

**Comentário****A lucidez de Ianni**EUSTÁQUIO GOMES  
eusta@unicamp.br

Esta edição traz uma pérola: a entrevista de Álvaro Kassab com o sociólogo Octavio Ianni. O professor Ianni, um dos pais da moderna sociologia brasileira, é no Brasil de hoje – como vem sendo há quarenta anos – um daqueles poucos intelectuais que fala o que quer, como quer e na ocasião que lhe parece justa. Uma entrevista com Ianni, pode-se dizer, tem o condão de fazer perdurar até a mais efêmera edição de jornal.

Nos últimos anos Ianni voltou-se para o estudo do globalismo e suas verberações no terceiro mundo. É nesse contexto que ele vê a eclosão dos primeiros conflitos deste século, da transfixão das torres gêmeas às guerras no Afeganistão e no Iraque. E é com olhos freudianos que enxerga a alma de George W. Bush, o mandante de uma época que se supunha imune ao cesarismo, cujo propósito oculto seria, mais que a conquista do petróleo e a derrubada de um ditador sanguinário, a superação do próprio pai e portanto o seu assassinato.

Socialista convicto, Ianni vê o declínio do mundo marxista como parte da crise geral que engolfa o planeta e, dentro dele, “a tentativa dos Estados Unidos de instituírem uma espécie de administração mundial”. Seu pessimismo quanto à geopolítica americana, entretanto, não impede que ele veja nela prenúncios de “uma transformação muito séria”, uma ruptura histórica capaz não só de abalar convicções e noções como também de provocar um novo renascimento da filosofia, das artes e das ciências.

As multidões contrariadas que saem às ruas em escala mundial, para protestar contra a guerra, seriam um sinal claro de que as sociedades estão cada vez mais à altura de “pensar criticamente os acontecimentos”. Esse movimento extraordinário, no entender de Ianni, está fertilizando o pensamento de cientistas, jornalistas, pesquisadores e artistas. Ao pregar “outras formas de ver o mundo”, tal movimento, que parece uno mas em realidade é articulado por pessoas e grupos distintos em lugares diferentes, é uma ameaça à visão sistêmica hoje predominante.

Concorde-se ou não com as idéias de Ianni, não há como negar-lhe lucidez e um valor de resistência que não é, absolutamente, moeda comum. Longe de ser o analista frio e desapaixonado de realidades novas, Ianni não esconde seu papel de parte interessada. Seu interesse, como ele próprio diz, é na utopia de uma vasta democratização social e política – “sonho universal desde o Renascimento”.

**Artigo****Inovação – As informações da PINTEC****CARLOS AMÉRICO PACHECO**

**H**á uma meia verdade que se tornou, no imaginário dos pesquisadores brasileiros, um verdadeiro anátema: a empresa privada no Brasil não inova, não faz gastos significativos com P&D. Essa meia verdade é resultado de uma performance do gasto privado muito aquém do desejado, e está associada tanto com a fragilidade competitiva nos segmentos mais dinâmicos da indústria, como com o déficit comercial em setores de alta tecnologia.

É freqüente ver autoridades da área de ciência e tecnologia afirmarem que 80% do que se gasta em pesquisa no Brasil é realizado pelo setor público e, quase como consequência desse fato, descartarem grandes ações junto ao setor privado. Para mudar essa realidade, seria preciso mudar sensivelmente o quadro macroeconômico, pois o investimento em P&D seria incompatível com as taxas de juros praticadas no país. Até que o quadro macro se altere, restaria muito pouco a ser feito. Mesmo gente informada considera esse diagnóstico correto.

Mas quanto gasta o setor privado em P&D no Brasil? Segundo informações da PINTEC ([www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)) — a Pesquisa Industrial sobre Inovação Tecnológica, que o IBGE fez em 2002 —, o setor privado gastou, em 2000, aproximadamente R\$ 5,2 bilhões. Para comparar, o setor público federal teria gasto naquele ano aproximadamente R\$ 5,8 bilhões e os estados outros R\$ 2,4 bilhões ([www.mct.gov.br/estat](http://www.mct.gov.br/estat)). O gasto em P&D é a medida mais recomendada para comparações internacionais do esforço de cada país na área científica e tecnológica. Esses dados apontam que em 2000, o Brasil gastava 1,1% do PIB em P&D. A todos esse também parece ser um percentual muito baixo, e seria necessário dobrá-lo no mais curto espaço de tempo. Nada contra, pelo contrário.

Quase sempre a comparação do baixo gasto do Brasil é o paradigma de um gasto de 3,0% do PIB, que é a marca japonesa. Outro número de referência é o gasto dos EUA — 2,6% do PIB. Mas é preciso levar em conta que a média da Comunidade Européia é de 1,8% e que muitos países similares ao Brasil possuem

percentuais bem mais baixos: Espanha gasta 0,9%, Itália, China e Rússia cerca de 1,0%, e o México apenas 0,4% (OECD, 2002). Nesses países, mais próximos da realidade brasileira, a participação privada no esforço nacional de P&D é também próxima à brasileira: na Espanha é de 50%, na Itália 42%, na Rússia é 32% e na China estima-se que pode ter alcançado 60% — percentual que merece ser visto com cautela.

