Figura 10 – Zé Leão comercializando sulanca em Feira de Santana-BA, década de 1970



Foto: Acervo, Zé Leão

Neste outro momento podemos observar o comerciante Zé Leão em sua primeira feira, na cidade de Feira de Santana-BA. Bezerra, Luíz Carlos relata que no início quem podia ia vender fora. Como a maioria da produção era toda escoada, muitos comerciantes compravam ou produziam a confecção em Santa Cruz do Capibaribe e partiam para comercializar em outros estados. No caso do Sr. Zezé Diniz ele relata que decidiu ir vender no Maranhão, abriu uma sociedade com o Sr. Ciba Môco e somente depois de um tempo retornaram para Santa Cruz. O Sr. Zezé abriu uma confecção de nome Jopedi que chegou a empregar 180 funcionários

Figura 11 – Início da feira da sulanca, Rua Nova, centro, Sta. Cruz do Cap.-PE, década de 1970



Foto: José Romildo Beserra(2015)

Surge então a “feira da sulanca” em Santa Cruz do Capibaribe-PE. O termo *sulanca* historicamente surgiu da junção das palavras Sul + helanca, atribuído em decorrência dessa atividade da produção de colchas de retalhos ou cobertas (vide fig. 11), produzidas com o tecido supracitado vindo da região Sul do Brasil. Segundo os depoimentos, a feira surgiu no centro da cidade, mais precisamente na Rua Siqueira

Campos, depois seguiu para a rua João Francisco Aragão, rua Dr. Manoel Balbino (rua do Pátio), e rua Nova. O comércio era realizado no “*pé do meio fio*”, como falam os *sulanqueiros*, ou seja, as cobertas dobradas eram colocadas sobre uma coberta estendida no calçamento como mostra a (fig. 11). Um fato curioso é que após algumas feiras, os *sulanqueiros* demarcavam “*os pontos*” de comércio, com paralelepípedos e tiras de tecido para garantir uma melhor localização. Foi nesse momento que, o para suprir a demanda, as casas passaram a conter pequenos fabricos, (*embriões corporativos* de origem familiar). Além dos familiares, os fabricos recrutavam os próprios vizinhos de acordo com seu crescimento.

Figura 12 – Fabrico de Fátima Mestre, Sta. Cruz do Cap.-PE, década de 80



Foto: José Romildo Beserra(2015)

Aqui a produção já era diversificada, além da coberta alguns fabricos começaram a confeccionar itens de vestuário, como no caso de Fátima Mestre retratada na (fig. 12). Que tinha sua produção voltada unicamente para o vestuário. Ainda na década de 80 ocorreu um fato marcante na história da *sulanca*. Segundo relato de confeccionistas, o governo municipal deflagrou algumas ações desfavoráveis aos mesmos, de acordo com eles, o prefeito na pessoa do Sr. Augustinho Rufino estabeleceu imposições desagradando boa parte. Em algumas mais extremas, chegou a apreender mercadorias

e retirar comerciantes de determinados locais. Segue um trecho da entrevista de uma confeccionista pioneira, protagonista do início da feira da *sulanca* Sra. Fátima Nunes.

“Nos primeiros anos a lembrança que eu tenho é muito negativa!”

No início a prefeitura não apoiava a feira de jeito nenhum, e pelo contrário, perseguia. Pois na época tinha muito comerciante que vendia tecidos e roupas nas lojas e a feira estava como se fosse atrapalhando. Ficava na porta das lojas, aí talvez começou a incomodar, também as pessoas começaram a vender né. Era proibido, a polícia vinha botava na carrocinha e levava, até a minha já foi levada uma vez, houve perseguição e eu fui vítima disso. A prefeitura veio a apoiar quando a feira tomou uma expressão grande, que não tiveram como controlar, tiveram que apoiar, ou pelos menos deixar que acontecesse. Nos primeiros anos a lembrança que eu tenho é muito negativa! (NUNES, Fátima 2015).

A Sra. Nunes vivenciou as dificuldades do surgimento de perto, é uma das mulheres retratadas na (fig 11). Outros depoimentos reforçam o ocorrido, porém, as reais intenções do governo do município naquele momento, se de acabar a feira cedendo as reclamações dos lojistas, ou se seria por tentar organizar a mesma, é uma questão que não cabe a este trabalho. É sabido que, diante dessas dificuldades, alguns feirantes partiram para comercializar seus produtos na feira de Caruaru-PE, que até então não havia *sulanca* por lá. Segundo o relato de alguns *sulanqueiros*, como Sr. Flávio Barros, a ida para Caruaru foi motivada pela questão de ser mais uma oportunidade de vender mercadorias. Já a Sra. Fátima Nunes cita que a motivação partiu da indignação provocada pela perseguição sofrida. Contudo, diante desses fatos a feira da *sulanca* em Caruaru foi assim instituída, porém, diferente de Sta. Cruz do Cap., e apesar de lá não ter estrutura nenhuma para o comércio nas ruas, o Sr. Flávio Barros afirma. O prefeito de lá rapidamente cuidou em acomodar a todos. É nesse momento que a feira da *sulanca* começa a se expandir pelo agreste pernambucano. Analisando a geografia da região, a cidade de Toritama-PE fica entre as cidades de Sta. Cruz do Cap. e Caruaru, foi então uma questão de tempo para que também fosse envolvida nesse contexto de

expansão industrial. A feira então já estava no cotidiano das pessoas, deixou de ser algo pequeno e de poucos, para ser a nova história da região. Essa rotina está explícita em um trecho da música *feira da sulanca*, do compositor santa-cruzense, José Augusto Maia.

Acorda, Zé! São três horas da manhã.
Pega o saco, amarra a boca
e cai no mundo pra vender.
Vai no outro quarto
e avisa pras meninas
que o patrão lá da esquina
tem serão pra elas fazer [...]

(Trecho da música, Feira da sulanca por José Augusto Maia. 1991)

Figura 13 – Fabricos, Vila de Poço Fundo, Sta. Cruz do Cap.-PE, 2004



Foto: Arnaldo Vitorino(2015)

Com o crescimento da produção a confecção passou a fazer parte da zona rural, a vila de Poço Fundo distrito de Sta. Cruz do Cap.-PE e Pão de Açúcar distrito de Taquaritinga do Norte-PE, foram as primeiras a receber os pequenos fabricos. Que nos dias atuais com a evolução, estão presentes em mais de 10 cidades pelo interior do estado, são as denominados de *facções*.

Figura 14 – Feira da sulanca, Sta. Cruz do Cap.-PE, década de 1990



Foto: Acervo pessoal, Prefeitura de Sta. Cruz do Cap.-PE(2015)

Na década de 1990 a feira cresceu e invadiu as ruas da cidade, chegando a ocupar mais de 15 ruas pelo centro como mostra a (fig. 14), seus dias de atividade eram as segundas e terças. As mercadorias eram comercializadas em bancos de madeira cobertos com lona plástica.

Figura 15 – Feira da sulanca, Caruaru.-PE, décadas de 2000 e 1990



Foto: Google imagens

Dos anos 80 aos dias atuais a feira da *sulanca* cresceu e se espalhou pelo agreste pernambucano, se consolidou também em Caruaru através da ida dos confeccionistas de Sta. Cruz do Cap.. Ganhou as ruas da cidade e um enorme pátio a céu aberto. Após tantos anos ainda é frequentada por alguns dos seus pioneiros, exemplo do Sr. Zé da

Tuba, santa-cruzense que partiu para comercializar *sulanca* em Caruaru no início dos anos 80.

Figura 16 – Polo Comercial de Caruaru, década de 2000



Fonte: Polo Comercial-Google imagens

De acordo com o Polo Comercial (2015), o empreendimento foi fundado em 2004, possui mais de 550 lojas dos mais variados segmentos. Vestuário, sapatos, acessórios, artigos em couro e artesanato são alguns itens que podem ser encontrados pelos visitantes. O polo Comercial de Caruaru é mais um empreendimento que surgiu para atender a demanda do fenômeno da confecção. Com o diferencial de oferecer mais conforto para produtores e compradores, a feira ganha aspecto de shopping center.

Figura 17 – Parque de feiras de Toritama, década de 2000



Foto: Google imagens

Entre Sta. Cruz do Cap. e Caruaru está Toritama, a cidade também contaminada pela confecção, viu seu comércio de sandálias perder espaço para nova modalidade. Inaugurado em 2001 a cidade conta com o Parque das Feiras, um complexo de nove hectares que comporta mais de 700 boxes / lojas, ainda possui praça de alimentação e estacionamento para mais de 2 mil veículos segundo o Toritama Jeans (2015). Batizada de “capital do jeans”, a cidade é responsável por cerca de 16% da produção de jeans nacional, possui 2.500 fábricas, sendo que a maioria doméstica que geram 25 mil empregos e produz cerca de 25 milhões de peças de jeans por ano segundo LACERDA (2015).

Figura 18 – Moda Center Santa Cruz, Sta Cruz do Cap.-PE, 2015



Fonte: Arquivo do Moda Center Santa Cruz

Segundo o Moda Center (2015), em 2006 a feira saiu das ruas e foi inaugurado o “maior shopping atacadista de confecções da América Latina” com mais de 10 mil pontos comerciais, e uma injeção de clientes que pode chegar a 150 mil por feira

durante a semana. Sendo assim o maior dos seis pontos de comercialização de confecções do polo do agreste.

