

UFRRJ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO
TERRITORIAL E POLÍTICAS PÚBLICAS

DISSERTAÇÃO

**O Caso da Primeira Indicação Geográfica de Serviço: Um Estudo
sobre o Porto Digital de Recife/PE**

Gabriela Macedo Gregório

2015



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO
TERRITORIAL E POLÍTICAS PÚBLICAS**

**O CASO DA PRIMEIRA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DE SERVIÇO:
UM ESTUDO SOBRE O PORTO DIGITAL DE RECIFE/PE**

GABRIELA MACEDO GREGÓRIO

Sob orientação do professor
Cézar Augusto Miranda Guedes

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas**, no curso de Pós-graduação em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas, linha de pesquisa em Desenvolvimento e Políticas Públicas.

Seropédica, RJ
Junho de 2015

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

307.3416098134

G821c

T

Gregório, Gabriela Macedo, 1986-

O caso da primeira indicação geográfica de serviço: um estudo sobre o Porto Digital de Recife/PE /

Gabriela Macedo Gregório. - 2015.

199 f.: il.

Orientador: César Augusto Miranda Guedes.

Dissertação (Mestrado). - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas, 2015.

1. Renovação urbana - Recife(PE). 2. Política urbana - Recife(PE). 3. Planejamento urbano. 4. Política pública. 5. Tecnologia da informação. I. Guedes, César Augusto Miranda, 1954-, orient. II Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas III. Título.

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO
TERRITORIAL E POLÍTICAS PÚBLICAS**

GABRIELA MACEDO GREGÓRIO

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre**, no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas, área de concentração Desenvolvimento e Políticas Públicas.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM 30/06/2015

Prof. Dr. César Augusto Miranda Guedes – UFRRJ
(Orientador)

Profa. Dra. Denise de Alcântara Pereira - UFRRJ

Profa. Dra. Soraia Marcelino Vieira - UFF

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao jovem Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas com o desejo de que ele em breve se torne referência na área e possa contribuir com um outro modelo de desenvolvimento no país.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a oportunidade de participar da pós-graduação primeiramente à Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro e ao meu orientador César Augusto Miranda Guedes. Agradeço também ao Porto Digital e às amigas de Recife. Ao meu parceiro Rafael Machado. E por último, mas não menos importante à CAPES e ao REUNI que ampliou o acesso às universidades federais e permitiu que eu e milhares de outros brasileiros pudessem viver e aprender com a experiência universitária.

RESUMO

Em 2012 o Porto Digital, definido como Arranjo Produtivo Local de Tecnologia da Informação e Comunicação localizado no Bairro do Recife/PE, recebeu a concessão inédita de indicação geográfica para o setor de serviço, tradicionalmente concedida aos produtos agroalimentares. Contudo, importa saber se esse processo conduzirá ao transbordamento das positivities para além dos produtores e prestadores de serviços e à valorização do patrimônio cultural – material e imaterial - da região. Considerando que o caso do Porto Digital seja um objeto relevante para fazer avançar as discussões sobre as potencialidades, limitações e desafios das indicações geográficas como instrumento de desenvolvimento territorial, esse trabalho buscará combinar o esforço de descrição e análise das particularidades do único caso de indicação geográfica de serviços no Brasil e a tentativa de instrumentalizá-lo para a compreensão das indicações geográficas de modo mais amplo e generalizado a partir da elaboração de critérios de análise e hipóteses para estudos futuros. Sendo assim, esta pesquisa deverá (a) analisar o quadro regulatório de proteção às IGs, das instituições intervenientes e seus papéis; (b) reconstruir o processo de transformação do bairro do Recife, de antigo porto comercial ao moderno porto digital; (c) compreender a associação entre o processo de transformação urbana e o processo de valorização do patrimônio cultural do território, coroado pelo reconhecimento do nome geográfico – o chamado Porto Digital (d) caracterizar os aspectos constitutivos e organizacionais da fase de pré-reconhecimento da IG do Porto Digital: os atores envolvidos e suas justificativas, a composição dos membros da IG, a delimitação da área, o regulamento de uso e a estrutura de controle; (e) apontar as semelhanças e singularidades do caso com estudos sobre as indicações geográficas brasileiras.

Palavras-chave: Indicação Geográfica, Arranjo Produtivo Local, Desenvolvimento Territorial.

