

Entrevista completa com o Professor D.r Marcus Vinicius Fonseca

O Professor Marcus Vinicius, Doutor pela USP, Professor e Pesquisador na área de Inovação na COPPE - UFRJ, é um grande acadêmico, mas acima de tudo um grande INOVADOR e EMPREENDEDOR, forças transformadoras presentes de forma marcante em sua personalidade, além de sua simpatia ímpar, que nos fizeram buscá-lo para conseguir essa entrevista de conteúdo rico e único.

I

FM: Professor Vinicius, vou começar com uma pergunta muito básica. O que é inovação?

MV: Flavio, em primeiro lugar, a partir de agora, vamos tirar o Professor Doutor e só vale Vinicius.

FM: Ótimo, vamos assim então.

MV: Respondendo a sua pergunta, INOVAÇÃO, a turma do mercado classifica como uma coisa chamada “dinheiro novo”, ou seja, alguma coisa que a sua empresa ainda não faz, e que busca através de incrementos e produtos já existentes ou em desenvolvimento e implementação de ideias novas, a conquista de mercados, que na verdade hoje não estão atendidos pela própria empresa ou pelas outras empresas que estão no mercado nacional ou internacional. Aí vale a pena a definição e a caracterização da INOVAÇÃO, que é muito diferente da descoberta e da invenção, porque primeiro você só descobre o que já existe, e na verdade a invenção só se transforma numa inovação, quando o mercado a aceita. É um equívoco você confundir o inventor com o inovador.

FM: O inovador faz...

MV: O inovador é aquele que tem o sucesso e o reconhecimento da sociedade onde está inserida a invenção que ele fez e que na verdade deu certo.

FM: Você já fez consultorias para grandes empresas, do ponto de vista da inovação, e deve ter conhecido muitos líderes com perfil inovador. Quais são as principais características de um líder inovador?

MV: Em primeiro lugar o líder inovador tem que ter clareza na intenção que explicita, para uma equipe que ele selecionou, do objetivo em relação ao alcance dos sucessos que ele está almejando em relação às inovações que ele está colocando como desafio para a sua equipe. Em segundo lugar, essa equipe que ele selecionou tem que ter autonomia.

FM: Não pode de maneira alguma ser um centralizador...

MV: Absolutamente não combina. Essa autonomia tem que ser adequada para que a equipe que também reúne uma variedade de expertises, possa trabalhar articulada. Um quarto viés, eu diria a você, que essa equipe tem que ser talhada para praticar uma coisa que a literatura caracteriza como redundância. O que seria isso? Esse líder tem que permitir que várias equipes dentro da organização dele estejam trabalhando no mesmo desafio, com uma característica básica: não podem estar juntas, nem conversar, nem trocar idéias.

FM: Podem competir?

MV: Podem competir, mas é aquela competição chamada competição com cooperação. O pessoal hoje chama de “coopetição”. O líder tem que entender que essa redundância, ou seja 2 ou 3 equipes trabalhando com o mesmo objetivo, é extremamente rica em relação a soluções alternativas e abordagens diferenciadas para poder alcançar o objetivo que o time está se propondo.

FM: E talvez até uma complemente a outra, sem saber...

MV: Sem dúvida alguma, essa é uma característica do líder, que é colocar essas equipes trabalhando em harmonia, a partir do momento que ele consegue depois coalescer as abordagens e deixar essa coisa fluir de uma maneira natural.

FM: Vinicius, eu vi recentemente uma palestra na internet, de uma professora de Harvard, que por acaso eu tive o prazer de conhecer pessoalmente, tendo sido aluno dela, chama-se Linda Hill. Essa palestra foi no TED, em Cambridge, nos EUA. Ela disse algo muito interessante, que tem tudo a ver com o que você acabou de falar, mas numa abordagem diferente. Ela diz o seguinte: “...inovação é uma jornada, é um tipo de solução de problemas de forma colaborativa, o tempo todo. Inovação não é obra de um gênio só. É um trabalho coletivo de gênios”. Peço que comente sobre essa colocação da Linda Hill.