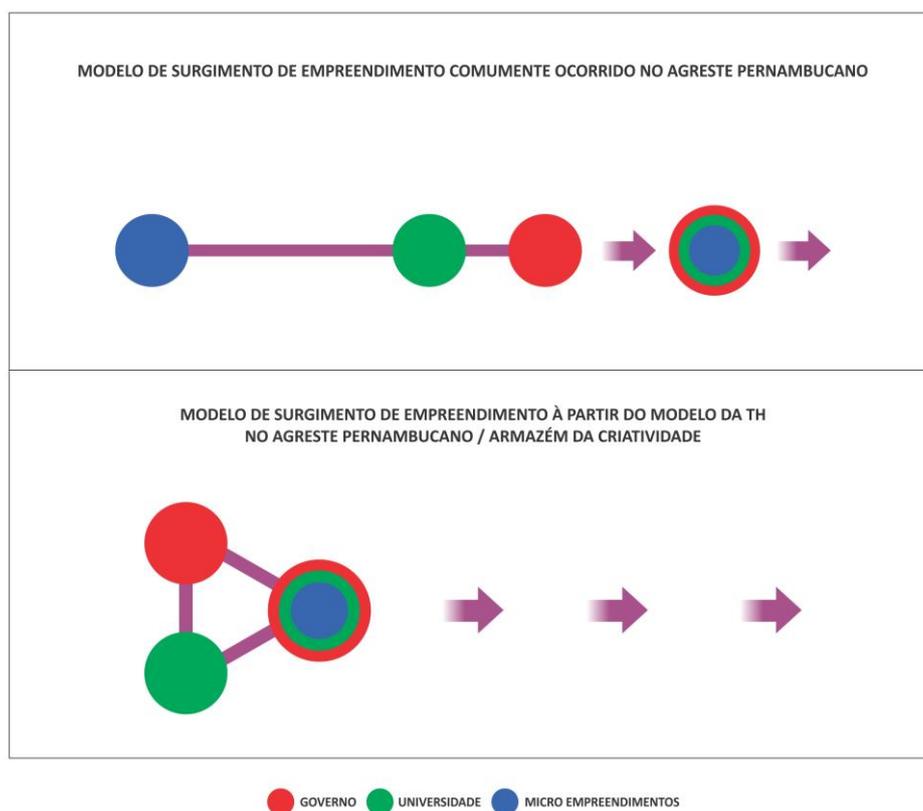
Finalmente, entender a lógica de um sistema cultural depende da compreensão das categorias constituídas pelo mesmo (LARAIA, 1986). Pois o comportamento das empresas privadas do polo do agreste, seja ela grande ou pequena, tem grande similaridade. A disputa constante entre concorrentes desde os pontos nos bancos as grandes lojas, assim como as muitas dificuldades sofridas desde o início e o pouco apoio do governo como relatam, possivelmente foi o que gerou a indústria dessa região uma cultura de visão separatista, tanto entre elas, como frente ao governo. Tylor definiu cultura como sendo todo o comportamento aprendido, tudo aquilo que independe de uma transmissão genética, como diríamos hoje (TYLOR, 1871 apud LARAIA 1986).

Logo, aprenderam no início que a informalidade⁷ era a melhor oportunidade de comercialização, tendo em vista o não apoio governamental e a falta de suporte para que trilhassem um caminho mais adequado. O que possivelmente gerou no inconsciente da grande maioria que o governo nunca foi um potencial aliado. O que para a implantação da TH na nossa região, torna-se um agravante. Segundo Laraia (1986), nem sempre os padrões ideais podem ser efetivados. Neste caso as pessoas agem diferentemente (esta ação constituem os padrões reais).

Então, é provável que, para se atingir um padrão mais harmonioso, se faz necessário uma mudança de comportamento nas duas bases, onde o ideal seria começar pela esfera governamental. Tendo em vista que a indústria sobrevive de resultados, melhorias para o setor através de políticas efetivas, fariam com que a indústria adotasse o governo como uma base essencial para seu desenvolvimento. A consequência disso, seria possivelmente uma indústria mais unida e disposta a retribuir estabelecendo conexões simultâneas com o governo e com a universidade.

⁷ O termo informalidade não deve ser compreendido como uma afirmação de que esta seja melhor ou pior, mas apenas um ponto de vista dos comerciantes locais.

Figura 19 – Modelos de surgimento de empreendimentos



Fonte: Pedro Felipe(2015)

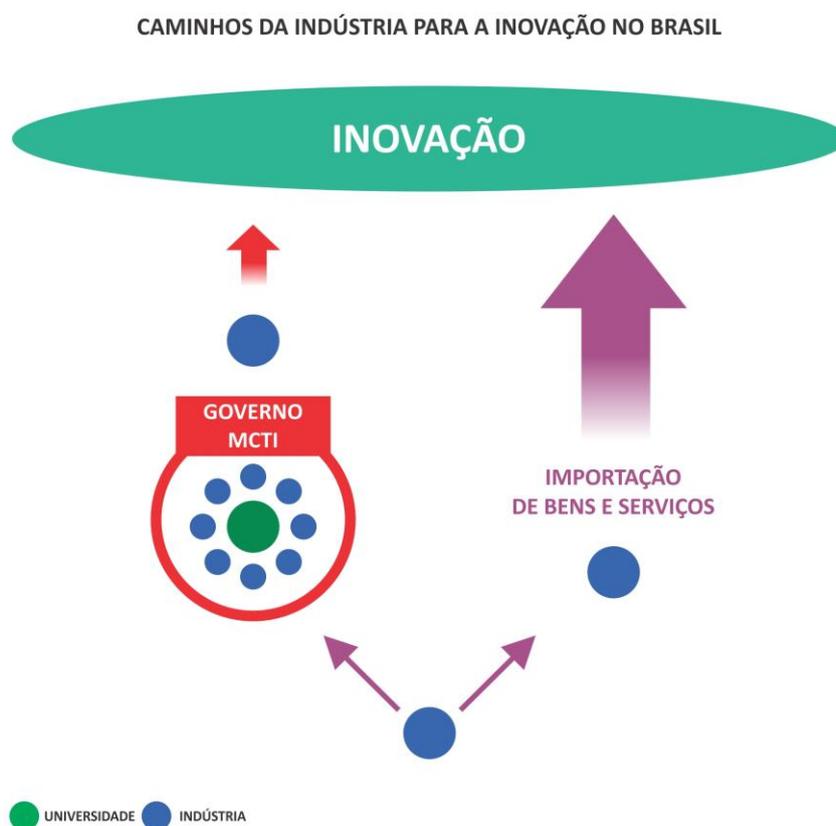
Diante das abordagens e das análises feitas, foi possível criar um gráfico (fig. 19), que apresenta os modelos de surgimento das empresas ocorridos na região agreste de Pernambuco e sua relação com a TH. Na parte superior o gráfico apresenta o modelo mais comum que ocorre entre os casos, que é também o da grande maioria assim como foi o da Rota do Mar. Neste primeiro caso a empresa surge e só após algum tempo que ela começa a ter alguma relação com uma das bases. Esse contato geralmente é motivado pelo caminho de sucesso que alguma outra empresa já existente tem como referência.

Neste início a relação é sintetizada da seguinte forma, busca na universidade mão de obra qualificada e através do governo, algum subsídio de financiamento. Etzkowitz (2009), diz que empresas orientadas ao mercado tem o financiamento estatal como uma peça central na sua estratégia para colocar suas tecnologias no mercado. Que na região agreste é primordial para o desenvolvimento das empresas, não só o suporte financeiro mas também o de consultoria aplicada.

No segundo quadro da (fig. 19), é possível notar a diferença de aparato que a empresa tem no ato de seu surgimento. Através do modelo da TH a qual está inserido o projeto Armazém da Criatividade, o *embrião corporativo* (empresa gerada ainda dentro da universidade), é incubado no Armazém por um período de 18 meses. Nesse processo que antecede sua inserção no mercado, a micro corporação já estabelece relações diretas com a universidade e o governo, além do suporte consultivo que recebe dentro do Armazém. Com isso, é possível afirmar que esta empresa está de certa forma “vacinada” para as intempéries que irá encontrar no mercado.

Outro ponto positivo, é a manutenção das relações com as bases da TH que ela irá promover em sua trajetória, tendo em vista que foi originada num ambiente muito mais promissor que as empresas já existentes. Assim, os empreendimentos futuros gerados com esse modelo possibilitarão uma mudança de cultura e comportamental na região agreste de Pernambuco. Se conseguir transformar interesses em fins privados para fins também públicos, empresas podem ter um papel ativo na construção de uma nova sociedade segundo Agopyan (2015). E é essa postura que o modelo da TH promove para as empresas.

Figura 20 – Caminhos para a inovação



Fonte: Pedro Felipe

Um dos principais fatores para o bom desempenho da indústria é o seu poder de inovação, item muito descrente pela classe empresarial do país como relatam na pesquisa da CNI. A partir dos dados obtidos nas pesquisas e nesses relatos, foi possível elaborar um gráfico (fig. 20), cujo onde exhibe resumidamente os caminhos que as empresas enfrentam para se obter inovação no Brasil. A primeira escolha é tentar inovar enfrentando as dificuldades existentes no país há anos, altas cargas tributárias, burocracia, falta de mais investimento na educação, controle do governo através do MCTI, falta de investimentos em setores específicos para desenvolver áreas atrasadas comparadas com países desenvolvidos como no exemplo da Finlândia, entre outros. A

segunda opção e a mais recorrente para as empresas com mais estrutura, é a importação de bens e serviços. Trazer de fora o que nos falta possivelmente é a maneira mais viável de se manter competitivo. Podemos citar como exemplo a própria Rota do Mar, para obter melhor qualidade e se diferenciar em seus produtos, constantemente compra máquinas e insumos de países como Itália, Japão e China.

Os dados da PINTEC (Pesquisa de Inovação Tecnológica) coletados pelo IBGE, demonstram que o protagonismo privado nos investimentos em inovação e, conseqüentemente, na cultura do risco como contrapartida da oportunidade, ainda é baixo. Efetivamente, a porcentagem total de investimentos privados em Pesquisa, Desenvolvimento & Inovação (PD&I) no Brasil é de 0,55% do PIB, contra 1,87% nos Estados Unidos e 2,45% na Coreia do Sul. (CASSAPO, 2015).

Contudo, é preciso fortalecer as relações entre as bases, a comunicação entre ambas possibilita identificar os entraves e possivelmente suas soluções. Analisando esses números e focando na região agreste, o empresário Arnaldo Xavier relata que, a relação com o governo é quase zero, é muito pequena e boa parte é de cobrança por parte do mesmo, e na medida que a empresa cresce isso se torna ainda mais efetivo. Dessa forma a empresa passa a omitir seu papel em participar de forma mais contundente na sociedade, refletindo na sua dinâmica de desenvolvimento que acaba ficando limitada, finaliza. Onde acaba também, restringindo caminhos para de relacionamento com a academia. Podemos observar a colocação na íntegra do empresário fundador da Rota do Mar, Arnaldo Xavier, sobre esse contexto.

“A indústria é quem emprega, distribui renda, é o que faz o país girar...”⁸

É perceptível a atuação do governo em realizar obras que geram votos, deixando de dar mais atenção à indústria que realmente é o que move a economia. A gente vê que as indústrias estão cada vez fechando mais, a indústria é quem emprega, distribui renda, é o que faz o país girar, e não estão dando a devida importância. Contudo, o primeiro passo seria se relacionar, tanto do empresário quanto o poder público. Essa aproximação deveria ser mais intensa. Seria interessante o governo está participando de setores industriais para sentir quais são as necessidades

⁸ Grifo do autor.



e a indústria com o governo também. Com a universidade a relação é muito importante para que ela tenha a informação para atender a demanda em cima das necessidades da região. Porque cada região tem necessidades diferentes. A região precisa disso, de profissionais qualificados para esta área específica. Porém, essas distâncias existem e vão continuar por muito tempo. Mas entendo que haja mecanismos como alguns que citei, que melhoraria muito! Xavier(2015).

