

Empreendedores e universidades têm o desafio de se aproximar para fomentar ambiente de inovação. Experiência nos EUA, onde empresas acompanham a formação de profissionais na academia, é referência

# Por uma linguagem comum

No teatro digital do século 21, dois atores exercem papel fundamental: o mercado e a academia. No entanto, existe uma dificuldade de diálogo entre empreendedores e pesquisadores dos bancos universitários. Ambos lidam com tecnologia, dedicam horas de trabalho em busca de inovação, transmitem conhecimento e experiência às novas gerações. Mas, frequentemente, falam línguas diferentes.

Os participantes do **Correio Talks Live** — Sebrae Inova 2021 entendem a necessidade de se construir uma ponte entre o empreendedorismo e o mundo acadêmico. Mas as necessidades do mercado e um certo entendimento restritivo do papel das universidades criam dificuldades para uma maior interação entre esses dois universos.

Valdir Oliveira, superintendente do Sebrae-DF, acredita que o diálogo deve partir tanto das empresas quanto da academia.

Para ele, as universidades precisam conversar com empresários para além dos espaços das incubadoras.

## Colaboração

“A solução é trazer o empresário para dentro da universidade, com uma linguagem simples e pragmática, mostrando a importância do que é desenvolvido na academia, para melhorar o universo deste empreendedor”, explicou.

A fim de estreitar a relação entre os diferentes atores do ecossistema digital — e não apenas o mercado e a academia —, a professora destacou a importância de duas ideias fundamentais: colaboração e ação concreta. “Colaboração com as Instituições de Ciência e Tecnologia (ICTs) para parcerias com o setor privado e com os governos, do DF e federal. E uma ação concreta: implementar de vez o Inova Brasília, entendendo que os entes do nosso ecossistema de inovação

já existem. O que falta é articulação”, defendeu.

Para o superintendente do Sebrae DF, não é apenas o excesso de trâmites administrativos que afasta o empreendedor da universidade: a linguagem da academia também precisa se aproximar. “A linguagem do empresário é uma linguagem fácil, voltada para o resultado. Se você traduzir o que é feito na academia em resultado, você vai chamar a atenção do empresário”, exemplifica. Na

opinião de Valdir, quando essa ponte for feita com excelência, haverá procura também por parte dos empresários para fazer parte dos espaços da academia.

Com a experiência de quem atua na área de gamificação, Iuri Costa destacou a potencialidade de inovação na área de educação. Ele destacou, por exemplo, a quantidade de empresas que utilizam ferramentas tecnológicas para o ensino. Esse segmento, por sinal, é o mais forte no Distrito Federal.

Fotos: Carlos Vieira/CB/D.A Press



Valdir Oliveira: ajuda a empreendedores no mundo digital



Iuri Costa: psicologia e entretenimento para o consumidor



Maria Emília Walker: ecossistema de inovação integrado

## Digitalização sem fronteiras

O diretor superintendente do Sebrae no Distrito Federal, Valdir Oliveira, destacou a vocação de Brasília para o empreendedorismo digital. Ele mencionou o próprio evento Inova Sebrae para atestar o crescimento exponencial do interesse por tecnologia e inovação no Distrito Federal.

Em 2019, na primeira edição do Sebrae Inova, Valdir lembrou que o evento contou com aproximadamente 800 inscritos. O encontro seguiu o formato presencial, com grandes estruturas para abrigar os participantes. Em 2020, a pandemia levou o Sebrae a adotar o modelo digital: com a participação online de convidados nacionais e estrangeiros na área de tecnologia, o Sebrae Inova Digital obteve 17 mil inscritos.

Este ano, a experiência foi ainda mais positiva. Em três dias de evento online e gratuito, o Sebrae Inova Digital 2021 reuniu 25 mil inscritos. Os participantes puderam ouvir debates sobre hiperconectividade, liderança e comunicação, temas essenciais no mundo dos negócios. Graças a esse formato, foi possível acompanhar, por exemplo, o testemunho de profissionais de tecnologia com atuação e influência em mecas da tecnologia, como o Vale do Silício, nos Estados Unidos.