MV: É exatamente isso. As inovações que realmente impactam, que atingem o mercado e fazem sucesso são aquelas que na verdade não vem de uma descoberta, de uma invenção ou não vem de um único indivíduo. Vem sim da chamada reunião dos fatores habilitadores que estão disponíveis no mercado e o inventor/inovador, na verdade as articula, de uma forma que elas complementarmente conseguem se juntar e formar o “algo novo”. Isso é muito difícil para uma pessoa só fazer. Por que? A reunião dessas competências normalmente não está em um único indivíduo, está num conjunto, numa “família”, numa equipe que se complementa e que tem informações bem distintas umas das outras.

FM: Tem formações diferentes...

MV: exatamente...

FM: Cabe ao líder inovador fazer com que esses times que ele montou se complementem...

MV: ...é isso.

FM: Vinicius, nós sabemos que inovação pode ser classificada do ponto de vista da tecnologia e do ponto de vista do mercado. Vamos focar aqui mercado, e sob esse ponto de vista a inovação pode ser MANTENEDORA; RUPTIVA ou DISRUPTIVA. Vamos falar de cada uma delas. Vc poderia explicar o que é uma inovação mantenedora?

MV: A MANTENEDORA, como o próprio nome diz, mantém a tecnologia existente e coloca alguns incrementos nos produtos ou processos, que na verdade respondem pela geração de um determinado produto. Por exemplo, um exemplo clássico, se você tem um automóvel e ele não trabalhava com um silencioso que tem um catalisador para acelerar a conversão toda dos resíduos orgânicos em CO2. No momento em que você coloca isso nos carros para que eles tenham um desempenho maior de limpeza em vez de poluição, você fez uma inovação incremental. Você pegou o silencioso do automóvel que já existia

e introduziu nele uma peça, um aparato cerâmico, que acelera esse processo de conversão dos resíduos orgânicos em CO₂.

FM: É como se estivesse aprimorando algo já existente...

MV: Isso. É um aprimoramento, onde você consegue fazer determinados incrementos nesses produtos e estes passam a atender a outras demandas importantes. Vou citar aqui um exemplo antigo, um rádio de pilhas. Ao reduzir, na época, o tamanho do rádio, conseguiu-se fazer com que as pessoas os portassem, levassem para as praças, para os estádios, etc. Então você fez um incremento aí.

FM: Vamos falar agora das inovações RUPTIVAS e DISRUPTIVAS. Qual você quer começar?

MV: Talvez essa abordagem das duas, seja interessante fazer mesmo ao par. Existe hoje no mercado, e até mesmo na literatura, uma confusão muito grande entre a inovação DISRUPTIVA e a RUPTIVA. Por que? Quando Clayton Christensen rotulou este termo, ele estava focalizando uma classe de produtos que já existem no mercado, mas na verdade não estão ao alcance de uma parte da população de menor poder aquisitivo. Então quando você tem, por exemplo, um carro 2.0 que custa 40.000 dólares, e você faz um 1.0 que usa os mesmos princípios de combustão, usa 4 pneus, tem 2 ou 4 portas, etc., no entanto tem um desempenho pior, comparativamente ao primeiro, mas permite o acesso de uma população que não tem condição de pagar por um carro 2.0. Se você considerar um restaurante, onde você entra, um garçom vem te atender e você pede uma refeição, aquele processo que há ali de atendimento, de prestação de serviço comparado com o de um restaurante de comida a quilo, nós estamos falando de uma inovação DISRUPTIVA. Ou seja, se você vai a um “Kilo”, você sabe que terá um atendimento que não será por um garçom que vem a mesa, apresenta o cardápio, pergunta o que você quer, etc. A comida estará apresentada a você em um buffet e você mesmo se serve. Muitos não gostam desse termo, mas para mim é o melhor, pois no momento que você rompe o que existia antes, que significa uma ruptura e parte para algo de tecnologia mais avançada, como por exemplo os celulares frente aos telefones fixos existentes na época, é realmente uma inovação RUPTIVA. Existe um imenso mercado e na minha opinião o Brasil é um país demandante fantasticamente pela inovação DISRUPTIVA. Hoje não há essa coalescência de termos, então essa separação tem que ficar muito nítida. Como se nós olhássemos a inovação RUPTIVA e a associássemos a inovação RADICAL, numa abordagem tecnológica e associássemos a inovação DISRUPTIVA à inovação FACILITADORA, pela também abordagem tecnológica.