A aparente necessidade de criar uma nova geração de empresas empreendedoras como fonte de crescimento se tornou cada vez mais central nas agendas econômicas e políticas diz Etzkowitz (2009). No cenário da região Agreste, assim como a Rota do Mar, muitas outras estabelecem conexão com universidades, esse viés entre essas bases promove o que foi citado anteriormente, porém ocorre numa perspectiva ainda muito superficial.

O ideal seria como cita Cassapo (2015), que nos Estados-Unidos, país que viu nascerem empresas como Cisco, Xerox, Google, Apple, Facebook, entre outras grandes marcas, 80% dos pesquisadores são inseridos em trabalhos empresariais. Na Correia do Sul, que acelerou de forma exemplar seu crescimento nas últimas duas gerações, este mesmo número é de 77%. E o polo de confecções é um campo farto para essa exploração, outro fato curioso é a questão de roubo de informações. Diante dessa óptica, muitas empresas se fecham, desestruturando o próprio fortalecimento da cadeia e em consequência, o emprego da TH.

O Brasil tem um cenário empreendedor interessante que o coloca como país de destaque no mundo. Porém, este destaque está mais ligado ao tamanho da população empreendedora do que pelo planejamento empreendedor. Infelizmente por aqui essa atividade ainda acontece mais no sentido da necessidade e não de oportunidade, e com muito pouco conteúdo inovador. (CASSAPO, 2015).

Praticamente o que já vem ocorrendo com o polo de confecções do Agreste há anos. A empresa privada trabalhando de forma isolada não tem poder de barganha, a necessidade na mudança de postura é evidente para sua própria sobrevivência. Assim como para as outras duas bases, há muito em que se adequar para acompanhar a

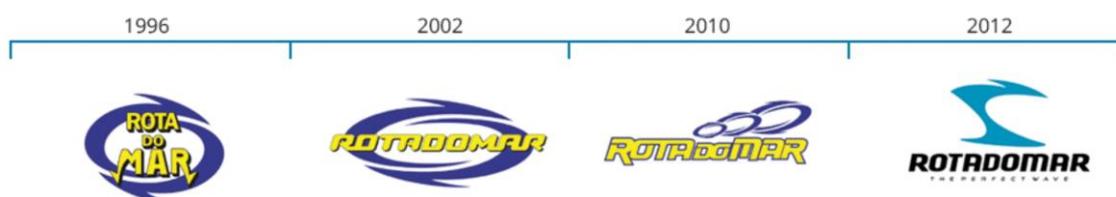
constante mudança da sociedade. Investir no conhecimento, estabelecer relações, e gerar inovação potencializando as riquezas e as oportunidades que tem na região, talvez esse seja o caminho mais claro para essa categoria diante da realidade.

4.1 O Caso da Rota do Mar

4.1.2 Apresentação da empresa

Empresa Rota do Mar. Corporação fundada no ano de 1996 na cidade de Santa Cruz do Capibaribe situada no agreste pernambucano.

Figura 21 – Evolução da marca



Fonte: Site da empresa

MISSÃO

Oferecer o melhor da moda, proporcionando crescimento econômico com ética e responsabilidade socioambiental.

VISÃO

Ser a maior e melhor empresa de surf e *street wear* do Brasil.

PRINCÍPIOS

Colocar Deus a frente de tudo; Aprender e ensinar; Busca constante pela qualidade de vida para nossos colaboradores.

Figura 22 – Origem da empresa Rota do Mar



Fonte: Arquivos da empresa(2015)

A empresa surgiu no seio de uma corporação familiar como pode ser observado na (fig. 22), a mãe do presidente da empresa Arnaldo Xavier, desenvolvendo atividades da produção. Origem típica das corporações do polo de confecções do agreste. A empresa no seu início não teve estrutura de apoio por parte de instituições ou subsídios para seu desenvolvimento. Enfrentou grandes dificuldades nos primeiros anos, pois a burocracia e a falta de acesso a órgãos de apoio e subsídios era um fator preponderante na trajetória dos pequenos empreendimentos. Porém, driblou as dificuldades e se firmou no segmento de confecções surf e street wear.

Tem um diferencial de desenvolver ações especialmente planejadas a qual sempre lhe rendeu um substancial crescimento e a projetou diante das demais concorrente. Só após um considerável crescimento, a empresa obteve suporte para garantir melhorias em desenvolvimento, através de consultorias fornecidas em parceria por instituições

como o SEBRAE e agências facilitadoras de linha de crédito. Suas atividades ganharam então mais estrutura, que são potencializadas por um marketing poderoso, envolvendo as esferas da linha de produção, social, esportes entre outros.

Figura 23 – Ações de marketing



Fonte: Arquivos da empresa(2015)

A (fig. 23), exibe algumas dessas ações de marketing como, campanha de coleção e eventos esportivos. Nessas atividades a empresa sempre envolve personalidades e pessoas famosas para maior visibilidade da ação. Nesta da (fig. 23), tiveram participação, Rodrigo Hilbert, Bruno Gagliasso, Caio Castro, Jonatas Faro, Maradona e Zico. Nos esportes é uma grande incentivadora, patrocinando equipes e atletas de destaque nas modalidades como o futebol, motocross, bicross, surf, entre outros.

Figura 24 – Apoio aos esportes



Fonte: Arquivos da empresa(2015)

Atualmente a empresa figura como uma das maiores e melhores do Brasil no seu segmento segundo os prêmios por ela conquistado. Tornou-se um modelo para sua região ultrapassando fronteiras jamais alcançadas por outros até então. Com Investimentos direcionados a empresa ganhou o mundo estabelecendo relações de comércio, assim como de mídia e marketing.

Através dos seus produtos de excelente qualidade, possibilita ao Brasil e ao exterior a oportunidade de conhecerem uma região altamente empreendedora a qual está instalada. Elevando constantemente não só o seu nível de qualidade como também de

toda cadeia produtiva circunvizinha, tornando o mercado da região forte e competitivo perante as demais regiões do país. A empresa possui instalações numa área de aproximadamente 100.000m² de área construída. Conta com um quadro de colaboradores (funcionários), de mais de 600 diretos e aproximadamente 550 indiretos. A empresa promove e trabalha uma atenção especial para todos os seus colaboradores, possui de um clube com quadras cobertas, campos society, piscina, área de lazer e para shows, bar e restaurante, toda essa estrutura visando assim ofertar uma melhor qualidade de vida para todos os colaboradores. Além disso a empresa ainda promove eventos internos, torneios esportivos, gincanas entre outras comemorações ao longo do ano para transformar assim a jornada de trabalho mais alegre e mais prazerosa.

Dispõe de uma dinâmica na linha de produção que vai além da sua fábrica, conta com o suporte de 12 facções distribuídas entre sua cidade de origem e outras do entorno e até de outro estado, se estendendo nas regiões do sertão a zona da mata do estado de Pernambuco e Paraíba. As facções são geridas intencionalmente de forma organizada para produzir produtos distintos, cada uma com um tipo. Classificadas especialmente por sua localização e estrutura produtiva. Outro viés de importância para a empresa é o fator social.

Figura 25 – Projeto social

ONG **Pão é Vida**
INCLUSÃO SOCIAL E VOLUNTARIADO

Qual é seu sonho?
O deles é só ter a esperança
de viver com dignidade!

www.paoevida.org
www.ongpaoevida.blogspot.com

ROTADOMAR

Natal Mesa Farta

Fonte: Arquivos da empresa(2015)

A empresa também investe bastante nesse quesito, financia a Ong Pão e Vida que tem um trabalho voltado para pessoas carentes do sertão do estado, patrocina e auxilia eventos e instituições da região voltadas ao assunto referido, constantemente promove ações entre os colaboradores com o intuito de fortalecer e ajudar a promover a caridade em prol dos menos favorecidos. Em uma dessas ações, na busca de melhoria para comunidade local, a empresa efetuou a doação de um terreno para construção da Biblioteca do Conhecimento. Ação essa, realizada em parceria com as entidades relacionadas a indústria, SESI, CDL e ASCAP.

Figura 26 – Biblioteca do conhecimento



Fonte: Arquivos da empresa(2015)

Contudo, a Rota do Mar vem acumulando uma série de prêmios ao longo da sua trajetória, reconhecimentos de nível estadual, nacional e até internacional. Tal qual o mais importante foi conquistado no ano passado, em 2014, como uma das melhores empresas para se trabalhar no Brasil e América Latina, prêmio Great Places to Work promovido pela revista Época. Recentemente a empresa inaugurou a maior surf shop do Brasil, denominada de Mega Loja. Dessa forma a Rota do Mar contribui positivamente para economia da região do agreste pernambucano gerando emprego e renda, além de ser a maior referência de modelo de negócios para as outras empresas da região em que está inserida. Assim sendo, movimentava bravamente a cadeia que representa uma fatia extremamente importante para o desenvolvimento do estado e

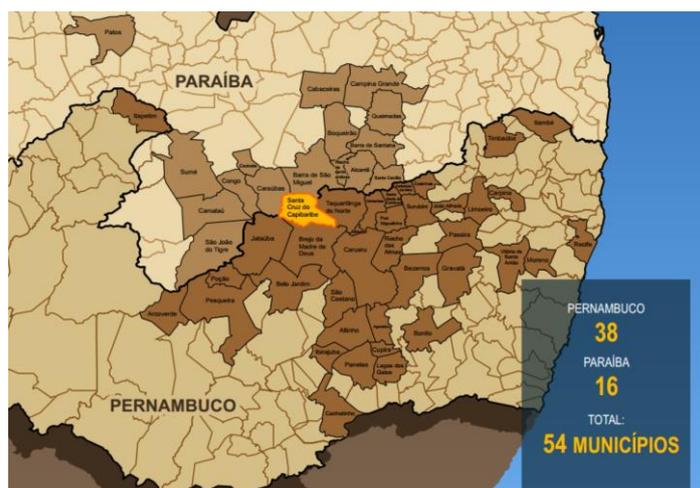
do país. Sobretudo, dando suporte para uma melhor estrutura de desenvolvimento social para todos.

