

# Agência de Inovação na vitrine do 3º Salão

CLAYTON LEVY

clayton@reitoria.unicamp.br

A participação da Unicamp no 3º Salão e Fórum Nacional de Inovação Tecnológica e Tecnologias Aplicadas Nas Cadeias Produtivas – Brasil TEC 2004 – não se limitará à exposição de projetos desenvolvidos por pesquisadores das várias áreas do conhecimento. O exemplo de sucesso da recém-criada Agência de Inovação (Inova) também estará entre as contribuições que a instituição levará para o evento. Em pouco mais de um ano, a Inova conseguiu licenciar 23 patentes. Trata-se de um número de licenciamentos três vezes maior do que o registrado em toda a história da Universidade e um recorde no meio acadêmico nacional. A agência também ajudou a Unicamp a ser escolhida pela Finep – Financiadora de Estudos e Projetos, ligada ao Ministério de Ciência e Tecnologia – como a instituição de pesquisa que melhor faz inovação tecnológica na região Sudeste do País. Agora, a Unicamp participará da etapa nacional, cuja cerimônia acontece em 2 de dezembro, no Palácio do Planalto, em Brasília (DF), com a presença do presidente Luís Inácio Lula da Silva. Em entrevista ao **Jornal da Unicamp**, o diretor executivo da Agência de Inovação, Roberto Lotufo, fala sobre os resultados alcançados e as perspectivas futuras.

UNICAMP no Salão de Inovação



**Jornal da Unicamp – Em apenas um ano, a Inova alcançou resultados expressivos, como o licenciamento de 23 patentes e a conquista do prêmio Finep de inovação tecnológica na região Sudeste. A que o senhor atribuiu esse rápido sucesso?**

**Roberto Lotufo** – O aspecto mais importante está ligado ao fato de a criação da Agência fazer parte de um projeto da Reitoria desde o início da atual gestão. A Agência foi planejada pelo reitor Brito Cruz muito antes dela começar a existir. Um segundo fator que também contribuiu para o sucesso foi a contratação de pessoas que vieram de fora da universidade. Profissionais com experiência de mercado que ajudaram a criar internamente um ambiente favorável para a consolidação de parcerias. O tempo todo estamos procurando a

melhor forma de nos relacionar, tanto interna como externamente. Apesar de a Unicamp já ter uma tradição no relacionamento universidade-empresa, constatou-se que nem todos os professores têm facilidade para a negociar suas patentes. Um dos nossos desafios é facilitar as parcerias para esses professores. A questão do licenciamento das patentes, em particular, se insere bastante nesse aspecto. Como a propriedade da patente é da universidade, a Agência realiza esse trabalho sem a necessidade de o pesquisador estar muito envolvido na negociação. Com isso conseguimos favorecer muitos pesquisadores que não estão muito familiarizados com a realização de projetos de convênios.

**JU – Além do incremento das parcerias com a iniciativa privada, quais os impactos positivos que os resultados alcançados estão gerando na universidade internamente?**

**Lotufo** – Ao pensarmos a missão da Agência, estabeleceu-se que as parcerias realizadas externamente também teriam como objetivo fortalecer o ensino e a pesquisa internamente. Não estamos simplesmente indo atrás de projetos de parceria sem que isso traga algum benefício para a universidade. Queremos que esse trabalho resulte numa melhor formação dos alunos e numa maior capacidade de pesquisa. A consequência disso é o desenvolvimento socioeconômico do país. Para isso, procuramos estabelecer convênios que possam agregar mais recursos e desafios e, ao mesmo tempo, oferecer à sociedade a tecnologia desenvolvida pela Unicamp. Além disso, há uma área da Agência dedicada às parcerias com prefeituras e órgãos públicos. A partir desse ano queremos incrementar esse setor. Estamos planejando, para março, a realização de um evento para apresentar às prefeituras projetos desenvolvidos pelos professores, voltados para a administração pública. Será um workshop de parceria com as prefeituras.