ABSTRACT

In 2012 the Porto Digital (Digital Port or Digital Harbour), defined as Arranjo Produtivo Local de Tecnologia da Informação e Comunicação (a Local Production Arrangement for Information Technology and Communication) located in Bairro do Recife/PE, received the first geographic indication in the service sector, a tag often conceded to food products. However, it is important to know if this process shall extend its positive effects beyond producers and providers, adding value to the material and immaterial cultural patrimony of the region. Considering that the Porto Digital is a relevant object to advance the discussions on the potentials, limitations and challenges to geographical indications as a tool to territorial development, this work will combine description and analysis of the particularities of the only geographical indication tag in the service sector in Brazil and the attempt to turn it into an instrument to understand geographic indications in a broader and more generalized manner, drawing criteria and hypotheses which could be helpful for future studies in the area. Therefore, this research will (a) analyze the regulatory framework protecting the GIs, the intervening institutions and their roles; (b) reconstruct the process of transformation of Bairro do Recife, from an old business harbor to a modern digital port; (c) understand the association between the process of urban transformation and the process of valuing the cultural patrimony of the territory, crowned by the acknowledgement of the geographic name – the so-called Porto Digital; (d) characterize the constitutive and organizational aspects of the pre-acknowledgement of the Porto Digital's GI: the actors involved and their justifications, the composition of the members of the GI, the delimitation of the area, the regulation of the use and the structure of control; (e) point out the similarities and singularities of the case with studies on Brazilian geographical indications.

Keywords: Geographical Indication, Local Productive Arrangement, Territorial Development.

LISTA DE FIGURAS E TABELAS

FIGURAS:

- Figura 1: Foto Aérea do Porto Digital, com detalhe do Mapa do Brasil e Região Nordeste, p. 5
- Figura 2: Rua dos Judeus, séc XVI, p. 6.
- Figura 3: Rua do Bom Jesus, 2014, p. 6.
- Figura 4: Detalhe do Conjunto de Prédios da Antiga Rua dos Judeus, Atual Rua Bom Jesus, 2014, p. 7.
- Figura 5: Evolução da Quantidade de Indicações Geográficas Brasileiras Registradas, p.23.
- Figura 6: Indicações de Procedência por Atividade – 2014, p. 24.
- Figura 7: Denominação de Origem – 2014, p. 25.
- Figura 8: Vila de Olinda e Porto de Recife (século XVI), p. 34.
- Figura 9: Mapa da Revitalização do Bairro de Recife, p. 38.
- Figura 10: Projeto Urbanístico Olinda-Recife, p. 43.
- Figura 11: Foto Aérea da Localização do APL de Tecnologia da Informação e Comunicação do Porto Digital, Recife/PE, p. 56
- Figura 12: Fatores de Atração das Empresas em relação ao Porto Digital – 1999 a 2003, p. 57.
- Figura 13: Expectativas das Empresas em relação ao Porto Digital – 1999 a 2003, p. 58.
- Figura 14: Necessidade de serviços a serem oferecidos pelo cluster – 1999 a 2003, p. 59.
- Figura 15: Delimitação da área do Porto Digital segundo o Plano Diretor de Recife, p. 67.

TABELAS:

- Tabela 1: Atores Estratégicos do APL de Tecnologia da Informação e Comunicação do Porto Digital, p. 60.
- Tabela 2: Instituições e Empresas que compõem a Institucionalidade do Porto Digital – 2008, p. 61
- Tabela 3: Indicadores dos Critérios para Certificação do Selo da Indicação de Procedência do Porto Digital – 2011, p.70.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ADPIC – Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual. Relacionados ao Comércio

APL – Arranjo Produtivo Local

BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento

CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CECI - Centro de Estudos Avançados da Conservação Integrada

CEPAL – Comissão Econômica para a América Latina e Caribe

CESAR – Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife

CIN/UFPE – Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco

CNPQ - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

CUP – Convenção da União de Paris

DO – Denominação de Origem

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

FNHIS - Fundo Nacional de Habitação de Interesse Social

IG – Indicação Geográfica

INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia

INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial

IP – Indicação de Procedência

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

IPHAN-Recife - Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional de Recife

IPTU – Imposto Predial e Territorial Urbano

IR – Imposto de Renda

ISS- Imposto sobre Serviço de qualquer natureza

LPI – Lei de Propriedade Industrial, nº 9279/96

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MCT - Ministério de Ciência e Tecnologia