FM: Quando você apresenta uma inovação DISRUPTIVA, você está abrindo mais possibilidade ao mercado, permitindo que pessoas com menos renda possam também consumir aquele tipo de produto numa versão mais barata...

MV: Sem dúvida alguma. Falando em cerâmica, por exemplo, há demanda por um porcelanato, mas na verdade existe mercado para um piso menos nobre também, que em vez de custar 100 a 200 reais/m², está custando 30.

FM: É isso aí. É importante para uma classe que demanda por material de construção, mas não quer e não pode pagar o produto top.

II

FM: Nós temos exemplos de países que mudaram radicalmente sua posição no mundo, através do incentivo à pesquisa e à inovação. Um bom exemplo é a Korea, que em uma geração mudou seu status na economia mundial, e hoje, se não está liderando, está competindo globalmente em muitos segmentos, como o automotivo, com Hyundai, o de eletrônicos e *gadgets*, com a Samsung, etc. Qual a posição do governo brasileiro e as políticas que vem sendo adotadas nessa direção? Qual é o cenário que temos no Brasil?

MV: Dois aspectos são importantes de destacar. Em primeiro lugar, o governo brasileiro financia e apoia a empresa privada com recursos subvencionados, que temos que reconhecer, é um extremo avanço em relação à política governamental nessa direção. O que chama atenção, é que isso não vem resultando numa melhora do nosso perfil. Para você ter uma ideia, o IBGE realiza a cada 3 anos uma pesquisa sobre inovação tecnológica, que começou a ser feita em 1998. Se nós olharmos a última pesquisa, e o cenário não mudou nada ou mudou muito pouco, vemos que 1/3 das empresas brasileiras são inovadoras, ou pelo menos se dizem assim, mas na verdade quando você se aprofunda na pesquisa, encontra dois dados assustadores que revelam que a política que está sendo adotada, em termos de governo federal e estadual, não vem resultando em grandes mudanças desse cenário. Vamos a um exemplo, uma empresa que produz velas de parafina e resolve produzir anjinhos de cera. Na verdade, ela está inovando para ela mesma, e não para o mercado, pois no fundo, no fundo, o mercado está inundado de anjinho de cera. Como impacto para o país, como impacto para a nação, em relação à balança comercial, à superávits, etc., o movimento que a empresa fez é praticamente nulo. Ou seja, a empresa que inovou para o mercado nacional, para o seu setor no Brasil, note que não estamos falando nem do internacional, esses números oscilam entre 0,5 e 3%. O que é muito pouco.

FM: É grave isso...

MV: É gravíssimo. Uma das filosofias que deveria mudar, e se você me permite eu vou usar um gancho com a Korea que você mencionou, se formos fazer uma comparação entre Brasil e a Korea, do ponto de vista do número de *papers* que são publicados por esses dois países, a diferença não é tão significativa, talvez a Korea publique um pouco mais...

FM: Você está falando de artigos acadêmicos...

MV: ...isso mesmo, artigos científicos publicados em revistas do mundo inteiro. Você vai chegar à conclusão que nós estamos muito bem, de certa forma equiparados com a Korea. Mas na verdade, a pergunta é: como transmutar esse conhecimento do *paper*, artigos científicos publicados por brasileiros, em desenvolvimento de inovações?

FM: Realizar isso, não é?

MV: Isso. A Korea nos dá um “banho”. Aí vem uma postura, que mais à frente podemos voltar a falar, que é o investimento na chamada cultura da inovação. Essa é uma tese, que eu defendo, que esse investimento do governo brasileiro não está sendo feito, em termos de mecanismos, meios e modos, como deveria ser para incentivar a INOVAÇÃO.

FM: Vamos supor que você fosse convidado para ser Ministro da Ciência e Tecnologia, o que você faria para mudar o Brasil, do ponto de vista de incentivo à INOVAÇÃO?