**JU – A idéia é manter um equilíbrio entre as parcerias estabelecidas com a iniciativa privada e com as administrações públicas?**

**Lotufo** – Esse equilíbrio é importante e já faz parte da tradição na Unicamp. O número de convênios estabelecidos com empresas privadas é equivalente aos estabelecidos com órgãos públicos. Isso é saudável. Queremos fortalecer os dois lados. As duas áreas relacionam-se com todas as unidades da Unicamp.

**JU – Outras universidades brasileiras, bem como em países vizinhos, como Argentina, Chile e Paraguai, estão se inspirando na experiência bem-sucedida da Unicamp para implantar suas próprias agências de inovação. Em sua opinião, quais os aspectos do modelo desenvolvido pela Unicamp que mais favorecem esse tipo de trabalho?**

**Lotufo** – É preciso destacar que o

sucesso da Inova está ligado a diversas características peculiares à própria Unicamp. Por essa razão, não é possível afirmar que o modelo desenvolvido por nós é o ideal para todas as universidades já que as outras instituições também contam com suas peculiaridades internas. O que podemos dizer é que o modelo desenvolvido serve à realidade da Unicamp. Nesse contexto, temos de ressaltar a postura da nossa Procuradoria Geral. Temos uma tradição de 15 anos na tramitação de processos de parceria. Houve um grande aperfeiçoamento e hoje a Unicamp conta com todo um sistema de contratação de convênios. Isso permite reduzir os possíveis conflitos de interesse que possam surgir ao se propor um projeto de convênio com empresas ou órgãos públicos. Esse é um aspecto delicado. Em nosso caso, o recorde de licenciamento de patentes alcançado nesse curto período, também tem de ser creditado ao envolvimento da Procuradoria Geral, que tem uma postura bastante moderna. Em alguns lugares, a instituição até tenta fazer algumas parcerias, mas acaba esbarrando na postura de sua procuradoria geral, que alega supostos impedimentos para a realização das parcerias. No caso da Unicamp, o que se percebe é que a Procuradoria Geral atua junto para encontrar uma solução legal. Houve várias reuniões até chegarmos ao modelo mais adequado à legislação vigente.

**JU – É possível dizer que o trabalho desenvolvido pela Agência de Inovação da Unicamp estaria ajudando a introduzir uma nova cultura no meio acadêmico no sentido de promover a inovação tecnológica?**

**Lotufo** – Essa nova cultura será fruto de um processo de aprendizagem. Na Unicamp, em particular, isso não é novo e nem surgiu com a Agência de Inovação. A universidade tem essa tradição desde a sua fundação. Quando o seu criador, Zeferino Vaz, idealizou a universidade, já o fez pensando nesse relacionamento com a sociedade. A Inova apenas conseguiu dar uma visibilidade maior a esse trabalho. O prêmio Finep de Inovação ilustra essa realidade. Esse é um prêmio conquistado pela Unicamp e não pela Agência de Inovação. Os trabalhos apresentados foram realizados pelos professores nos últimos três anos. A Agência de Inovação apenas teve a iniciativa de apresentá-los. Isso mostra qual é o papel da Agência. Ela não produz os trabalhos. Nós organizamos, disponibilizamos e divulgamos esses trabalhos.

**JU – Nesse sentido a Agência também se consolidou como um canal para divulgar o conhecimento gerado pela universidade?**

**Lotufo** – Sem dúvida.

**JU – A Unicamp e o Sebrae-São Paulo acabam de firmar um convênio para a realização de análises de viabilidade econômica de patentes depositadas pela Universidade. Qual a sua expectativa em relação a essa parceria?**

**Lotufo** – Trata-se de um projeto muito importante. O Sebrae contratou a Unicamp para fazer essas análises visando atrair o pequeno investidor. Vamos dividir o trabalho em lotes. O primeiro lote consta de dez patentes já selecionadas. O projeto todo inclui a análise de 360 patentes. O objetivo é desenvolver estudos estratégicos para identificar a melhor maneira de levar novas tecnologias para a sociedade. Com isso, estaremos convertendo o nosso banco de patentes num banco de oportunidades. Os estudos deverão sinalizar aspectos importantes como o valor necessário para investimento, o tempo necessário para desenvolvimento do produto, mapeamento da concorrência, legislação, etc.

