Jornal da Unicamp

SUPLEMENTO ESPECIAL

A UNICAMP NO SALÃO

Unicamp mostra projetos no Salão de Inovação

MANUEL ALVES FILHO
manuel@reitoria.unicamp.br
RAQUEL DO CARMOS SANTOS
kel@unicamp.br

A Unicamp leva ao II Salão de Inovação Tecnológica, que ocorrerá entre os dias 29 de julho e 2 de agosto, uma série de trabalhos desenvolvidos por pesquisadores da área de tecnologia. Produtos, equipamentos e sistemas inovadores serão apresentados em forma de pôsteres, vídeos e kits de experimentos em um estande medindo aproximadamente 100 metros quadrados, instalado no Expo Center Norte, em São Paulo. Um dispositivo que faz a identificação de impressões digitais e um software capaz de detalhar o cérebro em forma tridimensional (3D) são exemplos dos frutos gerados por essas pesquisas.

A participação no evento, promovido pelo Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), é uma excelente oportunidade para a Universidade divulgar projetos que trazem impactos positivos para a sociedade, conforme o assessor da Pró-Reitoria de Extensão, professor Denis Schiozer. "É uma forma de mostrarmos para a comunidade como estamos contribuindo para o desenvolvimento do país, por meio da inovação tecnológica, da formação de recursos humanos e das atividades de extensão", afirma.

Universidade apresenta pesquisas resultantes de investigações científicas conduzidas em seus laboratórios

Trata-se também de uma chance para que a Unicamp apresente às agências de fomento e aos diversos segmentos da indústria, que estarão representados no Salão, alguns resultados importantes das investigações científicas conduzidas em seus laboratórios. A iniciativa do MCT, explica Schiozer, amplia o contato com esses atores e abre perspectivas para futuras parcerias. O Salão representa, ainda, um estímulo aos pesquisadores, que se sentem recompensados por colaborar com o avanço tecnológico do Brasil. A Universidade aproveitará o evento para enfatizar outras ações em apoio à inovação tecnológica, como a recém-criada Agência de Inovação da Unicamp (Inovacamp).

"Além disso, estaremos mostrando alguns exemplos de parcerias firmadas entre a Unicamp e empresas privadas, assim como exemplos de produtos gerados a partir da cooperação com incubadoras", diz o assessor da Pró-Reitoria de Extensão. Ele lembra que, em razão do espaço limitado, seria impossível divulgar todo o potencial da Universidade durante o Salão. Entretanto, o público contará com um cadastro de informações, por meio do qual poderá deixar perguntas que serão endereçadas posteriormente aos professores e pesquisadores. "Nós também ofereceremos acesso, via internet, à Universidade e aos sistemas das unidades de ensino e pesquisa, de modo que os visitantes possam tomar contato, no próprio local, com o maior volume de dados possível. Como complemento, estaremos distribuindo fôlderes das Faculdades, Institutos, Centros e Núcleos", acrescenta Schiozer.

Foto: Antoninho Perri

Estande da Unicamp no I Salão de Inovação, realizado no ano passado: impactos positivos para a sociedade

Inovar para competir

CARLOS HENRIQUE DE BRITO CRUZ

A recente criação, pela Unicamp, de uma Agência de Inovação para azeitar e intensificar sua tradição de parcerias estratégicas com os setores de produção de bens e serviços – públicos ou privados – sugere uma reflexão sobre o estágio inovativo da indústria nacional, sua competitividade atual e a responsabilidade que tem nisso a universidade brasileira, sobretudo aquela que é capaz de gerar conhecimento novo.

No último meio século o Brasil construiu um respeitável parque produtivo que prima pelo tamanho e pela diversidade. Além das áreas clássicas da indústria de transformação, como a metalúrgica, a siderúrgica, a automotiva, a de papel e celulose etc, o país tem se destacado, mais recentemente, em domínios antes só acessíveis a umas poucas nações, como a aeronáutica e a exploração do ciclo completo do petróleo, sem falar no avanço espetacular do agronegócio nos últimos trinta anos.