MV: Em primeiro lugar eu valorizaria outras produções acadêmicas, que não só o *paper*. Há um grande déficit de registros de marcas e patentes, mas acredito que não é o caso aqui de discutirmos, pois é um problema de burocracia que existe hoje, um tempo excessivo para que você consiga depositar e obter um registro de patente, reconhecida no Brasil. Vamos pular isso.

FM: É burocrático, é para ser resolvido, como outros tantos aspectos burocráticos no nosso país, mas não é nosso foco aqui.

MV: O investimento em termos de mudar essa cultura, em termos de induzir e implantar dentro do sistema universitário brasileiro, eu diria até mesmo das escolas técnicas federais e estaduais, o ensino e a prática do EMPREENDEDORISMO. É algo fundamental para que esse cenário possa mudar. A grande prioridade da imensa maioria dos alunos é conseguir um emprego no governo ou um emprego numa estatal. Isso significa uma aversão a empreender...

FM: ...ao risco, não é?

MV: Isso. Dessa forma, só você mudando essa cultura a partir de informações e de métodos desde a base da formação do indivíduo, você conseguiria mudar essa situação. E não se vê esse movimento. Eu estou na UFRJ, na COPPE e efetivamente eu não vejo nenhum movimento grande da universidade em cima do chamado ensino do EMPREENDEDORISMO. A nossa universidade está longe de ser uma “escola” empreendedora, como o modelo alemão, por exemplo.

FM: Eu mudaria o nome do seu ministério inclusive, você seria o Ministro da Cultura da INOVAÇÃO e do EMPREENDEDORISMO. A cultura, hoje existente, não é a que vai fazer o “ponteiro mexer”.

MV: Nós só vamos poder mudar esse cenário a partir de uma formação da base. E veja, isso não é um programa de governo, isso é um programa de Estado.

FM: Isso mesmo, não pode ser mudado a cada troca de governo. Poderia sim, ser aprimorado e desenvolvido passo a passo. Mas vamos continuar com nossa entrevista. Vinícius, diz pra gente o que é uma incubadora?

MV: É uma ideia genial, perante a nossa cultura no Brasil, é uma belíssima inovação. É um movimento que tem por objetivo trazer ideias que possam estar em pouco tempo, 3 a 5 anos, se transformando em produtos ou processos novos no mercado, ou até mesmo serviços. Esse movimento precisa ser incentivado, pois o pesquisador e o aluno, mesmo de pós-graduação da universidade do Brasil, não tem isso “na veia”, impregnado em sua formação, então a incubadora auxilia os pesquisadores e os empresários interessados em empreender, na focalização de negócios novos, que possam necessitar do apoio de preparação de um Plano de Negócios, de preparação de sua infraestrutura tecnológica... Tudo isso, essas incubadoras instaladas dentro das universidades, tem esse benefício que é de poder contar com uma estrutura laboratorial que vai auxiliar a tirar a ideia do papel e até da cabeça, e colocar de uma forma estruturada, que possa ser levada adiante e interessar a investidores ou órgãos governamentais, e transformada em realidade, gerando empregos, gerando renda. Isso é algo que está em grande evolução no Brasil, mas precisa de um incentivo muito mais pesado dos órgãos governamentais.

FM: Como entrar nessa incubadora dentro da universidade? Como se candidata a estar lá dentro, como uma empresa incubada? Assim que se chama?

MV: Isso mesmo. Por curiosidade, depois de passar pela incubadora ela passa a ser chamada de empresa graduada. O processo de candidatura é muito transparente, através da divulgação de editais, onde são definidos diversos critérios. Por exemplo, não há necessidade de ter uma empresa constituída para se candidatar a uma vaga na incubadora, só depois de selecionado é que você vai constituir a pessoa jurídica. Tem mais, os pré-selecionados, que podem ser 5, 6, ou quantos forem definidos no edital, participam de um processo, que em geral dura 6 meses na incubadora, com a ajuda de voluntários experientes, que dão assistência e orientação na preparação dos Planos de Negócio. No final do período, esses pré-selecionados apresentam seus Planos de Negócio para o Conselho da Incubadora, que vai selecionar e eleger um número de empresas equivalente ao número de vagas divulgado no edital ou equivalente ao espaço disponível também divulgado anteriormente. Cada projeto pode precisar de uma área diferente, maior ou menor, de acordo com a característica do projeto. Esse é o rito que normalmente se encontra para se ingressar numa incubadora.