Para o superintendente, as transformações na organização dos encontros obrigaram o próprio Sebrae a se adaptar à realidade digital. Segundo ele, esse esforço demonstra que a entidade não apenas defende a modernização do empreendedorismo e dos processos corporativos, mas também executa práticas inovadoras.

Valdir Oliveira explicou que as proposições defendidas pelo Sebrae Inova Digital se apoiam em um tripé: hiperconectividade, comunicação e liderança no ambiente de negócios e impactos tecnológicos. Na avaliação do superintendente, o caminho da inovação passa necessariamente pela compreensão dessas realidades.

Ele lembrou que a pandemia acelerou o processo de digitalização. Em questão de meses, empresas foram obrigadas a promover profundas rupturas, a fim de sobreviver e continuar a realizar negócios. “O futuro se antecipou ao presente”, comentou Oliveira, ex-secretário de Desenvolvimento Econômico do DF.

Em um contexto de grande transformação tecnológica, com fortes impactos econômicos e sociais, o representante comentou a importância de se estabelecer conexões para criar um ambiente inovador. É nesse sentido que ele considera estratégica, por exemplo, a parceria entre empreendedores e a universidade.

Segundo ele, há um gap entre quem gera os negócios e quem produz o conhecimento; na sua opinião, são dois mundos que deveriam caminhar lado a lado. “Nós temos uma dificuldade já vencida no mercado dos Estados Unidos, por exemplo. Quando se inicia um curso superior, as empresas vão até lá, conhecem as pessoas que estão entrando e começam um ‘namoro’. Os estudantes já saem de lá com emprego garantido”, exemplificou o superintendente do Sebrae.

**Nós temos uma dificuldade já vencida no mercado dos EUA. Quando os estudantes iniciam um curso superior, as empresas vão até lá. Eles já saem com emprego”**

**Valdir Oliveira,**  
superintendente  
do Sebrae-DF

## Gamificação é forte tendência

O consultor em Inovação e Gamificação do Sebrae DF, Iuri Costa, destacou a importância de empresas investirem em práticas como a gamificação. Ele ressaltou que essa técnica, incorporada ao mundo dos negócios, estimula os funcionários a agir de modo mais proativo. “Inovação é resolver o problema de forma antecipada e inteligente”, frisou o consultor.

Iuri Costa ressaltou que os brasileiros, apesar da conhecida criatividade, têm dificuldade em desenvolver uma mentalidade inovadora. Ele acredita que esse bloqueio vem de muito cedo, desde a formação escolar. “Precisamos mostrar aos brasileiros que eles não são uma nota na escola. A gente espera a prova para estudar. No mercado corporativo, a gente espera uma ordem para gerar uma motivação interna”, lamentou o especialista.

Ele observou que a gamificação é um importante meio de persuasão, utilizado habitualmente no mercado e no mundo corporativo. Costa desfez a ideia de que a gamificação significa apenas um jogo, uma maneira divertida de interagir. “A verdade é que 75% do método é psicologia e 25% é entretenimento”, esclareceu. E citou como exemplo as ofertas e promoções especificamente direcionadas ao cliente, a partir dos hábitos individuais de consumo.

O consultor esclareceu que a gamificação constitui um mecanismo para medir ou incentivar comportamentos específicos — ação feita por meio de recompensas. “Hoje

tudo é gamificado; milhas aéreas e curtidas em redes sociais são gamificação porque geram um comportamento”, descreveu Costa.

Em resposta a uma pergunta, Costa disse que a técnica não significa manipulação. “Quando você vai pegar um voo e a moça fala: ‘passageiros diamante, sigam para embarque imediato’, isso é gamificação. A empresa criou um benefício que você pode usufruir por meio de uma troca, sendo a troca o fato de que você provavelmente tem mais pontos ou viaja mais com aquela companhia. Você não pode pressupor que ela está te manipulando para que você compre mais dela, essa é uma decisão sua. Isso é gamificação”, resumiu.