NGPD – Núcleo de Gestão do Porto Digital

OMC – Organização Mundial do Comércio

OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual

PAC - Programa de Aceleração do Crescimento

PDQM – Programa Porto Digital de Qualidade e Marca
PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PPGDT/UFRRJ – Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
PRBR - Plano de Revitalização do Bairro do Recife
PROAP – Programa de Apoio à Pós-graduação
PRODETUR - Programa Integrado de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste
PRUISCP - Plano de Requalificação Urbanística e Inclusão Social da Comunidade do Pilar
SEBRAE - Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas
SECTEC – Secretaria de Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco
SECTMA - Secretaria de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente do Estado de Pernambuco
SEPLAG/PE – Secretaria de Planejamento e Gestão de Pernambuco
SUDENE – Superintendência do Desenvolvimento Nordeste
TI - Tecnologia da Informação
TIC - Tecnologia da Informação e Comunicação
TRIPS – Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights
UFPE - Universidade Federal de Pernambuco
UFRRJ – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
URB-Recife - Empresa de Urbanização de Recife
WIPO – World Intellectual Property Organization

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	1
INTRODUÇÃO	5
OBJETIVOS	10
ASPECTOS METODOLÓGICOS	11
1. CAMINHOS DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL: DA PROTEÇÃO DOS PRODUTOS AGROALIMENTARES À PROTEÇÃO DOS SERVIÇOS	17
1.1. Indicações Geográficas: do Mundo para o Brasil	18
1.2. Panorama das Indicações Geográficas no Brasil	24
1.3. Potencialidades e Desafios das Indicações Geográficas Brasileiras	29
2. ENTRE CONTEXTO E OBJETO: TRANSFORMAÇÕES NO BAIRRO DO RECIFE ANTIGO	33
2.1. Raízes Históricas das Marcas do Subdesenvolvimento Nordeste	34
2.2. Formação e Declínio do Bairro do Recife Antigo	37
2.3. Planos e Ações Revitalização Urbana para o Centro Histórico da Cidade de Recife/PE	40
2.4. Bairro do Recife, de Porto Comercial a Porto Digital	48
3. O PORTO DIGITAL: A PRIMEIRA CONCESSÃO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DE SERVIÇO	51
3.1. Abordagem localista de desenvolvimento: APL e IG	51
3.1.1. O novo paradigma organizacional do setor de tecnologia da informação e da comunicação	56
3.2. Formação do núcleo especializado em TIC em Recife	61
3.3. Conquista da Primeira Indicação Geográfica de Serviço	70
3.3.1. Delimitação da área:	72
3.3.2. Justificativa e Percepções dos atores envolvidos	75
3.3.3. Regulamento de Uso e Estrutura de Controle:	77
CONSIDERAÇÕES FINAIS:	81
REFERÊNCIAS:	87
ANEXOS	100
ANEXOS A – ENTREVISTAS EDITADAS	100

APRESENTAÇÃO

Em 2000, foi criado um parque tecnológico urbano em Recife chamado Porto Digital. Situado no centro histórico de Recife/PE, na ilha do Bairro do Recife, o parque se estabeleceu a partir da iniciativa de professores do Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco e da Secretaria Estadual de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente do estado. Doze anos depois, o Porto Digital, então definido como Arranjo Produtivo Local (APL) de Tecnologia da Informação e Comunicação, recebeu a concessão inédita de indicação geográfica para o setor de serviço¹, tradicionalmente concedida aos produtos agroalimentares e às bebidas espirituosas. Segundo o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), responsável pelo registro e pela sistematização das informações sobre a propriedade industrial, “as Indicações Geográficas se referem a produtos ou serviços que tenham uma origem geográfica específica. Seu registro reconhece reputação, qualidades e características que estão vinculadas ao local. Como resultado, elas comunicam ao mundo que certa região se especializou e tem capacidade de produzir um artigo diferenciado e de excelência” (INPI, 2015).

A conquista da proteção do nome geográfico foi resultado de um processo iniciado em 2008, através do Programa Porto Digital de Qualidade e Marca (PDQM), cujo objetivo central era registrar o Porto Digital como uma indicação de procedência (IP) junto ao INPI e criar um selo que certifica a origem e a qualidade dos produtos produzidos no Porto Digital. Por tanto, a fim de preservar a imagem e reputação do Porto Digital, as 250 empresas estabelecidas no APL são incentivadas a elevarem o padrão de qualidade baseado em cinco indicadores: capital humano; tecnologia e processos; inovação; cliente e mercado; sociedade e ambiente. O programa foi financiado pelo Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT), através do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)², e pelo Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e recebeu o apoio da academia, em especial da

¹ Considerando a crescimento da relevância do setor de serviço no Brasil e no Mundo, compreende-se a pertinência da concessão de indicação geográfica para o setor de serviço. Em 2001, o setor de serviço concentrava em Pernambuco, 59,6% do PIB do Estado; no Nordeste, 54,0%; e no Brasil, 51,5%, segundo os dados apresentados por Lima, Sicsú e Padilha (2007) e baseados nas Contas Regionais – 2001 do IBGE e Agência Estadual de Planejamento e Pesquisas de Pernambuco.