Será que os dados brasileiros não são tão ruins? Em termos relativos de fato não são. O setor privado gasta mais do que a maioria dos pesquisadores e gestores públicos imagina. Na realidade, como mostram pesquisas qualitativas feitas na América Latina, quase sempre o setor gasta mais do que os próprios empresários acreditam gastar. Como a legislação de incentivo não exige uma contabilidade específica para essas inversões, contabilizá-los é um custo adicional para a empresa, sem grandes vantagens. Esperemos que a Lei 10.637, sancionada em dezembro passado, seja logo regulamentada. A Lei permite que gastos em P&D de empresas, que venham a derivar patentes, possam ser abatidos em dobro no cálculo do Imposto de Renda. Para isso a empresa precisa manter uma contabilidade própria (e auditável) que irá melhorar em muito a informação declarada pela empresa. Pela minha experiência, o gasto medido será maior que o atual. E sem dúvida será um estímulo importante para o esforço privado, que não precisa esperar taxas de juros civilizadas.

Mas os dados do gasto público e privado em P&D no Brasil não são números para serem comemorados. O diabo, como sempre, mora nos detalhes. Um exame mais detido mostra que o problema do Brasil não é tanto o número agregado. Em primeiro lugar, há uma diferença razoável entre Brasil e demais países. Nesses, em geral, a indústria se apropria de um valor maior do esforço nacional em P&D, do que sua contribuição direta. Em média o valor gasto na indústria é de 10 a 20% superior à sua contribuição direta no gasto nacional. São fundos públicos ou renúncia fiscal que subvencionam o gasto privado, o que não ocorre aqui. Em segundo lugar, os gastos com a educação superior são, em termos relativos, maiores no Brasil que nos demais países. Ou seja um

percentual menor de nosso esforço (público) é destinado diretamente à empresa ou à pesquisa realizada em institutos.

Mas o mais diabólico detalhe é o perfil do gasto privado. Aqui está grande parte da metade verdadeira que nosso imaginário faz do baixo esforço da empresa em P&D. Uma comparação internacional ajuda a entender duas questões: a baixa cooperação da empresa com demais instituições e com as demais empresas e uma ênfase muito maior no acesso à tecnologia através de compra de máquinas e equipamentos, do que através de estratégias de pesquisa e aquisição de conhecimento.

Os parceiros e as fontes de informação indicados pelas empresas brasileiras são em geral os fornecedores de máquina e equipamento. Em relação a outros países, há muito pouca cooperação com outras firmas e com as demais instituições do sistema nacional de inovação. Reproduz-se um comportamento ainda derivado da substituição de importações.

Mais interessante ainda é verificar no que gastam as empresas. No Brasil, cerca de 52% do gasto que as empresas realizam em P&D é na compra de máquinas e equipamentos. Na Espanha esse percentual é de apenas 41%. O percentual que nossas empresas gastam com projetos industriais, introdução de inovações e treinamento monta a 23% do total, na Espanha esse percentual é de 12%. A consequência é simples. Aqui, as atividades de pesquisa e desenvolvimento (internas ou contratadas com terceiros) são muito menos importantes: apenas 25% do esforço privado em nosso país é feito com esse tipo de atividade, contra 47% na Espanha.

Na foto geral, o Brasil não está tão mal. Mas falta muito para um sistema nacional de inovação. Falta estimular o gasto privado e mudar a conduta empresarial. Faltam mecanismos de estímulo à atividade de pesquisa na empresa (como a Lei 10.637, que já poderia estar em vigor). Falta identificar que cooperação é possível fazer, não apenas com a Universidade, mas inclusive entre empresas. O triste é o bom do Brasil é que há sempre muito por fazer.

**Carlos Américo Pacheco** é professor do Instituto de Economia da Unicamp.

**UNICAMP**  
Universidade Estadual de Campinas

Reitor Carlos Henrique de Brito Cruz. Vice-reitor José Tadeu Jorge.  
Pró-reitor de Desenvolvimento Universitário Paulo Eduardo Moreira Rodrigues da Silva.  
Pró-reitor de Extensão e Assuntos Comunitários Rubens Maciel Filho.  
Pró-reitor de Pesquisa Fernando Ferreira Costa.  
Pró-reitor de Pós-Graduação Daniel Hogan. Pró-reitor de Graduação José Luiz Boldrini.

**Jornal da Unicamp** Elaborado pela Assessoria de Imprensa da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Periodicidade semanal. **Correspondência e sugestões** Cidade Universitária “Zeferino Vaz”, CEP 13081-970, Campinas-SP. **Telefones** (0xx19) 3788-5108, 3788-5109, 3788-5111. **Fax** (0xx19) 3788-5133. **Homepage** <http://www.unicamp.br/imprensa>. **E-mail** [imprensa@unicamp.br](mailto:imprensa@unicamp.br). **Coordenador de imprensa** Clayton Levy. **Editor** Álvaro Kassab. **Redatores** Antonio Roberto Fava, Isabel Gardenal, Luiz Sugimoto, Manuel Alves Filho, Maria Alice da Cruz, Nadir Peinado, Raquel do Carmo Santos, Roberto Costa e Ronei Thezolin. **Fotografia** Antoninho Perri, Neldo Cantanti e Dário Crispim. **Edição de Arte** Oséas de Magalhães. **Diagramação** Dário Mendes Crispim. **Ilustração** Félix. **Arquivo** Antonio Scarpineti. **Serviços Técnicos** Dulcinéia B. de Souza e Edison Lara de Almeida. **Impressão** Prisma Printer Gráfica e Editora Ltda (19) Fone/Fax: 3229-7171. **Publicidade** JCPR Publicidade e Propaganda: (0xx19) 3295-7569. Assine o jornal on line: [www.unicamp.br/assineju](http://www.unicamp.br/assineju)