III

FM: Vinicius, você além de um grande pesquisador e professor, você é um INOVADOR, que eu sei e vamos explorar um pouco disso na entrevista, mas você também tem em sua personalidade outra grande força transformadora que é o EMPREENDEDORISMO. Você vai contar aqui, em primeiríssima mão, o que é o VIKAFLEX?

MV: O VIKAFLEX é um produto que está sendo desenvolvido na incubadora da COPPE UFRJ. Imagine que você pode ter uma parede construída com material cerâmico, equivalente ao que você tem hoje com o tijolo, mas que na verdade isso seja composto de uma única placa medindo 2,40 X 1,20 m de largura. A ideia é que a gente ressignifique uma coisa chamada tijolo, que está no mercado secularmente, com a possibilidade de, com um único painel, cobrir um espaço...

FM: Hoje há também o DRYWALL, não é?

MV: Sim. Hoje há o drywall, como alternativa ao tijolo, mas há diversas deficiências do drywall, como não poder ser usado em áreas externas. Outra é a necessidade de um planejamento mais específico da construção, como determinar onde será fixada uma televisão. A área da instalação da televisão deverá ser reforçada, pois o painel de drywall não tem uma resistência em si e precisaria da fixação de uma placa metálica por trás, na área da TV. O VIKAFLEX vem resolver essas deficiências e inconveniências, por ser um material cerâmico leve, com densidade menor que 1, mas muito resistente. Oferece a mesma condição de isolamento térmico e acústico, com dois benefícios importantes: 1. ser incombustível, não se queima; e 2. ser impermeável.

FM: Qual é a matéria prima desse produto?

MV: Esses estudos dentro da universidade se voltaram para dentro de um grande programa de utilização de resíduos industriais sólidos, porque uma das preocupações da universidade, inserida numa sociedade, é cuidar para que os aspectos ambientais tenham a atenção devida, visando a sustentabilidade. O VIKAFLEX utiliza 100% de um resíduo,

que é descartado na indústria do petróleo, no sul do Paraná, chamado XISTO, numa quantidade de 6.000 toneladas por dia.

FM: Por dia? 6.000 toneladas/dia?

MV: É isso mesmo. A matéria prima do VIKAFLEX é 100% de um resíduo industrial sólido, que vem sendo acumulado nessa proporção e que hoje não tem destinação.

FM: O que é feito desse resíduo hoje?

MV: O trabalho de utilização desse resíduo não evoluiu e ele vem sendo depositado na mina com todos os cuidados ambientais...

FM: Vem sendo acumulados?

MV: Sim, e podemos fazer uma projeção, considerando as 6.000 T./dia durante 40 anos...

FM: 40 anos! Então você tem bastante matéria prima para trabalhar, certo?

MV: Temos. É depositado na própria mina de onde ele saiu, com todos os cuidados ambientais, tem todo um trabalho de reflorestamento, de repovoamento de animais, etc. Quanto a isso não há problema. O ponto principal é que haveria uma economia significativa se esse resíduo pudesse ser aproveitado. Estamos falando de uma matéria prima brasileira e o desenvolvimento de um novo material *made in Brazil*, que não tem no exterior.

FM: ...que é o XISTO?

MV: Sim, o XISTO e o novo material, o VIKAFLEX.

FM: Fala um pouquinho sobre a competitividade desse seu novo produto em relação ao drywall, por exemplo.

MV: Essa competitividade é extremamente favorável ao VIKAFLEX. Primeiro estaríamos produzindo por um preço um pouco menor, na ordem de 13 a 15 reais o m² e teria um material muito mais rico em termos de desempenho em relação aos seus congêneres no mercado. Vou dar um exemplo aqui, que é triste, mas é certamente aplicável ao que estamos falando. No incêndio trágico na Boite Kiss, que vitimou tantas pessoas, se o forro do estabelecimento fosse de material cerâmico, todos os jovens que tiveram a infelicidade de encontrar o fim de suas vidas, estariam vivos hoje.