4.1.3 A TH na Rota do Mar

Antes do seu surgimento em 1996, a empresa Rota do Mar trilhou o caminho comumente vivenciado pelos demais empreendimentos da região do agreste pernambucano (vide fig. 19). Para grande maioria das empresas confeccionistas originadas nessa região, é sabido que o mercado informal foi o grande propulsor de desenvolvimento para o ambiente empreendedor da indústria de confecção. Tornou-se então a forma mais próxima e viável de driblar as dificuldades que segundo o empresário Arnaldo Xavier cita as principais como a burocracia, falta de suporte financeiro, falta de estrutura na região, planejamento, falta de mão de obra qualificada, entre outros fatores que são essências para o desenvolvimento seguro de uma corporação. Contudo, desde a sua formalização há 19 anos, as dificuldades supracitadas acompanham a empresa até os dias atuais. Outros fatores a serem observados é a localização geográfica, está distante dos grandes centros torna-se uma dificuldade a mais para a logística da empresa, tempo é custo.

De acordo com o Moda Center (2015), uma pesquisa foi realizada para mapear o perfil empreendedor ocorrido no centro de compras Moda Center Santa Cruz, ainda segundo a instituição (o maior parque de confecções da América Latina), situado na cidade de Santa Cruz do Capibaribe-PE, cidade matriz da empresa Rota do Mar. Relata números importantes para o desenvolvimento da região.

Figura 27 – Gráfico da relação dos municípios empreendedores



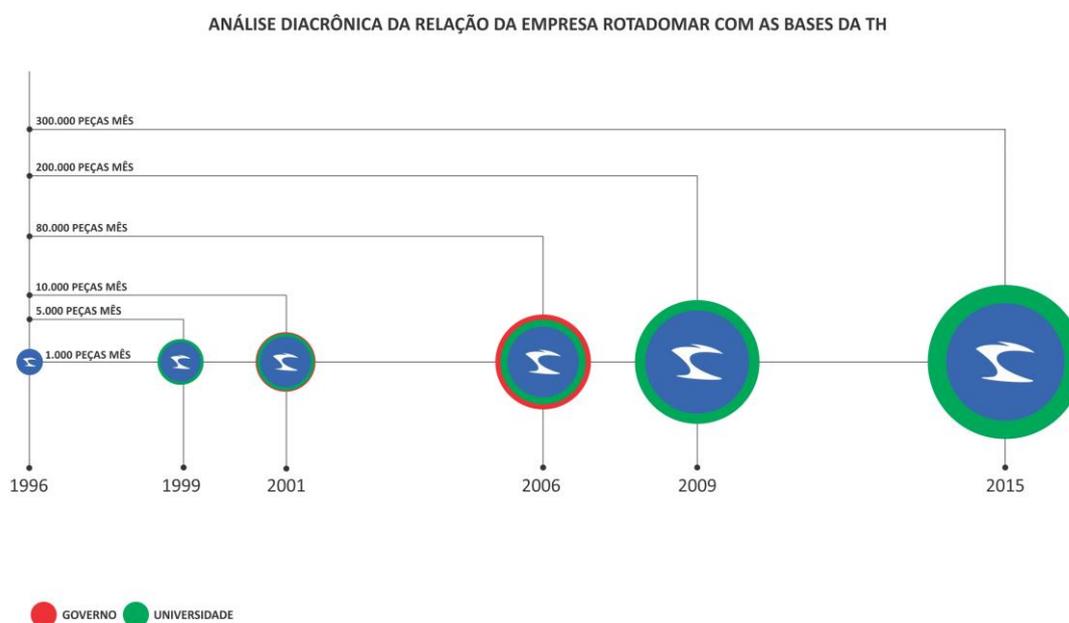
Fonte: Pesquisa Moda Center Santa Cruz

O Polo movimenta uma cadeia produtiva direta de 54 municípios no total, 38 somente em Pernambuco. Nessas atividades 60% produzem e revendem, 30% produzem e representam outras marcas, 7% produzem, revendem e representam e 3% revendem e representam segundo o Moda Center (2015). Segundo o SEBRAE (2015), pesquisas realizadas em 2012 afirmaram que Santa Cruz do Capibaribe tinha naquele momento 7.169 empresas formais em atividades, representando 38,1% dos empreendimentos do polo de confecção do agreste. Seguido por Caruaru (4.530 empresas: 24,1%), Toritama (2.818 empresas: 15,0%), ficando os demais municípios com o restante. Diante desses dados, segundo (LACERDA, 2015), os 12 mil empreendimentos registrados em 2003 são, agora, cerca de 20 mil. O polo já é o segundo maior do país produzindo cerca de 900 milhões de peças por ano. Logo, esses números mostram o potencial empreendedor da região e a sua importância para o estado e o país. Diante desse ambiente.

Segundo (BARRETO, 2015), as micro e pequenas empresas são responsáveis por mais da metade dos empregos com carteira assinada do Brasil. A sobrevivência desses empreendimentos é condição indispensável para o desenvolvimento econômico do País. E todos os estudos no Brasil e no mundo mostram que os dois primeiros anos de atividade de uma nova empresa são os mais difíceis, o que torna esse período o mais importante em termos de monitoramento da sobrevivência.

Período esse em que de acordo com o IBGE, somente entre os anos de 2009 a 2012 48,2% das pequenas empresas fecharam segundo a Agência Estado (2015).

Figura 28 – Gráfico de relação com a TH/Rota do Mar



Fonte: Pedro Felipe

Logo, como mostra o gráfico da (fig. 28), a empresa Rota do Mar passou por esse período inicial considerado crítico na sobrevivência de uma empresa, sem qualquer suporte de nenhuma das bases da TH. Vindo a ter o primeiro contato em meados do terceiro ano de seu surgimento, sendo este através da base acadêmica e motivado pela necessidade de mão de obra qualificada. Em 2001, após 5 anos do seu

surgimento, estabeleceu o primeiro contato com a outra base da TH, o governo, por iniciativa própria na busca de subsídios para melhorar seu desenvolvimento. Após muita burocracia, conseguiu um financiamento onde a sua relação com o governo resume-se tão somente a isso. Foi onde obteve a primeira injeção de crédito que possibilitou um melhoramento substancial da estrutura e do quadro de funcionários.

Daí em diante, até 2006, a empresa passou por um bom momento no seu crescimento, pois, suportes em consultoria aliados aos subsídios oriundos da base governamental e a mão de obra qualificada vinda da academia, alinharam a corporação dentro do modelo da TH, muito embora com conexões muito superficiais. Em 2006 a empresa ganhou um impulso ainda maior, a adição de subsídios e os investimentos feitos de forma direcionada, possibilitou a corporação um maior poder de inovação em seus produtos, gerando uma alta performance produtiva num ciclo que durou 3 anos. (ETZKOWITZ, 2009), diz que, a inovação assume um novo significado quando ocorre o entrelaçamento das espirais da hélice tríplice. Com as três bases trabalhando em harmonia e promovendo um crescimento sólido e contínuo, foi percebido uma nova repaginação na estrutura da empresa. Pois, sua estrutura já não acompanhava tamanho crescimento, neste momento a empresa já contava com uma produção diversificada, além da sua fábrica, tinha o suporte de mais 10 fábricas instaladas na cidade e região.

Em 2009, com o ápice da produção girando em torno de 200.000 (duzentas mil peças por mês), e o déficit estrutural impedindo um maior crescimento. A empresa buscou novamente um suporte bilateral na base governamental da TH. Ponto importante destacado por Etzkowitz (2009), onde afirma que as discussões entre as bases da TH, é um fator que pode ser adotado para melhorar a economia local, criando acordos e estabelecendo conselhos de tecnologia. Ainda diz que, as prefeituras podem concordar em acelerar os processos de autorização para construção de uma nova corporação. E foi justamente essa a solicitação feita pela empresa Rota do Mar ao governo do município de Santa Cruz do Capibaribe-PE. A doação de um terreno no entorno da cidade para construção de uma fábrica modelo, na oportunidade, seria construída uma estrutura capaz de agregar todas as 10 fábricas distribuídas pela região e mais a estrutura da fábrica já existente.

Seria o pontapé inicial para a criação do distrito industrial da cidade referente. Sendo a empresa Rota do Mar a maior referência empreendedora da região, com esta ação, abriria as portas para que tantos outros empreendimentos, grandes e pequenos, formassem uma conjuntura empreendedora jamais vista. Dando um salto para um nível mais elevado da atividade produtiva, elevando a cidade e a região para outro patamar organizacional. É neste nível que (ETZKOWITZ, *ibidem*) diz que, as universidades poderiam se comprometer a treinar mais alunos em uma área que seja relevante à economia local, e as empresas podem negociar novos relacionamentos com fornecedores. E era exatamente essa a ideia, com a construção do distrito industrial e a união das empresas por lá instaladas, o segundo passo seria solicitar a vinda e instalação das empresas fornecedoras de insumos para o polo de confecções do agreste.

Nada mais justo, pois aqui está o segundo maior polo de vestuário do Brasil. Este projeto fecharia o ciclo produtivo, movimentando produtores, fornecedores e mão de obra em um mesmo lugar. Todos gerando emprego, renda e receita para o governo continuar gerindo o progresso da região. Logo, a empresa Rota do Mar por meio de um documento no dia 09 de dezembro de 2009, fez a referida solicitação ao Exmo. prefeito Antônio Figueiroa de Siqueira. Que na ocasião em ato público, através do ofício GP de número 613/2009, concedeu a viabilização deste feito. Segue trecho do referido:

Diante do exposto, determinarei ao Secretário de Indústria Comercio e Turismo, Infraestrutura e Procurador Geral do Município, medidas cabíveis a fim de atender ao referido pleito desta conceituada empresa, haja vista que a mesma tem gerado emprego e renda direto e indiretamente neste Município e Região, gerando Tributos para o tesouro Municipal, acompanhada de ações de cunho Social, dentro de um conceito de desenvolvimento econômico sustentável.

Por oportuno informamos ainda que essa Administração está tratando administrativamente de Políticas Publicas que viabilize a permanência das pequenas, médias e grandes empresas deste Município, bem como a instalação de novas empresas com sede em outros Municípios... FIGUEIROA (2015).

Contudo, nada disso foi adiante, a base governamental quebrou a reciprocidade bilateral que vinha ocorrendo, fazendo com que nada disso se realizasse. Mesmo assim, de 2009 aos dias atuais a empresa continua crescendo, dentro das possibilidades favoráveis claro, e fora do modelo da TH. Porém, um fato relevante há

de ser observado e que pode ter contribuído para que isso não acontecesse, a questão cultural relacionado ao contexto político local. SANTOS (1983), enfatiza isso dizendo, o desenvolvimento da sociedade está marcado por contatos e conflitos entre modos diferentes de organizar a vida social, de se apropriar dos recursos naturais e transformá-los, de conceber a realidade e expressá-la. [...] Observem que vivemos numa sociedade que tem uma classe dominante cujos interesses prevalecem. Logo, o empresário e proprietário da empresa Rota do Mar, não fazia parte do grupo político dominante da cidade naquele momento. Logo, os interesses da empresa em crescer mais e promover o desenvolvimento da região, daria ao mesmo grande visibilidade, e isso pode ter sido visto pela classe dominante como um trunfo do empresário na busca de obter espaço na política local em um futuro próximo.