Costa confirmou a importância da conectividade digital, mas lembrou que ela “não acontece apenas online”. “O digital potencializa o que você está fazendo”, afirmou. O especialista citou um exemplo pessoal. Certa vez, ele foi a um café na cidade, onde havia duas funcionárias. A primeira apenas o cumprimentou. A segunda o atendeu com interesse. “Com a primeira funcionária, eu compraria apenas um café. Mas, por causa da segunda, tomei três cafés e comprei várias trufas”, relatou.

Essa realidade é o objeto de trabalho do consultor do Sebrae. Nas palavras do especialista, ele se diz interessado na “padaria do Seu José”. “O Sebrae Inova Digital fez ferramentas simples, pro dia a dia, que todo mundo pode usar”, contou.

**Hoje tudo é gamificado; milhas aéreas e curtidas em redes sociais são gamificação porque geram um comportamento”**

**Iuri Costa,**  
consultor  
do Sebrae-DF

## Sem pesquisa, não há inovação

No mundo acadêmico brasileiro, inovação e pesquisa precisam acertar o passo. Esse é o entendimento da decana de Pesquisa e Inovação da Universidade de Brasília (UnB), Maria Emília Walter. “Em todo o Brasil, nossas universidades têm uma qualidade técnica enorme, mas a inovação não veio junto”, pontuou.

Durante a explanação no **Correio Talks**, a professora lembrou a vocação da UnB para a inovação, desde a inauguração, em 1962. “Os criadores desejavam criar uma experiência educadora unindo a modernidade das pesquisas tecnológicas com a produção acadêmica, capazes de melhorar a realidade brasileira”, contou a decana.

Segundo Maria Emília, o Brasil tem uma base sólida de produção científica e tecnológica. “Nesse contexto é que veio o decano em que atuo desde 2017, exatamente para contribuir mais fortemente para essa produção de propriedade intelectual e empreendedorismo”, explicou.

Para a decana, sem a pesquisa de excelência não há inovação. “Todas essas grandes inovações, Instagram, Facebook, Windows, nasceram em uma universidade. Precisamos de uma academia forte para permitir uma construção do conhecimento sólido. Tecnologias, como fibra óptica, infraestrutura de comunicação como um todo, têm um trabalho científico por trás. É importante que as pessoas saibam disso”, esclareceu.

Maria Emília comentou, ainda, ser preciso um apoio

do governo para gerar conhecimento. “O conhecimento que é gerado nas universidades pode não gerar educação, mas gera novas tomadas de posições em relação ao conhecimento estudado. Então, essa geração de conhecimento é que precisa ser aportada pelo governo”, destacou.

“Precisamos também da compreensão do setor privado de que o investimento na academia do Brasil leva à inovação. Do outro lado, esse é o trabalho que fazemos nas universidades, essa mudança de mentalidade, de trabalhar em conjunto com o setor privado e governo”, disse.

A decana apontou também que “as tecnologias sociais são fundamentais em um país de extrema desigualdade, como no Brasil”. De acordo com ela, a UnB aprovou, em 2020, uma política de inovação, baseada em uma quinta-pla hélice: “Tradicionalmente temos a tríplice hélice com academia, governo e setor privado. Acrescentamos duas hélices transversais, que são as tecnologias sociais e o meio ambiente”.

Maria Emília avaliou que o momento exige maior integração. “Estamos entrando em um novo mundo e precisamos estar atentos a essas mudanças. No meu ponto de vista, as universidades estão abertas, tanto para estudantes quanto para empresários. Vejo que é um mundo em transformação, que exige que todos tenham posturas diferentes, mas sempre com esperança. Sou otimista”, comentou.

**As universidades estão abertas para estudantes e empresários. É um mundo em transformação, que exige que todos tenham posturas diferentes. Sou otimista”**

**Maria Emília Walter,**  
decana de Pesquisa  
e Inovação da UnB