FM: O exemplo é triste, mas bastante esclarecedor e mostra realmente uma vantagem significativa desse produto. Vamos continuar. Nossa produção descobriu que esse material pode ser usado em móveis também. É isso mesmo?

MV: É verdade. É uma outra aplicação que estamos desenvolvendo para o VIKAFLEX, que é substituir os materiais que são usados hoje nos móveis, compensado de madeira, MDF ou o aglomerado, pelo material cerâmico. O revestimento ou pintura da cerâmica teria exatamente o mesmo acabamento externo, a mesma superfície que hoje se obtém com a madeira e seus derivados, mas com uma grande vantagem. Se houver um vazamento em sua cozinha ou banheiro, o seu armário não será perdido, pois como disse

antes, uma das grandes vantagens competitivas do VIKAFLEX é a impermeabilidade. Ou seja, à prova d'água. E tem mais, que eu não falei ainda, é resistente ao cupim.

FM: É mesmo? Essa é uma vantagem muito interessante. Vamos em frente. Em que fase está esse projeto do VIKAFLEX?

MV: Esse projeto está em fase de prototipagem. Nós, na Incubadora da UFRJ, estamos na fase de prototipagem de painéis, na verdade ainda em pequenas dimensões, de 300 X 300 mm, para que possamos ter a montagem de um painel maior e executar os ensaios de desempenho. Esse trabalho deve estar se encerrando pelo final do ano (2015) até o meio do próximo ano (2016). A nossa ideia é partir para a produção de uma cabeça de série, que quer dizer a primeira vez que se produz uma quantidade significativa de exemplares, de peças, usando equipamentos bem próximos ao da fase industrial. O lote pioneiro terá alguns milhares de m², que se produz já numa linha de produção equivalente, ou bem próxima ao que será utilizado na fábrica. Precisamos de recursos para fazer o lote pioneiro e a implantação da unidade industrial.

FM: Certamente você tem um *Business Plan*. Você pode dar alguns detalhes para a análise de um possível investidor no seu negócio?

MV: O plano está bem estruturado para a perspectiva de implantação de uma unidade inicial de produção de 200.000 m²/mês. A ordem de investimento que estamos estimando é de 35 a 40 milhões de reais. É importante ressaltar que estamos falando de algo que vai revolucionar por completo a construção civil. Eu diria não só aqui no Brasil, como também no exterior. Nós vamos conseguir efetuar uma mudança de um material milenar, que é o tijolo, para painéis de grandes dimensões em cerâmica, um material que tem a confiança da população, não só no Brasil como no exterior e que tem múltiplas finalidades. Por isso tudo, além das vantagens já ditas anteriormente, estamos trabalhando nessa ideia de investir num material cerâmico de grandes dimensões.

FM: É um produto que tem um potencial não só no Brasil como no mundo inteiro. Não existe nada desenvolvido nesse sentido lá fora?

MV: Nada nesse sentido. O que existe são patentes recentíssimas, que estão buscando alcançar painéis de grandes dimensões, mas nenhum com a abordagem que temos em relação à nanotecnologia para que pudéssemos dar as condições de fazer um material leve, em condições controladas e que nos permitisse evoluir “dimensionalmente” falando em termos de elemento construtivo.

FM: Vejam bem. Ele fala, ele ensina, ele faz. Eu vi recentemente uma frase e fui tentar buscar o autor, mas na internet diz que é um provérbio chinês: “Visão sem ação é sonho. Ação sem visão é pesadelo”. Ou seja, para ter sucesso é preciso ter visão, ter um plano e tem que ter determinação para executá-lo.

IV

FM: Vinicius, vamos falar agora da sua trajetória pessoal e profissional. Vamos começar matando a curiosidade de nossos web-expectadores, boa parte composta por jovens ávidos por saber como nasce ou se forma um INOVADOR/EMPREENDEDOR? O que come, o que bebe... Conta pra gente, como você começou sua carreira e como foi se desenvolvendo até chegar nesse homem com essa força inovadora/empreendedora?