**JU – Que benefícios isso trará para os pesquisadores?**

**Lotufo** – Há pesquisadores com perfil empreendedor, mas esses não constituem a maioria. A maior parte dos pesquisadores quer continuar no campo da pesquisa e disseminar seus inventos. Se conseguirmos atrair o pequeno empreendedor essas empresas poderão levar as novas tecnologias para a sociedade. Com isso, conseguimos, ao mesmo tempo, manter o pesquisador na universidade e aumentar o número de empresas que passarão a fazer pesquisa colaborativa com a instituição. Além disso, como as patentes ainda estão na fase inicial do processo de inovação, estas análises de viabilidade econômica poderão trazer informações importantes para o pesquisador. Eventualmente, ele poderá introduzir alterações no projeto visando tornar mais rápida sua inserção no mercado.

**JU – Quem realizará as análises?**

**Lotufo** – Aí também aparece outro aspecto inovador. Estamos treinando nossos próprios alunos, que realizarão as análises sob a supervisão da Agência de Inovação e dentro da metodologia estabelecida. Com isso, também estaremos formando novos profissionais. Esses alunos vêm de várias áreas. Muitos deles são ex-dirigentes de empresas juniores.

**JU – Um recente estudo divulgado pela ANPEI revela que a taxa de inovação da indústria brasileira é de 31%, o que está muito abaixo de países como a Alemanha, por exemplo, onde essa taxa chega a 60%. Além disso, a pouca inovação realizada pela indústria brasileira está concentrada nas empresas de grande porte. Em sua opinião, quais as principais causas desse quadro?**

**Lotufo** – São muitas as causas, mas podemos apontar, entre elas, o baixo número de pessoal qualificado atuando nas próprias empresas. O nosso cenário de desenvolvimento tecnológico apresenta uma grande distorção. A maioria dos pesquisadores está na academia e não nas empresas. A baixa taxa de inovação é reflexo dessa realidade. Além disso, nos países desenvolvidos, para cada Real que o governo coloca em programas de pesquisa e desenvolvimento, os empresários colocam outros nove. Ou seja, a iniciativa privada participa com 90% dos investimentos. Certamente, os empresários destes países se sentem bastante seguros para investir. No Brasil, infelizmente, não temos essa relação. Por isso a solução do problema não é fácil. É necessário estabelecer um contexto para que o empresário sintase seguro para investir em inovação. E isso depende de políticas consistentes. Nos últimos anos, principalmente a partir da década de 90, os indicadores de pesquisa melhoraram bastante. O número de publicações aumentou bem como o número de novos doutores formados. Isso foi resultado de políticas consistentes. Talvez agora esteja faltando uma política consistente de desenvolvimento tecnológico, o que passa pelas empresas e não apenas pelas universidades.

**JU – Qual o papel da universidade nesse contexto?**

**Lotufo** – Havia o mito de que o desenvolvimento tecnológico era papel da universidade. Mas esse papel cabe às empresas e não à universidade. Em todos os países desenvolvidos, sem exceções, esse trabalho é feito pelas empresas. O principal papel da universidade é formar mão-de-obra especializada. São esses profissionais que, uma vez na empresa, desenvolverão a inovação tecnológica. E para formar profissionais de qualidade é importante estabelecer parcerias, porque isso favorece a formação de nossos alunos.

O diretor executivo da Agência de Inovação, professor Roberto Lotufo: "Objetivo é identificar a melhor maneira de levar novas tecnologias para a sociedade"