Até os dias atuais a empresa mantém e promove o vínculo bilateral com a base acadêmica, sempre induzindo seus funcionários para maiores qualificações e retribuindo este ganho na forma de campo para pesquisas para a mesma.

4.2 O Caso do Armazém da Criatividade

4.2.1 Apresentação do Armazém da Criatividade

O Armazém da Criatividade é uma estrutura de suporte e apoio que atua de forma direcionada a inovação e ao empreendedorismo, com laços estreitos integrando a demanda das instituições de ensino, ciência e tecnologia. Fortalecendo assim a base do setor produtivo e as políticas públicas do agreste pernambucano. É uma vertente do Porto Digital que visa atender dando suporte a necessidade da região em que está instalada promovida pela política de interiorização da economia do conhecimento, ação assumida pelo Governo do Estado listada como uma das prioridades da sua gestão, e foi instalada em Caruaru-PE no ano 2014.

Figura 29 – Entrada Armazém da Criatividade



Fonte: Site da instituição

De acordo com o Armazém da Criatividade (2015), a instituição oferece infraestrutura e serviços de apoio que buscam reforçar a capacidade tecnológica e induzir novas dinâmicas econômicas baseadas na criatividade, no empreendedorismo e na inovação. O resultado esperado é incentivar o surgimento de novos empreendimentos inovadores para a diversificação e o fortalecimento da competitividade da economia local.

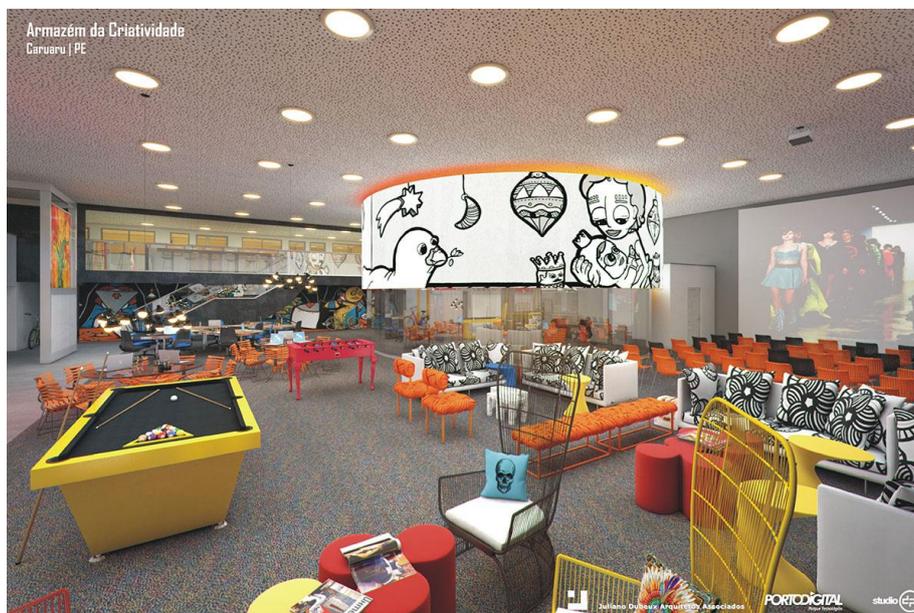
O desenvolvimento e controle de gestão, assim como das atividades do Armazém da Criatividade é promovido pelo Porto Digital. *Parque tecnológico sediado no Recife e considerado um dos principais habitats de inovação do País. As áreas de atuação são as mesmas do Porto Digital, focando em desenvolvimento de software e economia criativa* Armazém da Criatividade (2015). No caso do Armazém em Caruaru, suas atividades visam dar um suporte especial para atender a demanda da região nos seus segmentos de maior influência. Neste caso, Design, Moda, Games, Cine-Video-Animação, Fotografia e Música.

Na sua estrutura de ação o Armazém da Criatividade firma-se numa base com seis funções essenciais interagindo no mesmo ambiente de trabalho, fornecendo e compartilhando as atividades de: Empreendedorismo, Experimentação, Exibição, Educação, Coworking e Crédito.

Este mesmo projeto também foi implantado na cidade de Petrolina-PE, com o mesmo intuito, porém atendendo os respectivos segmentos daquela região.

Sua estrutura em Caruaru conta com o fomento e suporte para incubação de novas empresas, salas e espaços para atividades empresariais com devida estrutura, laboratórios para desenvolvimento, experimentação, prototipagem de projetos de produtos, salas para treinamento e qualificação e coworking. Enfim, toda uma apargem direcionada para promover inovação em diferentes áreas. Além disso a instituição conta com uma unidade da AGEFEPE, Agência de Fomento do estado. Que possibilita a facilitação de linhas de crédito para as incubações inovadoras surgidas e apoiadas pelo Armazém da Criatividade. Fechando assim um ciclo inicial sólido para o desenvolvimento dos novos negócios, assim reforçando a cadeia produtiva do Agreste com pilares corporativos mais dinâmicos e mais preparados.

Figura 30 – Vista geral



Fonte: Site da instituição(2015)

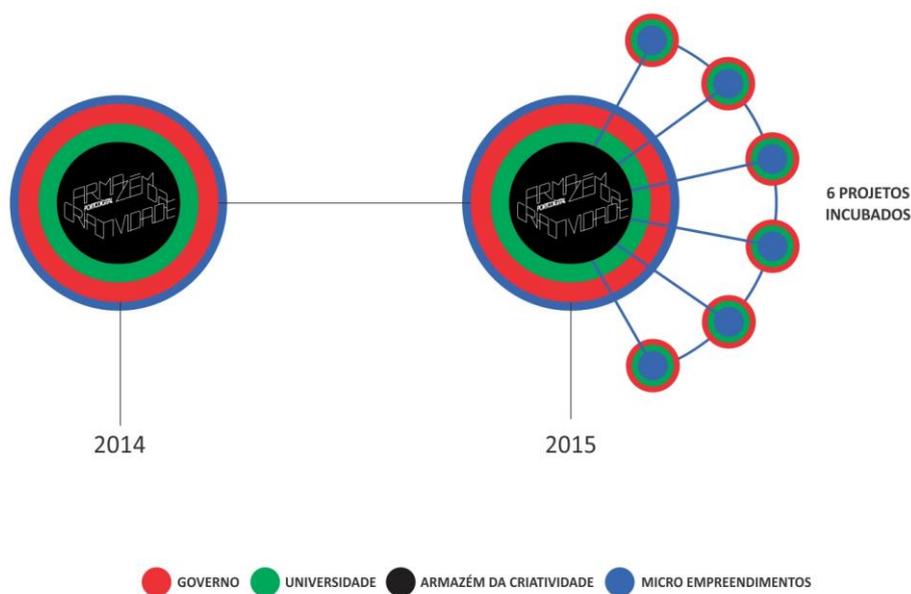
Tendo em vista a grande produção de moda desenvolvida na região agreste do estado, o Armazém da Criatividade em Caruaru foi equipado com laboratórios e equipamentos de alta performance segregados em núcleos funcionais (criação, prototipação e editorial de moda). Esse aparato estrutural, possibilita da criação simples da peça a prototipagem, chegando até o desenvolvimento de uma coleção completa. Agregando ainda produção de acessórios, trilha sonora, catálogo, concepção e finalização de fashionfilms, finalizando com desfiles e apresentações para potenciais financiadores.

Os laboratórios ainda contam com modelos realistas de última geração, proporcionando estudos mais precisos e uma melhor qualidade na concepção dos produtos de moda.

4.2.2 A TH no Armazém da Criatividade

Figura 31 – Gráfico de relação com a TH / Armazém da Criatividade

ANÁLISE DIACRÔNICA DA ATUAÇÃO DO ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE DENTRO DO MODELO DA TH



Fonte: Pedro Felipe(2015)

Observando o gráfico da (fig. 31), é possível perceber que desde a sua origem o Armazém da Criatividade já nasceu com relações estabelecidas entre as bases da universidade e do governo. Portanto, dentro do modelo da TH, de acordo com (ETZKOWITZ, 2015), o regime da Hélice Tríplice começa quando a universidade, a

indústria e o governo dão início a um relacionamento recíproco. E essa reciprocidade é o combustível vital para sobrevivência de organismos como Armazém da Criatividade.

Etzkowitz (2015), fala que a inovação, cada vez mais, toma forma nessas relações e nos novos tipos de atores da inovação que são inventados através dessas interações. O armazém da Criatividade é um exemplo claro dos novos empreendimentos surgidos à partir da conjuntura envolvendo a indústria, o governo e a universidade, porém este, com um diferencial extremamente importante, que é o de promover na forma de incubadora novos empreendimentos. Contudo, essa é uma atividade que chega para somar, atua de forma direcionada para atender a demanda da região a qual está inserida.

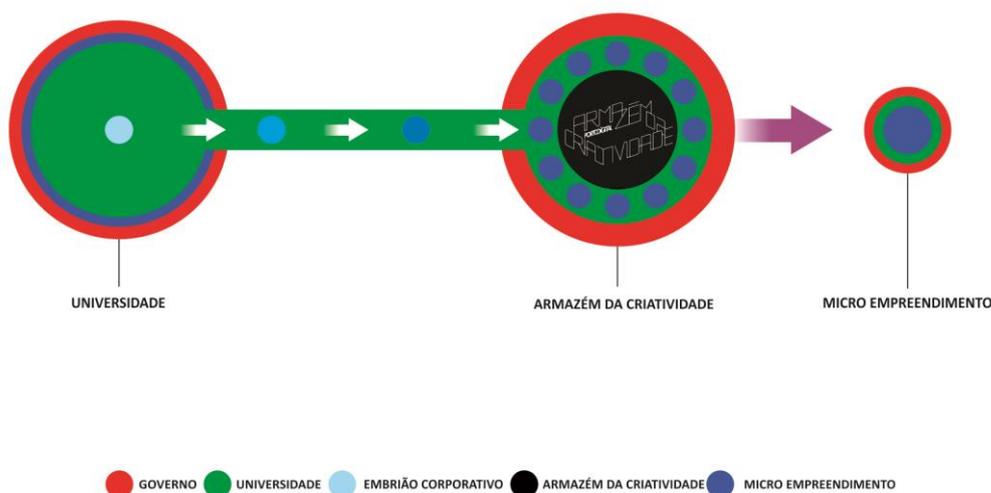
O Armazém da Criatividade se desenvolve praticamente através das relações diretas com as bases da TH. O governo realiza seu papel de indutor, subsidiando total suporte para a existência do Armazém. Que por sua vez adota um pouco do papel do governo, gerindo a atividade de fomentar a economia local através da sua estrutura de encubação. A universidade se relaciona com a oferta de demanda de mão de obra qualificada, ao mesmo tempo que adota um pouco do papel da indústria, promovendo o intra-empendedorismo. Portanto, é a atividade inicial estabelecida na universidade, agindo de forma indutora para geração de novos empreendimentos. A academia capta dados e informação através da sua relação com a indústria. Por sua vez, prepara como uma espécie de embrião corporativo, de forma para que ainda antes da conclusão do curso, o embrião através da relação bilateral com a outra base, exemplo, o Armazém da Criatividade. Possa então induzir o mesmo a trilhar por um caminho mais sólido para obtenção de crescimento e sucesso.