MV: Tudo começou na escola secundária quando eu me interessei por uma coisa chamada geografia. Eu participei de concursos de geografia, ganhei alguns prêmios e aquilo me encantou, despertou mais ainda minha curiosidade e me chamou atenção o fato desse nosso país ser extremamente diverso, continental, de diferentes culturas... Eu entendi que trabalhar em coisas do país me encantaria e atenderia meus anseios de um dia ser útil à sociedade, onde eu estava inserido. E o grande livro que me encantou foi o Atlas. Eu me lembro que eu tinha um professor de geografia que eu arguia ele toda aula sobre que rios e os nomes das cidades que estavam em cada cidade do Brasil, sem ele olhar o Atlas.

FM: Você que fazia a prova?

MV: Não, apenas por brincadeira. Nós temos um manancial de oportunidades, inter-relacionamentos culturais que são riquíssimos. Eu diria a você talvez o único no mundo.

FM: Quer dizer que o Atlas te deu esse estalo de querer descobrir coisas?

MV: Eu estudei vários livros, mas o Atlas realmente foi que mais me encantou e que me abriu para contribuir e querer descobrir coisas. É obvio que nesse percurso ao longo dessas dezenas de anos, eu sofri alguns baques.

FM: A vida é assim...

MV: ... nem sempre é só sonho. Eu entrei na faculdade e achei que em 30 anos consertaríamos o Brasil. E hoje estamos vendo que precisaremos de muito mais tempo para isso.

FM: Qual foi a faculdade que você fez, graduação em que?

MV: Um professor que eu tive no colégio me disse que eu tinha que fazer química, pois eu tinha notas de química muito boas. E eram mesmo tão boas quanto as de geografia. E assim foi. Tinha na época o vestibular do CESGRANRIO e tinha que preencher o cartão de inscrição e lá tinha que marcar minha preferência. Quem marcou para mim foi meu professor, que disse que eu deveria fazer química. Acabei fazendo Engenharia Química. Entrei na universidade em 74, em 79 eu me formei e depois eu fiz o Mestrado na COPPE, UFRJ e o Doutorado na USP, em São Paulo, como o pessoal de cerâmica. Quando voltei para o Rio comecei a me encantar por essa parte de trabalhar com a química de materiais. Eu entrei bem numa parte de materiais cerâmicos e vítreos e acabei desenvolvendo esse produto novo, sobre o qual falamos há pouco, nessa área de resíduos.

FM: Aproveitou esse conhecimento adquirido ao longo da formação acadêmica para desenvolver coisas novas.

MV: Em paralelo outros materiais foram sendo estudados com o aproveitamento do resíduo da industrialização do xisto, que são as escórias, as cinzas de carvão, as lamas de perfuração de poços de petróleo da Bacia Continental. Então todos esses materiais residuais de indústria de grande porte no Brasil, nós estudamos...

FM: E foram analisados para escolher a melhor alternativa para seu projeto.

MV: É isso. Existem muitas outras coisas já desenvolvidas não só por mim, mas pelo conjunto de professores e pesquisadores da Universidade, que são extremamente interessantes para o empresariado e para a oportunidades de negócios novos. Nós apenas

escolhemos uma alternativa que nos pareceu a mais inovadora, mas a reboque do VIKAFLEX certamente virão outras inovações.

FM: Primeiro vem o inovador inicial e depois vem o pessoal atrás com uma série de outras inovações derivadas. Isso me dá um gancho para falar de um livro muito interessante, mas eu quero saber antes o que você tem lido e o que está lendo no momento?

MV: Vamos voltar um pouquinho atrás. Eu li os três livros do Laurentino Gomes que foram o “1808”, “1822” e “1889”, que mostram a trajetória do surgimento da república brasileira e como tudo se formou e nos faz refletir e perceber a origem de tudo que estamos vivendo hoje. Depois eu li um livro que me chamou muita atenção, eu li há uns 6 meses atrás, chama-se “O Efeito Medici”, que conta a história do Iluminismo e da formação da articulação dos saberes, entre arquitetos, astrônomos, filósofos na Itália para o desenvolvimento de muitas coisas que aconteceram naquele período. Outro fantástico que li muito recentemente e que acabei na semana passada, foi o “Como chegamos até aqui?”

FM: Eu comecei a ler este livro agora. Steven Johnson, não é isso?

