

# O talento tem que respirar



DANIELLA FERNANDES

TALITA MARÇAL

Imagine uma cidade cercada por arte e cultura. Nela, empresas inovadoras poderiam conviver com universidades e centros científicos e tecnológicos. Pessoas talentosas trabalhariam e morariam ali, desfrutando de áreas verdes e de boa qualidade de vida. Essa é a proposta de transformação urbana do 22@Barcelona, também chamado de Distrito da Inovação. O projeto está sendo desenvolvido na Espanha desde 2000 e ocupa um espaço de aproximadamente 200 hectares de solo industrial. Para falar do distrito inovador, o CEO do 22@, Josep Miguel Piqué, veio ao Brasil em 2009 para participar de um seminário sobre inovação promovido pela

prefeitura do Rio de Janeiro. Piqué também conversou com a Locus sobre essa nova geografia urbana, desenhada pela Economia do Conhecimento. Segundo ele, estamos entrando em um território sem modelos, pois a arquitetura da cidade do conhecimento extrapola o conceito de parques tecnológicos tradicionais e demanda que arte e cultura se integrem à ciência e à tecnologia. Quem habita essa nova urbe são talentos cuja habilidade não apenas é criar, mas saber compor redes, conectando realidades locais ao mercado global.

**Locus:** *O Distrito da Inovação é um novo modelo de cidade, é o modelo da cidade do conhecimento. Quais são as bases nas quais o 22@Barcelona está apoiado?*

**Piqué:** O 22@ é um projeto de transformação urbanística, econômica e social de um distrito decadente de Barcelona, que, no século XIX, era uma zona industrial. Além da recuperação da área, o distrito marca a tomada de consciência da nova Economia do Conhecimento e da urbanização dessa economia. O 22@ também potencializa a força da marca de Barcelona para vender-se ao mundo. A cidade já era vista como amiga pelos visitantes e turistas, mas o distrito inovador projeta ainda mais a capacidade de Barcelona ser amigável e atrativa, ao valorizar a nova economia, o talento e as pessoas.

**Locus:** *O talento é matéria-prima da Economia do Conhecimento. Como criar condições para desenvolvê-lo?*

**Piqué:** O talento tem que respirar. E respirar talento significa atrair, reter, desenvolver e criar de forma integrada. Se não temos talentos chineses e hindus suficientes nas nossas atividades diárias, dificilmente nossas empresas vão abordar mercados na China e na Índia. A lógica da atração é atrair os melhores ou pessoas desses territórios. A incorporação de elementos de fora também traz a vantagem de evitar grupos de pesquisa endogâmicos. Com a vinda e a instalação do talento, têm que ser criadas condições para que ele seja retido. A intenção do 22@Barcelona é atrair grupos de várias nacionalidades para formar comunidades conectadas entre si, local e internacionalmente. A ideia é que um recém-chegado possa conectar-se de maneira mais estruturada à sua comunidade de referência, no geral associada à comunidade linguística.

**Locus:** *Como a arte e a cultura podem influenciar a Economia do Conhecimento? É possível conectar*

*artistas e empresas?*

**Piqué:** Ao urbanizar-se, a Economia do Conhecimento permite que as atividades econômicas e industriais da cidade possam beneficiar-se do próprio ambiente urbano. A cidade não só é o espaço para viver e trabalhar, como é um local capaz de estimular e prover mensagens, impactando a cada segundo os talentos que ne-

“ Respirar talento significa atrair, reter, desenvolver e criar de forma integrada. Se não temos talentos chineses e hindus suficientes nas nossas atividades diárias, dificilmente nossas empresas vão abordar mercados na China e na Índia. ”

la vivem e gerando inovação. Passear por Barcelona e ver o Templo da Sagrada Família, de Gaudí, ou estar no 22@ e ver um artista atuar, não são mensagens neutras. Esse é um modo informal de impactar a cultura e as pessoas. Quando falamos em arte e cultura, temos que ficar atentos às suas duas expressões: a da indústria cultural, ligada à música, ao audiovisual ou ao mercado editorial, e especialmente, a da arte e da cultura como um elemento transversal que pode impactar em setores não necessariamente culturais. As Tecnologias de Informação são um setor vertical para as telecomunicações e também podem dar valor a outras áreas que utilizam tecnologias. O artista é criador, usuário, crítico e, sobretudo, capacitado para implementar um conceito, podendo, dessa maneira, participar do processo de criação de produtos e serviços mediante metodologias de inovação.

**Locus:** *O senhor poderia citar um exemplo dessa interação?*

**Piqué:** No 22@ há o programa *Disonancias*, no qual a GTD, empresa que desenvolve *software* para setores aeroespaciais, utiliza um conjunto de artistas para desenvolver uma nova nave não tripulada. Se a máquina de inovação em vez de ser

científico-tecnológica passa a ser artística, cria-se outra forma de inovar. No lugar do método científico, lógico e planejado, o método artístico, com sua criatividade. Percebemos, então, uma possibilidade de hibridação de grupos de cientistas e de artistas, ou de empresários e artistas, para o desenvolvimento de projetos não estritamente culturais ou artísticos. Inovar vira sinônimo de hibridar, tornando necessário inserir a arte e a cultura no processo de criação de novos produtos e serviços.