² Edital 39/2008 – Tema: Fomento a Projetos Específicos para Apoio de APL. Seleção pública de propostas para apoio a projetos que envolvam ações de capacitação, formação, pesquisas tecnológicas e de inovação visando o desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais.

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), do governo estadual, através da Secretaria de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente do Estado de Pernambuco (SECTMA)³ e de diversos especialistas, demonstrando o interesse do setor público e privado no sucesso da experiência. De acordo com Francisco Saboya, presidente do Porto Digital, a partir desse acontecimento duas questões se desdobram. Uma referente à consolidação da indicação geográfica do Porto Digital, especialmente sobre a adesão das empresas ao selo. Outra referente à promoção da cidade como ambiente inovador a fim de torná-la atrativa aos investidores⁴. Segundo Saboya, "o Recife precisa se apropriar deste ativo que foi agora reconhecido oficialmente como algo singular e estudar como fazer disso uma plataforma para vender uma cidade competitiva, propícia a certos tipos de negócios"(LACERDA, 2012).

“É mostrar que tem um pedaço do Recife que acumulou uma série de atributos fabricados pelo homem que geraram um ambiente produtivo singular e que vamos vender para o resto do mundo. Vamos dizer a Nova York, Paris, Tóquio, Londres que tem um lugar no Brasil que é especial, singular, o Recife, onde se produz softwares e serviços de tecnologia da informação em padrão superior” (ibid).

Pode-se dizer que as indicações geográficas são estratégias de desenvolvimento territorial, pois, ao incorporarem o nome geográfico aos produtos, os aspectos materiais e imateriais do território promovem valorização e diferenciação do produto protegido, favorecendo a geração de valor agregado, acesso aos mercados, garantia da qualidade do produto para os consumidores, além de fortalecer a reconstrução das identidades territoriais dos produtores e prestadores de serviços e aumentar sua autoestima e sua capacidade competitiva. Importa saber se esse processo conduzirá ao transbordamento das positivities

³ Atualmente a Secretaria de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente (SECTMA), atualmente se chama Secretaria de Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco (SECTEC)

⁴ A perspectiva de desenvolvimento baseada no reordenamento territorial orientado para a atração de investimentos é divergente da perspectiva histórico-estrutural na qual a construção social e o conflito têm centralidade teórica. De acordo com Vainer (2003, p.29-30): “A cidade-empresa-mercadoria-negócio é, pois, necessariamente, uma cidade de onde deve ser banido todo conflito, toda discussão. A cidade deve estar unida para competir. E aqui deve-se entender que um outro e decisivo elemento dessa nova utopia urbana é a total e absoluta unidade de todos os cidadãos: o chamado patriotismo de cidade deve se impor. O consenso deve se instalar, pois o debate e o conflito ameaçam a tão desejada competitividade urbana.” Tal observação será incorporada ao longo desta pesquisa.

para além dos produtores e prestadores de serviços e à valorização do patrimônio cultural da região, ou se restringirá a uma estratégia de marketing da cidade.

Apesar da falta de *background* das indicações geográficas de serviços dificultarem a realização de pesquisas científicas sobre esse assunto, o estudo do caso do Porto Digital é interessante para fazer avançar as discussões sobre as potencialidades, limitações e desafios das indicações geográficas como instrumento de desenvolvimento territorial, já que este constitui um caso inédito no Brasil e no mundo. Além disso, o Porto Digital constitui uma estratégia de desenvolvimento local amplamente difundida no Brasil, o APL, com a especificidade de estar situado em área de preservação histórica, criando um cenário interessante onde inovação e ciência interagem com história e cultura.

INTRODUÇÃO

No contexto atual de complexificação do processo de globalização dos mercados levado a cabo pelo desenvolvimento de um novo paradigma científico-tecnológico e informacional, o Bairro do Recife teve sua antiga função de porto comercial transformada em porto digital. De importante porto colonial exportador de cana-de-açúcar, hoje o Porto Digital busca inserir a economia pernambucana no mercado regional, nacional e internacional como produtora e exportadora de tecnologia e inovação.