Essa harmonia entre as bases possibilita ao Armazém da Criatividade gerar suporte e inovação de forma concentrada para novos empreendimentos. Essa ação passa a ter uma extrema importância para economia da região agreste e conseqüentemente do estado. Segundo a CNI (2015), dados de uma pesquisa realizada sobre o perfil das indústrias nos estados, onde os resultados indicam que 67,5% das empresas de Pernambuco são micro empresas com até 9 empregados. Esses números atribuem ao

Armazém da Criatividade um papel crucial para manutenção e ampliação positiva desses números.

Figura 32 – Gráfico processo de atuação/Armazém da Criatividade

PROCESSO DE ATUAÇÃO DO ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE BASEADO NO MODELO DA TH



Fonte: Pedro Felipe(2015)

Analisando o gráfico da (fig. 32) é possível compreender a atuação do Armazém da Criatividade gerando inovação à partir do modelo da TH. O gráfico mostra a linha percorrida da origem do empreendimento a sua inserção no mercado. Através da indução intra-empresarial da universidade, é gerado o **embrião corporativo**⁹, nela é criado o caminho favorável na direção do estágio de incubação. Dentro do Armazém da Criatividade o embrião começa a ganhar corpo e a estrutura necessária para enfrentar o mercado. Após o período de incubação que dura 18 meses, o empreendimento está pronto para desenvolver suas atividades em níveis mais altos, envolvido agora nos laços das bases da TH. Onde de acordo com o que indicam os dados, possivelmente isso irá lhe proporcionar um progresso mais seguro e confiável.

⁹ Termo atribuído pelo autor da pesquisa para denominar o surgimento da empresa antes de ganhar o mercado.

Eliminando, assim, muitas das dificuldades enfrentadas pelas empresas relatadas nas estatísticas que obtiveram seu ciclo de vida finalizado antes dos três primeiros anos.

5 – TH no Agreste Pernambucano:

5.1 Pontos positivos e pontos a melhorar

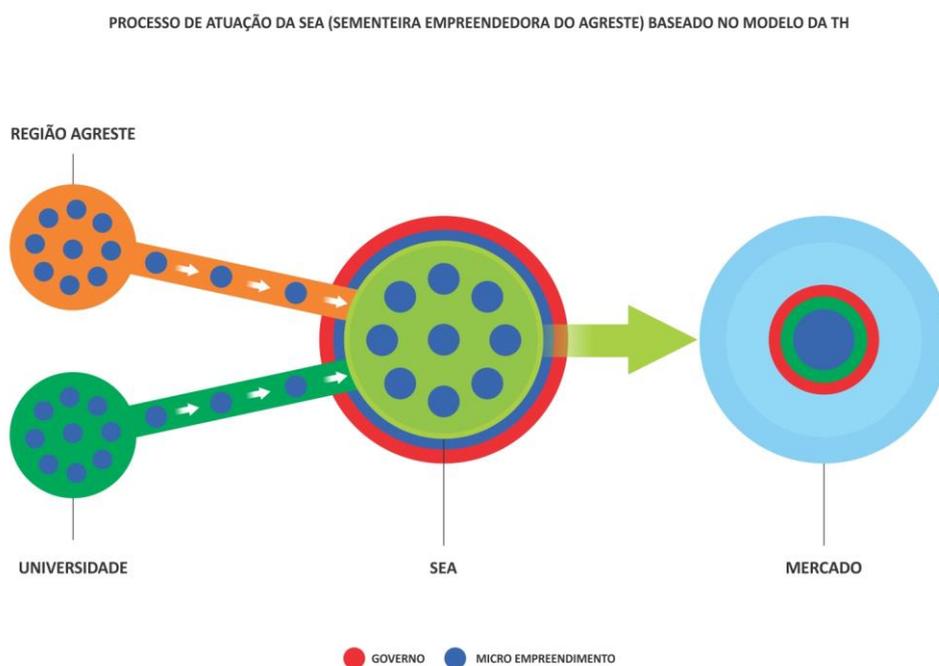
	Pontos positivos	Pontos a melhorar
Universidade	<ul style="list-style-type: none"> - Abastecer a região com profissionais qualificados. - Base importante para as ações envolvendo a TH. - Base de suporte para o desenvolvimento da indústria. 	<ul style="list-style-type: none"> - Relacionamento com as outras entidades. - Explorar mais a região a qual está inserida no desenvolvimento de pesquisas. - Diminuir o caminho entre a teoria e a prática. - Ações interdisciplinares.
Empresa Privada	<ul style="list-style-type: none"> - Investimentos em tecnologia e qualificação profissional. - Projeta e atrai investimentos para região. - Melhora e regula a qualidade dos produtos do mercado local. - Gerar estágios 	<ul style="list-style-type: none"> - Relacionamento com as outras entidades. - Tornar-se mais acessível. - União da classe. - Responsabilidade social. - Repreensão as facções com mão de obra ilegal.
Governo	<ul style="list-style-type: none"> - Ações envolvendo a TH. 	<ul style="list-style-type: none"> - Relacionamento com as outras entidades. - Reduzir a burocracia. - Estrutura para o desenvolvimento do setor. - Investimentos para o fortalecimento da cadeia. - Atenção às reivindicações da universidade, indústria e população.

5.2 Oportunidades para o setor com a contribuição do Design

Diante das análises feitas e dos dados obtidos, tornou-se possível apontar uma possível solução para remediação daquelas que seria as dificuldades mais relevantes. Como é sabido que um dos grandes problemas enfrentado pela região é o mercado informal, e que essa atividade prejudica todo o sistema. Foi observado que boa parte

das empresas emergentes que vivem na informalidade, tem como fundamento principal de permanência a obtenção de “vantagem”. Ou seja, não pagar tributos é uma despesa a menos em sua atividade produtiva. Pelo qual, a falta de informação é o principal fator causador desse processo. Pois a própria realidade industrial contradiz isso, que, apesar de todas as dificuldades enfrentadas, a formalização é o caminho mais adequado para o desenvolvimento da corporação, assim como da própria região.

Figura 33 – Gráfico processo de atuação/SEA



Fonte: Pedro Felipe(2015)

A proposta seria a criação de uma instituição que aqui vamos chamar de **SEA (Sementeira Empreendedora do Agreste)**, fundamentada nos moldes do Armazém da Criatividade, porém, com algumas adaptações. Sua atividade consistiria em forma de incubação direcionada para empresas novas e emergentes do polo de confecções do agreste, voltadas unicamente a produção de vestuário. Em relação as novas empresas, as mesmas seriam selecionadas ainda dentro das universidades enquanto **embrião corporativo**, também através de indicações e direcionamento de instituições como a CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas), ou por iniciativa própria o que serviria também para a introdução das emergentes existentes no mercado. A estrutura seria

basicamente através de uma sede, na qual laboratórios e escritórios de distintos segmentos dariam suporte as corporações encubadas, bem como explicita o gráfico anterior. Com isso a instituição promoveria o envolvimento de profissionais qualificados da região, na atuação do projeto, assim como o envolvimento das universidades através de estágios, projetos de pesquisas entre outros.

O foco principal seria através da intervenção do design, com o desafio de melhorar a qualidade do produto, a identidade visual da corporação, branding, entre outros. A outra parte ficaria na assessoria das atividades tais quais, jurídica, administrativa e contábil.

O processo transcorreria num escopo de 12 meses, no qual seria ofertado a cada empresa encubada um pacote de ações onde estariam inclusos: Desenvolvimento e acompanhamento de uma nova coleção, logotipo, catálogo, fotos para publicidade e site.

Conclusão

Por fim, observando o que foi falado da região Agreste de Pernambuco, região do 2º maior polo de confecções do Brasil, podemos acompanhar na íntegra a aplicação de uma ação inserida nesse modelo. A parceria do governo estadual com o apoio do governo municipal em promover o surgimento do Armazém da Criatividade na cidade de Caruaru no ano de 2014, é uma ação que propõe mudança no cenário da região a partir dos novos empreendimentos impulsionados por essa iniciativa. Analisando o contexto histórico não é comum e ainda não está na nossa cultura, iniciativas emanadas do governo que se insiram dentro do modelo da TH. Porém, esta iniciativa oferta ainda possibilidade novos estudos e pesquisas, para que seja obtido um mapeamento mais consistente dos seus impactos envolvendo as três bases da TH, assim como seu reflexo na região.

A iniciativa supracitada promovida envolvendo as instâncias estaduais e municipais, é uma prática muito comum dos países centrais da Europa. Lá, como vimos o exemplo da Finlândia, é possível listar tantos outros modelos com efeitos bastante positivos. Logo, pode-se afirmar que tudo isso só foi possível mediante novas conjunturas políticas.

De acordo com Etzkowitz (2009), é preciso ter políticas específicas para as competências e capacidade de diferentes áreas. Contudo, na nossa região o Armazém da Criatividade é um exemplo claro oriundo de uma política específica. Destacando, que mesmo sendo uma ação do governo, foi proveniente da conexão com as outras bases para seu surgimento, o que reforça mais ainda o modelo da TH.

Sendo a confecção uma das grandes bases da economia no Agreste pernambucano, a falta de políticas específicas promove o que ocorreu com o estudo de caso abordado nessa pesquisa, o caso da empresa Rota do Mar.

Exemplo: o governo se comprometeu com a empresa, sobre iniciativa da própria empresa em desenvolver uma conexão bilateral com o governo, e assim construir uma nova estrutura para atender a demanda de crescimento da empresa e das demais da

região, na forma de um distrito industrial. Contudo, na teoria tudo funcionou perfeitamente, porém na prática nada saiu do papel.