MV: Exato. Você vai gostar muito. Eu recomendo fortemente. Os leitores vão compreender que a INOVAÇÃO não vem de um homem só, de uma única pessoa. Aliás o tema que começamos a discutir no início dessa entrevista. A INOVAÇÃO brota de uma sequência de ações que são articuladas, com bastante frequência, por um conjunto, as vezes até completamente desconectadas, mas que vão chegando àqueles fatores habilitadores que a gente falou há um tempo atrás aqui no nosso papo, e que alguém os reúne e chega a condição de desenvolver o produto/processo novo. O importante desse livro é a noção que ele dá a você de que não há a menor possibilidade de algo ser feito sozinho. Esse é o ponto que vale muito a pena para nós falarmos sobre esse cenário existente no Brasil.

FM: Ele fala do efeito beija-flor no início do livro. Ele fala da co-evolução das espécies. Ou seja, as espécies vão se adaptando em função do desenvolvimento de uma outra.

MV: É exatamente isso que acontece. Como você poderia relacionar que o primeiro grande projeto de tratamento de esgoto e saneamento de uma cidade foi decorrente do desenvolvimento de uma lente que facilitava às pessoas ampliarem determinados objetos, insetos e outras coisas, como micróbios na água, que só conheceram com o desenvolvimento dessa capacidade?

FM: É isso mesmo e ele mostra que isso vem de antes ainda, vem de Gutemberg com a invenção da imprensa e em consequência os livros.

MV: Havia pessoas que tinham dificuldade para enxergar e não conseguiam ler. Foi criado/desenvolvido o monóculo, depois os óculos e assim foi até o microscópio. É espantoso. É um livro que aborda luz, vidro, som... É interessante ler e notar que as coisas estão completamente conectadas. E quem acha que sozinho vai chegar a fazer uma grande coisa, concluirá que é impossível.

FM: Você vê que as pessoas vão se adaptando, como a natureza vai se adaptando às novidades, ao que vai aparecendo. Tem uma frase que é atribuída à Darwin, que eu gosto muito, mas que há discussões no meio acadêmico se foi Darwin mesmo que escreveu,

mas a frase é ótima, que diz: “Não serão os mais fortes que sobreviverão, nem os mais inteligentes, mas os que melhor se adaptarem. ”

MV: Essa é uma realidade hoje. A necessidade de adaptação a esse contexto contemporâneo (nós lá na COPPE UFRJ chamamos de Ambiente XXI) caracterizado pela aceleração das mudanças tecnológicas de mercado e de valores. Aqueles que se adaptarem a esse ambiente, que é um ambiente acelerado, vencerão. É um ambiente acelerado é, mas você tem que cultivar uma coisa chamada propensão a INOVAÇÃO.

FM: Esses serão os inovadores que vão realmente fazer a diferença. Agora nós vamos fazer o “Altinho do inovador/empreendedor”. O “Altinho” é como você vê na praia, a garotada numa roda brincando com uma bola de futebol, muitas vezes tem até meninas também, todos num toque só, e a bola não cai. Recebeu, tem que devolver num toque só. Aqui também a “bola” não vai cair. Eu falo uma palavra e você devolve com outra na mesma hora. São 10 palavras. Sem deixar a “bola” cair, certo? Vamos lá?

MV: Vamos.

	FM	MV
1	Prazer	Viagem
2	Investimento	Aprender
3	Tempero	Família, amor e tesão
4	Arte	Brasileiro
5	Empreender	Inovar
6	Um lugar	Lisboa
7	Paixão	Meu trabalho
8	Sonho	VIKAFLEX
9	Barreira	Individualismo
10	Brasil	Redescobrimto

FM: Muito bom Vinicius. Bateu um bolão. Você tem a pauta aberta para suas palavras finais.

MV: Flavio, obrigado a você. Foi um prazer poder contribuir com esse seu trabalho. Para encerrar, eu quero dizer que o que nos falta é a cultura de INOVAÇÃO. Cultura é uma coisa formada por três parcelas, recursos, processos e valores. E essa articulação cultural precisa ser incentivada e induzida no Brasil. Para que tenhamos a possibilidade de unir o nosso destino ao nosso desejo de ser grande como nação.

FM: Muito obrigado Vinicius. Muito obrigado mesmo. Show!