Durante o período colonial, especialmente após as reformas urbanas implementadas por Maurício de Nassau, o Bairro de Recife se consolidou como importante entreposto comercial da região e do Brasil-colônia. Contudo, com a crise do preço do açúcar e a ascensão do ciclo do café produzido na região sudeste iniciou-se o processo de degradação do bairro. Assim, a partir do início do século XX, o Bairro do Recife tornou-se alvo de diversas políticas de revitalização urbana e recuperação do passado histórico. As novas demandas da economia mundial implicaram na necessidade de reformas de urbanas⁵ voltadas para o objetivo de consolidar um ambiente de negócios baseado em tecnologia da informação e comunicação, criando um cenário onde tecnologia e história interagem em um mesmo espaço.

Desta forma, a antiga estrutura territorial de acumulação foi progressivamente sendo substituída pela estrutura virtual de acumulação com o objetivo de reinserir a economia pernambucana no cenário nacional e internacional (GIRÃO, 2005; PIRES, 2004). Durante o período colonial, a estrutura de acumulação era baseada nas grandes propriedades de terras monocultoras; no período da globalização, a estrutura de acumulação é baseada no ciberespaço, no qual a base para reprodução de capital consiste na existência de infraestrutura tecnológica, não na extensividade territorial.

Para tanto, o governo do Estado de Pernambuco, através da Secretaria de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente do Estado de Pernambuco (SECTMA)⁶, a Universidade Federal de Pernambuco, através do Centro de Informática (Cin-UFPE), e empresas de software, se uniram para criar um parque tecnológico no bairro do Recife com o objetivo de transformar o padrão de acumulação e de exportação, no qual priorizou-se a criação de uma estrutura virtual

⁵ “Os centros urbanos atuais que desejarem se integrar a esta nova economia mundial deverão se reestruturar, inclusive no âmbito de seus próprios territórios, para não se tornarem apenas importadores e consumidores das novas técnicas ou tecnologias e também da própria informação”. (GIRÃO, 2005, p.120)

⁶ A SECTMA deu origem à SECTEC – Secretaria de Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco –, que herdou as atribuições da secretaria anterior.

de acumulação, baseada em inovação tecnológica, que permitisse a projeção desta área como exportadora de tecnologia (PIRES, 2004).

Figura 1: Foto Aérea do Porto Digital, com detalhe do Mapa do Brasil e Região Nordeste



Fonte: Site Porto Digital

Assim, foi planejado o projeto do Porto Digital cujo ambiente de negócios está associado à valorização do passado histórico da região. A reforma urbana realizada para viabilizá-lo incluiu a instalação da infraestrutura tecnológica e a revitalização urbana, fornecendo novas funções para as construções históricas, como o caso da Rua dos Judeus, atual Rua do Bom Jesus. Esta rua, que durante o período colonial abrigou judeus perseguidos na Europa e funcionou como centro comercial, em especial para o comércio de escravos, atualmente apresenta um conjunto de prédios revitalizados, transformados em centros culturais e restaurantes, e adquiriu a função de pólo gastronômico e cultural, utilizado para o lazer da população local e de turistas e para o encontro de funcionários e empresários do Porto Digital.

Figura 2: Rua dos Judeus, Atual Rua do Bom Jesus, séc XVI.