Essa iniciativa seria um grande marco para a cidade onde tem o Moda Center Santa Cruz que é o maior centro atacadista de confecções do Brasil. Diante das evidências, fica claro o impacto negativo para a cidade e conseqüentemente para região, causada pela falta de interesse e a burocracia estabelecida na execução dessas políticas.

Também fica evidente que, sendo a Rota do Mar uma das maiores empresas de confecção do Estado e uma das maiores do país em seu segmento (representando a força da indústria local), e o Moda Center Santa Cruz um empreendimento bastante representativo para o Brasil e está localizado nesta cidade E, como força propulsora de toda essa economia, tem-se a iniciativa privada, ficando o governo municipal e estadual como meros coadjuvantes nesse contexto, com pouca ou quase nada de participação.

Complementando com o aprendizado da fundamentação teórica novamente, Etzkowitz (2009) ainda afirma que, se os níveis regional e local forem ativos e houver contribuição de universidades e da indústria também, então há uma base muito maior para desenvolver ideias criativas voltadas à inovação, bem como uma base melhor para a implementação, especialmente em níveis regionais e locais, que, por sua vez, tomando ainda o Agreste pernambucano como parâmetro, ele pulsa com vigor na região, carecendo apenas de mais políticas públicas específicas para o desenvolvimento econômico e social da sua cadeia produtiva. Outro fator importante seria o melhoramento na instância de governo municipal da região, no quesito, planejamento direcionado à interação com a indústria, a universidade e as próprias instâncias maiores do governo.

Logo, ocorrendo uma mudança na postura do governo em direcionar ações para atender e promover a economia local, como citado o exemplo dos EUA. Possibilitaria uma nova configuração socioeconômica local que, conseqüentemente refletiria na região. Abrindo caminhos para mais inovação e interação entre as bases da TH, proveniente disso, teria um grande campo de atuação para novos modelos empreendedores, assim como facilitaria a própria governabilidade municipal tendo em vista o suporte da universidade e da indústria como potenciais parceiras.

Referências

- Agência Estado. **"48% das empresas brasileiras fecham as portas depois de três anos"**. *Pequenas Empresas & Grandes Negócios*. Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI317221-17180,00-DAS+EMPRESAS+BRASILEIRAS+FECHAM+AS+PORTAS+DEPOIS+DE+TRES+ANOS.html>> Acesso em 04 de julho de 2015.
- AGOPYAN, Kelly Komatsu. **"Papel das empresas para uma nova sociedade"**. Congresso Gife. Disponível em: <http://congressogife.org.br/2014/blog/o-papel-das-empresas-para-uma-nova-sociedade/>> Acesso em 03 de agosto de 2015.
- Armazém da Criatividade. **"ARMAZÉNS DA CRIATIVIDADE"**. Disponível em: <http://www.armazemdacriatividade.org/#home>> Acesso em 18 de julho de 2015.
- BARRETO, Luiz. **"Taxa de Sobrevivência das Empresas no Brasil"**. *SEBRAE*. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Sobrevivencia_das_empresas_no_Brasil_2011.pdf> Acesso em 02 de julho de 2015.
- Câmara dos Deputados. **"O papel do Poder Legislativo"**. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/a-camara/conheca/o-papel-do-poder-legislativo#>> Acesso em 24 de julho de 2015.
- CARDOSO, Carmen; CUNHA, Francisco. **"Repensando a organização: Uma abordagem psicossociológica"**. TGI, Editora INTG. Recife: 2005
- CASSAPO, Filipe. **"A transformação de conhecimentos novos em resultados sustentáveis"**. *Pequenas Empresas & Grandes Negócios*. Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI240066-18478,00-INOVACAO+NO+BRASIL+X+INOVACAO+NO+MUNDO.html>> Acesso em 06 de julho de 2015.
- CASSIOLATO, J.; LASTRES, H., *et al.*, **"Aplicação do modelo hélice tríplice para incentivar o processo de inovação: A experiência da empresa Prática Produtos S/A"**. Disponível em: http://www.altec2013.org/programme_pdf/1236.pdf> Acesso em 08 junho de 2015.
- CNI. **"PERFIL DA INDÚSTRIA NOS ESTADOS"**. Disponível em: http://arquivos.portaldaindustria.com.br/app/cni_estatistica_2/2015/02/11/166/Perfil_da_lundustria_nos_Estados_Fevereiro2015.pdf> Acesso em 29 de junho de 2015.
- COX; J. W., HASSARD; J., DENZIN; N. K., ALMEIDA; J. F., PINTO; J. M., *et al.*, **"A possibilidade da investigação a 3: reflexões sobre triangulação (metodológica)"**. *Cies*. Disponível em: http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP60_Duarte_003.pdf> Acesso em 16 de agosto de 2015.

DRUCKER, Peter Ferdinand, *et al.*, "**SUSTENTABILIDADE ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO DE CASO EM UM HOME CENTER**". Disponível em: http://nippromove.hospedagemdesites.ws/anais_simposio/arquivos_up/documentos/artigos/67c43e754bd2f5d35771d57438000763.pdf> Acesso em 08 de junho de 2015.

ETZKOWITZ, Henry, *et al.*, "**O modelo da tríplice hélice como fator de desenvolvimento de Santa Rita do Sapucaí**". *Inatel*. Disponível em: http://www.inatel.br/empreendedorismo/documentos/doc_details/29-o-modelo-da-triplice-helice-como-fator-de-desenvolvimento-de-santa-rita-do-sapucaí> Acesso em 15 de abril de 2015.

ETZKOWITZ, Henry. Hélice Tríplice: "**Universidade-Indústria-Governo: Inovação em Movimento**". EDIPUCRS, Porto Alegre, 2009.

ETZKOWITZ, Henry; LEYDESDORFF, Loet, *et al.* "**A ABORDAGEM HÉLICE TRÍPLICE DAS RELAÇÕES ENTRE UNIVERSIDADE-INDÚSTRIA-GOVERNO**". *Simpoi*. Disponível em: http://www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2013/artigos/E2013_T00192_PCN67304.pdf> Acesso em 19 de julho de 2015.

FASCIONI, Ligia. "**Não precisa chutar o balde para empreender**". Ligia Fascioni. Disponível em: <http://www.ligiafascioni.com.br/2015/06/nao-precisa-chutar-o-balde-para-empreender/>> Acesso em 14 de julho de 2015.

FEIRA DA SULANCA, José Augusto Maia e Banda Cor do Forró. "**Canta seu povo e sua história**". Faixa 4. CD SONOPRESS. 1996.

FERRAZ, João Carlos; KUPFER, David; HAGUENAUER, Lia. *Et al.* "**A INOVAÇÃO COMO FATOR DE VANTAGEM COMPETITIVA DO ETANOL DE CANA NO MERCADO BRASILEIRO DE COMBUSTÍVEIS**". *Mackenzie*. Disponível em: <http://mackenzie.com.br/dhtm/seer/index.php/jovenspesquisadores/article/viewFile/825/349>> Acesso em 11 de julho de 2015.

FIDALGO, António. "**O que é a universidade?**". *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/~fidalgo/ubiversidade/O-que-eh-a-universidade.html>> Acesso em 11 de junho de 2015.

FIGUEIRÔA, Antonio. "**Prefeito de Santa Cruz atende solicitação da Rota do Mar**". *Infodiversidade*. Disponível em: <https://infodiversidade.wordpress.com/page/42/?pages-list>> Acesso em 14 de abril de 2015.

FREIRE; Paulo, GENGHINI; Edna, PAIM; Sara. *et al.*, "**O papel da universidade**". *Web Artigos*. Disponível em: <http://www.webartigos.com/artigos/opapeldauniversidade/20572/#ixzz3hsLRy4cW>> Acesso em 18 de junho de 2015.

FREITAS, Eduardo De. "**Industrialização do Brasil**". *Brasil Escola*. Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/brasil/industrializacao-do-brasil.htm>> Acesso em 29 de outubro de 2015.

Guia de Direitos . "**Governo Federal**". Disponível em:
http://www.guiadedireitos.org/index.php?option=com_content&view=article&id=1063&Itemid=281> Acesso 23 de julho de 2015.

Jusbrasil. "**Empresa privada**". Disponível em:
<http://jb.jusbrasil.com.br/definicoes/100005429/empresa-privada>> Acesso em 25 de julho de 2015.

Jusbrasil. "**Poder Executivo Federal**". Disponível em:
<http://www.jusbrasil.com.br/topicos/297860/poder-executivo-federal>> Acesso em 24 de julho de 2015.

LACERDA, Angela. "**Na capital do jeans desemprego zero**". *Estadão*. Disponível em:
<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,na-capital-do-jeans-desemprego-zero-imp-,652693>> Acesso em 18 de julho de 2015.

LARAIA, Roque de Barros. "**Cultura um conceito antropológico**". Rio de Janeiro: 1986,. Cromosete Gráfica e Editora.

MARCONI, Eva. LAKATOS, Marina. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARQUES, Fabrício. "**Muito além das patentes**". Edição 197. *Pesquisa Fapesp*. Disponível em <<http://revistapesquisa.fapesp.br/2012/07/16/muito-alem-das-patentes/>> Acesso em 26 de novembro de 2014.

MARQUES, José Roberto. "**QUAL É A DIFERENÇA ENTRE OBJETIVO E META?**". *JRM Coaching*. Disponível em: <http://www.jrmcoaching.com.br/blog/qual-e-a-diferenca-entre-objetivo-e-meta/>> Acesso 08 de maio de 2015.

MCTI. "**Perguntas Frequentes**". Disponível em: <http://www.mcti.gov.br/perguntas-frequentes#titulo3>> Acesso em 02 de agosto de 2015.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom, *et al.*, "**Vozes da Sulanca: a história oral sobre a instituição da feira da Sulanca no agreste de Pernambuco**". Disponível em:
<http://diversitas.fflch.usp.br/sites/diversitas.fflch.usp.br/files/Vozes%20da%20Sulanca%20a%20hist%C3%B3ria%20oral%20sobre%20a%20institui%C3%A7%C3%A3o%20da%20feira%20da%20Sulanca%20no%20agreste%20de%20Pernambuco%20-%20Annahid%20Burnett%20.pdf> > Acesso em 17 de junho 2015.

Moda Center Santa Cruz. "**O Parque**". Disponível em:
<http://www.modacentersantacruz.com.br/o-parque.php>> Acesso em 03 de julho de 2015.

NOGUEIRA, Marco Aurélio. "**Universidade, conhecimento e opinião**". *Acessa*. Disponível em: <http://www.acessa.com/gramsci/?page=visualizar&id=38>> Acesso em 22 de junho de 2015.