Paralelamente, o Brasil tem sido capaz de produzir ciência na fronteira do conhecimento. Um claro sinal disso é sua participação em publicações científicas internacionais, que aumentou de 0,3% para 1,5% desde 1980 – e cabe lembrar que artigos científicos equivalem a pesquisas realizadas. Ao mesmo tempo, graças à construção de um sólido sistema de pós-graduação a partir da década de 70, o Brasil está entre os raros países capazes de formar seis mil doutores por ano – boa parte deles engenheiros aptos a formular, gerar e desenvolver inovação.

Então por que o país, com tais indicadores positivos – atividade industrial diversificada, universidades que pesquisam e aproximadamente 80 mil cientistas qualificados –, continua a padecer do problema crônico da baixa competitividade em muitas de suas áreas produtivas? A explicação não é difícil e pode ser obtida num comparativo com, por exemplo, a Coréia do Sul, país que tem um terço da população brasileira, densidade industrial menor mas que pratica uma cultura de inovação que ainda nos falta. O segredo da indústria coreana, assim como acontece em outros países de industrialização avançada, foi empregar tantos cientistas quantos possível – cerca de 90% dos disponíveis no mercado coreano – os quais se dedicam diariamente a desenvolver pesquisa e desenvolvimento, enquanto a indústria brasileira, dispondo rigorosamente do mesmo número de cientistas, contenta-se em empregar apenas um décimo deles.

Não se trata, evidentemente, de falta de percepção ou de conservadorismo dos industriais brasileiros. Nunca foi fácil investir em pesquisa e desenvolvimento num cenário de intranqüilidade econômica, juros altos e moeda instável. Trata-se de um investimento caro e de retorno lento. Nos últimos oito anos a situação tornou-se menos inóspita com a relativa estabilidade da moeda, embora os juros continuem a ser um grave fator de desestímulo. Sobretudo a partir de 1998 a cultura da inovação logrou introduzir-se em alguns estamentos da indústria brasileira e o próprio Estado esboçou uma política – a meu ver bem sucedida – de apoio às atividades de P&D que incluiu a criação de fundos de apoio (os fundos setoriais) e a elaboração de uma Lei de Inovação cujo andamento no Congresso parece depender, agora, da vontade política do novo governo.

De todo modo basta ver a quantidade e a qualidade dos debates que se realizam sobre o tema, no país, para compreender que a inovação é hoje, entre nós, um processo tão necessário quanto irreversível. É, mesmo, uma questão de sobrevivência. A universidade pública, cuja função principal sempre foi ensinar e produzir profissionais competentes, graças, aliás, ao diferencial da pesquisa que produz, pode e deve ser o parceiro estratégico do setor produtivo nesse processo. Isto é algo que deixa para trás o modelo clássico da interação universidade-empresa baseado no conceito de que os laboratórios acadêmicos fariam a inovação de que a indústria necessita, quando essa vocação, nos países competitivos, é da própria indústria e não se separa de seus fins.

Se ninguém conhece melhor as demandas de mercado do que a própria empresa, a universidade pode ser para ela um aliado precioso na identificação de oportunidades tecnológicas, na formulação de projetos cooperativos, na estimulação de empresas ou setores de base tecnológica, na implantação ou no fortalecimento de atividades de P&D e até mesmo na captação de recursos para projetos de interesse comum. São pontos que constam da plataforma de trabalho da Agência de Inovação (www.inova.unicamp.br) que a Unicamp acaba de instalar em seu campus de Campinas, e que desde já mantém suas portas abertas à sociedade e ao empresariado interessado nas atividades de inovação.

Foto: Antoninho Perri

O reitor Brito Cruz: parcerias estratégicas

Carlos Henrique de Brito Cruz, físico e engenheiro de eletrônica, é reitor da Unicamp desde abril de 2002