

PARCERIA

Inovacamp
vai avaliar
demandas do
setor privado
para direcionar
pesquisas

Unicamp investe na inovação

A Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) lançou no dia 15 de maio a Agência de Inovação da Unicamp (Inovacamp), coordenada por Carlos Américo Pacheco, professor do Instituto de Economia e ex-secretário executivo do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT). A agência tem o objetivo de organizar o trabalho de pesquisa realizado pela universidade e estreitar o relacionamento com as empresas e os governos.

Um dos primeiros desafios da Inovacamp será a implantação de um parque tecnológico em Campinas, que reunirá empresas voltadas para a inovação tecnológica. O primeiro passo é a realização de um estudo para definir como será esse parque e que tipo de segmento se pretende atrair. “As empresas de tecnologia da informação certamente estarão presentes, porque Campinas já possui várias companhias nessa área, mas podemos também trazer o setor nascente de biotecnologia”, diz Pacheco. A Unicamp recebeu R\$ 2,8 milhões da Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP) para fazer a pesquisa, que estará concluída em um ano.

Um papel importante da Inovacamp será o de melhorar o relacionamento

com parceiros estratégicos, como Petrobras e Embraer, que já desenvolvem com a Unicamp vários projetos de pesquisa, mas todos isolados, sem que exista uma coordenação central para traçar um plano de trabalho de longo prazo. “Hoje podemos ter duas ou três pesquisas acontecendo paralelamente para dois ou três departamentos da Petrobras, por exemplo, sem que haja integração entre elas”, afirma Pacheco.

Para atender aos parceiros estratégicos, a Inovacamp terá um corpo técnico especializado que fará a intermediação entre a empresa e os pesquisadores, centralizando todas as informações sobre os projetos de pesquisa em andamento. Com isso, pretende-se conhecer a estratégia de atuação da empresa e fazer com que esta saiba melhor o que a Unicamp tem a lhe oferecer. Segundo Pacheco, o importante é que, com essas informações, o grupo de técnicos possa definir o que será feito no longo prazo.

A agência vai trabalhar também para facilitar o acesso dos pesquisadores às fontes de financiamento. Esse trabalho já vem sendo feito, mas deverá tornar-se mais ativo. “Vamos ver quais as demandas reais do setor privado e, ao mesmo tempo, divulgar para as empresas as pesquisas que estão em andamento.

Muitas idéias boas ficam apenas dentro da universidade por não encontrarem canais para chegar ao mercado”, afirma.

Registro de produto - Uma das formas de identificar que tipo de pesquisa melhor atende às necessidades do setor privado é a realização de análises de algumas áreas, identificando rumos, tendências e desafios. A idéia não é necessariamente aumentar o número de parcerias, que já é grande, mas principalmente antecipar-se às necessidades. No ano passado, a Unicamp fechou 280 acordos com empresas e institutos do setor privado.

A propriedade intelectual também receberá a atenção. A Unicamp foi responsável por 88 das 234 patentes registradas por instituições públicas de pesquisa, entre 1997 e 2000. O desafio agora é fazer com que esses registros se tornem produtos. “Hoje, a patente é só um custo. Queremos transformá-la em licenciamento de tecnologia”, afirma.

Para Pacheco, este é um momento propício para iniciativas que tentam facilitar o relacionamento das universidades com os setores público e privado, porque existe uma consciência nacional sobre a importância da inovação tecnológica para o desenvolvimento do Brasil. ●