**Locus:** *Pensando nos países da América Latina, em especial no Brasil, como o senhor acha que a inovação pode contribuir para a transformação social?*

**Piqué:** Acho importante a mensagem de um sistema de inovação local e global que seja baseado no trabalho conjunto do trio governo, universidade e indústria. Para a criação da Economia do Conhecimento é determinante o papel da administração pública, nas esferas federal, estadual e municipal, e também a colaboração das empresas. Mas na América Latina, principalmente no Brasil,

“ Se a máquina de inovação em vez de ser científico-tecnológica passa a ser artística, cria-se outra forma de inovar. No lugar do método científico, lógico e planejado, o método artístico, com sua criatividade. ”

um fator essencial é a universidade ser uma instituição de referência em longo prazo. Se além da docência e da pesquisa, ela aceitar uma terceira função, a de transferência do conhecimento, teremos na América Latina a universidade como um dos grandes artífices do desenvolvimento econômico. A ela caberá desenvolver estruturas híbridas e mistas, como os parques científicos ou as incubadoras, que, em geral, são os meios de desenvol-

ver a economia e de ligar universidade e empresa a uma estrutura de integração mais eficaz. Se ainda urbanizarmos essa economia, não só transformamos o aspecto econômico como também o social. A Universidade de Barcelona usou a universidade como mecanismo de transformação social ao localizá-la em uma área antes degradada e que hoje é o 22@.

**Locus:** *O que seria necessário para que um distrito inovador fosse construído no Brasil?*

**Piqué:** Aqui, um dos pontos centrais é a instalação de *clusters* urbanos. Isso significa que precisamos ter no mesmo espaço físico universidades, centros tecnológicos e empresas “*tractoras*” (assim chamadas em espanhol por serem grandes empresas, geralmente de âmbito nacional e internacional, que incentivam o crescimento em uma dimensão macro. Elas também fomentam pequenas e médias empresas, ativando mundialmente economias locais). O segundo ponto é aproveitar a transformação como elemento de aprendizagem da cidade e forma de alavancar a compra pública. A transformação deve servir para desenvolver novas tecnologias, desenvolver cidades e, sobretudo, novas soluções de cidade. As novas tecnologias podem reabilitar setores antigos ou, no caso das tecnologias urbanas de circulação, repensar o transporte. O processo de transformação traz ainda para um pequeno empresariado local a possibilidade de aprendizado.

**Locus:** *Existem micro e pequenas empresas em 22@Barcelona? Como micro e pequenas empresas podem se conectar à Economia do Conhecimento?*

**Piqué:** Em 22@ existem empresas de todos os portes. Cada *cluster* tem grandes empresas “*tractoras*”, médias e pequenas, e ainda novas empresas saídas de incubadoras. No caso das pequenas e médias, é importante que não trabalhem sozi-

nhas e que estejam inseridas em uma cadeia de valor, que se “clusterizem”. Em um meio inovador, elas podem tirar vantagens de fusão ou de aquisição por parte de alguma outra empresa. O ideal é que trabalhem sabendo que seu produto ou serviço, ao final, vai ter como cliente alguém do *cluster*, por exemplo. Isso permite que suas curvas de aprendizagem sejam muito mais rápidas. Uma pequena empresa não precisa vender internacionalmente no seu primeiro dia, mas é fundamental que ela pense como inserir em uma escala de venda internacional o produto ou o serviço que desenvolve localmente, projetando-os para o mundo. Essa projeção das pequenas e médias empresas pode apoiar-se nas grandes empresas que as cercam em um ambiente criativo, pois são as grandes corporações que podem dotar as pequenas de capilaridade global.



**Locus:** *E quanto à capacidade de ruptura das micro e pequenas empresas?*

**Piqué:** Um professor chamado Jerry Engel fala da diferença entre a inovação de uma pequena empresa e a de uma grande. Na grande empresa tudo está sistematizado e há aversão ao risco. O bom da pequena empresa inovadora é que ela pode ser radical em sua proposta, porque não tem nada a perder. A partir do momento em que uma proposta radical de valor surge no mercado, se a grande corporação está afinada com as novas empresas ela pode absorver a inovação dentro da sua estrutura empresarial. O objetivo é que as cidades sejam meios que facilitem as possibilidades de interação das grandes corporações com pequenas empresas inovadoras.

**Locus:** *Como fica o papel das incubadoras no processo?*

**Piqué:** As incubadoras são a base para criar iniciativas empresariais. Elas devem apoiar não somente o nascimento das empresas, mas o crescimento e também os

chamados planos de saída. São eles que apontam caminhos. Se uma empresa será comprada por outra maior, se ela abrirá capital no mercado acionário vendendo-

 Uma pequena empresa não precisa vender internacionalmente no seu primeiro dia, mas é fundamental que ela pense como inserir em uma escala de venda internacional o produto ou o serviço que desenvolve localmente, projetando-os para o mundo. 

se ao IPO (Initial Public Offering), se optará por fusões e aquisições. O importante é que essa lógica prevê se uma empresa nasce com vontade de ser vendida, de entrar no mercado de capital ou de conseguir financiamento para crescer. As incubadoras também devem incorporar redes de *business angels*, investidores que além de injetar dinheiro compartilham experiência e as colocam em redes de contato. As incubadoras têm que saber o que fazer para as iniciativas crescerem, têm que conectá-las aos mercados de saída e, principalmente, aos mercados de capital.

**Locus:** *Quais são os desafios do Distrito da Inovação?*

**Piqué:** Temos dois grandes desafios relacionados ao crescimento econômico e territorial. Um é que a expressão de 22@ se expanda para o resto de Barcelona. Não a região de 22@, mas a equipe de transformação. E que o 22@ venha a liderar o desafio de mudança econômica do resto da cidade, uma zona franca de valor alimentar e o que será a zona do trem de alta velocidade, que ligará 22@ com La Sagrera, localidade de outro distrito de Barcelona. Enquanto desafio conceitual, temos o estabelecimento do diálogo entre arte, cultura e empresa. Entendemos que existem novas fronteiras e, por isso, estamos trabalhando em fábricas culturais e em como elas podem ser meios para conectar empresas e cultura. 