Pesquisa Moda Center Santa Cruz. "**As fronteiras da atividade empreendedora baseada no Moda Center Santa Cruz**". Disponível em:

http://www.modacenter2.dominiotemporario.com/SEDAM/Estudo_-_As_fronteras_da_atividade_empreededora_baseada_no_Moda_Center_Santa_Cruz.pdf> Acesso em 12 de janeiro de 2015.

Polo Comercial de Caruaru. "**Polo**". Disponível em: <http://polocaruarupe.com.br/polo/>> Acesso em 03 de julho de 2015.

Portal Brasil. "**Conheça os órgãos que formam o Poder Judiciário**". Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/governo/2009/11/conheca-os-orgaos-que-formam-o-poder-judiciario>> Acesso em 25 de julho de 2015.

Portal da Indústria. "**62% dos empresários consideram o grau de inovação no Brasil baixo ou muito baixo, aponta pesquisa da CNI**". Disponível em: <http://www.portaldaindustria.com.br/cni/imprensa/2015/05/1,62121/62-dos-empresarios-consideram-o-grau-de-inovacao-no-brasil-baixo-ou-muito-baixo-aponta-pesquisa-da-cni.html>> Acesso em 05 de agosto de 2015.

RIBEIRO, Renato Janine, *et al.*, "**Papel da universidade é mudar a realidade social, dizem especialistas**". *Portal Inep*. Disponível em: http://portal.inep.gov.br/visualizar//asset_publisher/6AhJ/content/papeldauiversidadeemudararealidadesocialdizemespecialistas?redirect=http%3A%2F%2Fportal.inep.gov.br%2Fvisualizar%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_6AhJ%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn2%26p_p_col_pos%3D1%26p_p_col_count%3D2%26p_r_p_564233524_tag%3Dsinaes> Acesso em 16 de junho de 2015.

SALDAÑA, Paulo. "**Corte de verba do governo já atinge universidades federais**". *Nossa Educação. Estadão*. Disponível em: <http://educacao.estadao.com.br/blogs/paulo-saldana/corte-de-verba-do-governo-ja-atinge-universidades-federais/>> Acesso em 15 de julho de 2015.

SANT'ANNA, Márcia. *et al.*, "**Vozes da Sulanca: a história oral sobre a instituição da feira da Sulanca no agreste de Pernambuco**". Disponível em: <http://diversitas.fflch.usp.br/sites/diversitas.fflch.usp.br/files/Vozes%20da%20Sulanca%20a%20hist%C3%B3ria%20oral%20sobre%20a%20institui%C3%A7%C3%A3o%20da%20feira%20da%20Sulanca%20no%20agreste%20de%20Pernambuco%20-%20Annahid%20Burnett%20.pdf>> Acesso em 17 de junho de 2015.

SANTOS, José Luiz dos. "**O que é cultura**". Editora Brasiliense, São Paulo: 1983.

SCHREIBER, Mariana. "**Ajuste fiscal x 'pátria educadora': entenda os cortes anunciados pelo governo**". BBC Brasil. Disponível em: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/01/150108_corte_contas_ms_lgb> Acesso em 15 de julho de 2015.

SEBRAE, Arranjo Produtivo. "**Estudo sobre o Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco**". Disponível em: <http://www.pe.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PE/Sebrae-realiza-novo-Estudo-sobre-o-Polo-de-Confec%C3%A7%C3%B5es-do-Agreste-de-Pernambuco>> Acesso em 02 de julho de 2015.

SEBRAE. "**Empreendedorismo na Região Nordeste do Brasil**". Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_nordeste.pdf> Acesso em 23 de fevereiro de 2015.

Stanford University. "**The Triple Helix concept**". Disponível em: http://triplehelix.stanford.edu/3helix_concept> Acesso em 22 de janeiro de 2015.

Sua Pesquisa. "**A Industrialização no Brasil**". Disponível em: http://www.suapesquisa.com/historiadobrasil/industrializacao_brasil.htm> Acesso em 3 julho de 2015.

Toritama Jeans, "**Parque das Feiras, Toritama – PE**". Disponível em: <http://toritama-jeans.com/parque-das-feiras-toritama>> Acesso em 04 de agosto de 2015.

Triple Helix Research Group-Brasil. "**Sobre a Triple Helix**". Disponível em: <http://www.triple-helix.uff.br/sobre.html>> Acesso em 18 dezembro de 2014.

Tv Clube, Rede Record. "**Sta. Cruz do Cap.-PE é a cidade de que mais recebe turistas no estado**". *Youtube*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ntfSWIteUq4>> Acesso em 25 de junho de 2015.

TYLOR, Edward. Apud LARAIA, Roque de Barros. "**Cultura um conceito antropológico**". Rio de Janeiro: 1986, Cromosete Gráfica e Editora.

YIN, R. K. "**Estudos de caso: planejamento e métodos**". 3. ed. Porto Alegre: 2005, Bookman.

FONTES ORAIS

NUNES, Fátima. "**Nos primeiros anos a imagem que eu tenho é muito negativa...**". Entrevistador: Pedro Felipe. Santa Cruz do Capibaribe, 10 de jul. 2015.

BARROS, Flávio. "**O prefeito de lá rapidamente cuidou em acomodar a todos...**". Entrevistador: Pedro Felipe. Santa Cruz do Capibaribe, 18 de jul. 2015.

BEZERRA, Luís Carlos. "**No início que podia pegava a mercadoria e ia vender fora...**". Entrevistador: Pedro Felipe. Santa Cruz do Capibaribe, 15 de jul. 2015.

XAVIER, Arnaldo. "**A indústria é quem emprega, distribui renda, é o que faz o país girar...**". Entrevistador: Pedro Felipe. Santa Cruz do Capibaribe, 20 de jul. 2015.

IMAGENS

Figura 1 – Trílice Hélice. Fonte: adaptado de Etzkowitz, Leydesdorff, et al., (2008).

Figura 2 – Modelo de inovação da TH. Adaptado de: <http://trail.ulster.ac.uk/wp-content/uploads/2010/01/triple-helix-trail.png>> Acesso em 18 de dezembro de 2014

Figura 3 – Tipos de organização. Fonte: Cardoso e Cunha (2005)

Figura 4 – Gráfico roteiro. Fonte: Adaptado de Pedro Felipe(2015)**Figura 5** – Gráfico linha do tempo polo de confecções do agreste. Fonte: Pedro Felipe(2015)

Figura 6 – Tradicional feira de mangaio, Avenida Padre Zuzinha, centro, Sta. Cruz do Cap.-PE, 1947. Foto: Antônio Aragão(2015)

Figura 7 – Pedro Diniz, Manoel Caboclo e Dedé Moraes. Comerciantes pioneiros da feira da sulanca. Foto: Livro, História de Santa Cruz do Capibaribe, Júlio Ferreira de Araújo(2003).

Figura 8 – Bal e Pedro Neves, as primeiras viagens com mercadoria. Foto: Acervo da família Neves(2015)

Figura 9 – Dona Mãezinha Félix, pioneira na fabricação de cobertas. Foto: Acervo da família(2015)

Figura 11 – Início da feira da sulanca, Rua Nova, centro, Sta. Cruz do Cap.-PE, década de 1970. Foto: José Romildo Beserra(2015)

Figura 12 – Fabrico de Fátima Mestre, Sta. Cruz do Cap.-PE, década de 80. Foto: José Romildo Beserra(2015)

Figura 13 – Fabricos, Vila de Poço Fundo, Sta. Cruz do Cap.-PE, 2004. Foto: Arnaldo Vitorino(2015)

Figura 14 – Feira da sulanca, Sta. Cruz do Cap.-PE, década de 1990. Foto: Acervo pessoal, Prefeitura de Sta. Cruz do Cap.-PE(2015)

Figura 15 – Feira da sulanca, Caruaru.-PE, décadas de 2000 e 1990. Foto: Google imagens. Disponível em:

<http://www.coutinhopoesiasesonho.com/Images/feiracaruaru1.jpg>

<http://www.jornalextra.com.br/portal/wp-content/uploads/2013/12/feira-da-sulanca-caruaru-A10-CMYK-C%C3%B3pia-660x375.jpg>> Acesso em 03 de julho de 2015.

Figura 16 – Polo Comercial de Caruaru, década de 2000. Foto: Google imagens, Disponível em:

http://www.caruaru360graus.com.br/portal/download/download/_a1997702cc4b54f8f54ff302178c7d39.jpg

http://www.polocaruarupe.com.br/chip/fotos/polocaruaru_1386259637_corredor_1.jpg> Acesso em 03 de julho de 2015.

Figura 17 – Parque de feiras de Toritama, década de 2000. Foto: Google imagens, Disponível em: <http://www.radiotoritama.com.br/portal/wp-content/uploads/2015/01/ParquedasFeirasShopping-Toritama-PE.jpg>> Acesso em 04 de agosto de 2015.

Figura 18 – Moda Center Santa Cruz, Sta Cruz do Cap.-PE, 2015. Fonte: Arquivo do Moda Center Santa Cruz(2015)

Figura 19 – Modelos de surgimento de empreendimentos. Fonte: Pedro Felipe(2015)

Figura 20 – Caminhos para a inovação. Fonte: Pedro Felipe(2015)

Figura 22 – Origem da empresa Rota do Mar. Fonte: Arquivos da empresa(2015)

Figura 23 – Ações de marketing. Fonte: Arquivos da empresa(2015)

Figura 21 – Evolução da marca. Fonte: Site da empresa(2015)

Figura 24 – Apoio aos esportes. Fonte: Arquivos da empresa(2015)

Figura 25 – Projeto social. Fonte: Arquivos da empresa(2015)

Figura 26 – Biblioteca do conhecimento. Fonte: Arquivos da empresa(2015)

Figura 27 – Gráfico da relação dos municípios empreendedores. Fonte: [http: Pesquisa Moda Center Santa Cruz](http://Pesquisa Moda Center Santa Cruz)

Figura 28 – Gráfico de relação com a TH/Rota do Mar. Fonte: Pedro Felipe(2015)

Figura 29 – Entrada Armazém da Criatividade. Fonte: Site da instituição(2015)

Figura 30 – Vista geral. Fonte: Site da instituição(2015)

Figura 31 – Gráfico de relação com a TH/Armazém da Criatividade. Fonte: Pedro Felipe(2015)

Figura 32 – Gráfico processo de atuação/Armazém da Criatividade. Fonte: Pedro Felipe(2015)

Figura 33 – Gráfico processo de atuação/SEA. Fonte: Pedro Felipe(2015)