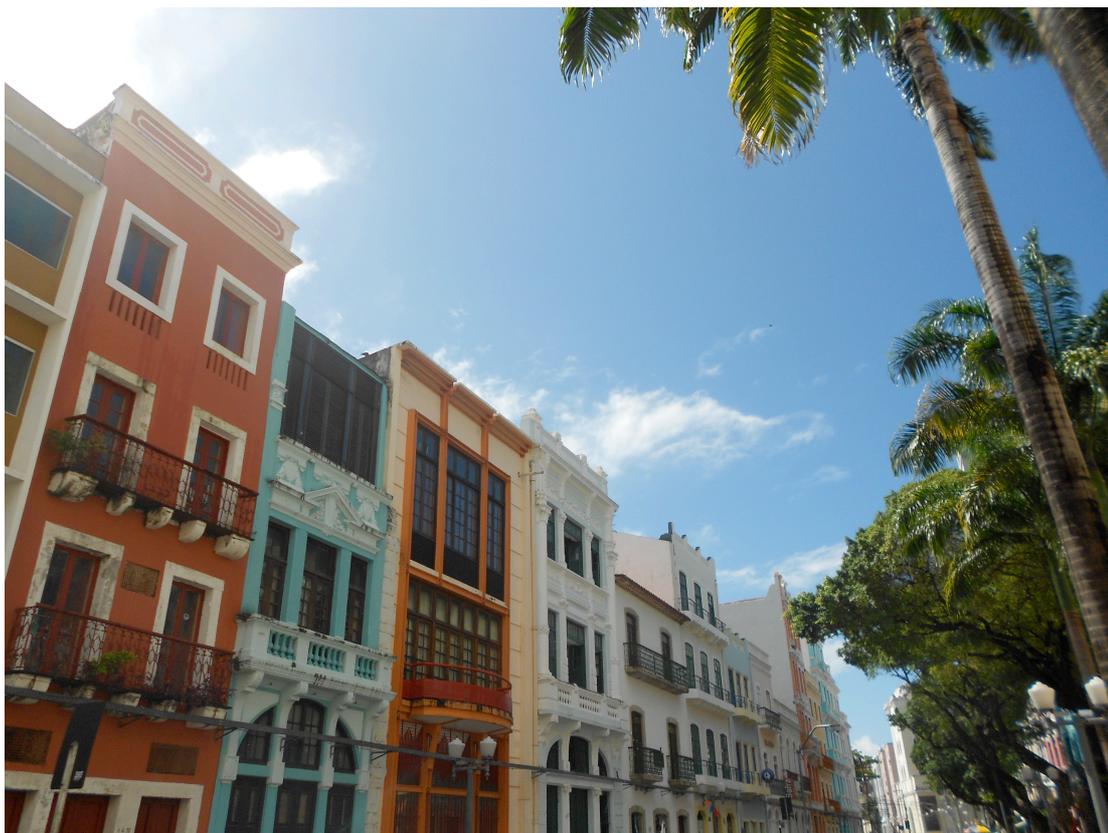
Fonte: Slavenmarkt, de Zacharias Wagener – 1641.

Figura 3: Antiga Rua dos Judeus, Atual Rua do Bom Jesus, 2014



Autora: Gabriela Macedo, 2014

Figura 4: Detalhe do Conjunto de Prédios da Antiga Rua dos Judeus, Atual Rua Bom Jesus, 2014



Autora: Gabriela Macedo, 2014

Embora o porto do Recife tenha perdido gradativamente importância no contexto do desenvolvimento da estrutura virtual de acumulação⁷, seus aspectos históricos foram reutilizados pelo Porto Digital ao incorporar os símbolos do porto comercial na narrativa do empreendimento digital, a começar pelo seu próprio nome, Porto Digital, empresas “embarcadas”, instituições “âncoras” etc (GIRÃO, 2005, p.126-127). Desta forma, o Porto Digital apropriou-se dos elementos simbólicos do porto, mantendo vivas as referências históricas da cidade.

Após 12 (doze) anos em atividade, o Porto Digital recebeu a concessão inédita de indicação geográfica para o setor de serviços, reafirmando sua vinculação com o território ao ter protegido seu nome geográfico e valorizado a sua reputação de região especializada em produzir serviços de TI. Considerando que as indicações geográficas são ferramentas potenciais de impulso ao desenvolvimento territorial, tal processo é encadeado na medida em que elas incorporam ao produto, ou no caso ao serviço, os aspectos materiais e imateriais do território, promovendo, por um lado, a valorização do produto e acesso aos mercados

⁷ O Porto de Recife perde definitivamente a importância de principal porto comercial do Nordeste em 1980, devido à construção do Complexo Industrial do Portuário de Suape.

nacionais e internacionais, e por outro, fortalecendo a capacidade competitiva e autoestima dos produtores e assim como o processo de reconstrução das identidades territoriais. Portanto, resta saber como a modalidade de indicação geográfica de serviço pode se consolidar como uma estratégia de desenvolvimento territorial.

Ao observar os discursos dos atores envolvidos no processo de construção e desenvolvimento do Porto Digital, em especial dos representantes do Núcleo de Gestão do Porto Digital (NGPD), percebe-se o entusiasmo em relação às possibilidades de inserção da economia pernambucana no mercado nacional e internacional através da consolidação da indicação geográfica. Contudo, ganho de mercado não garante o transbordamento de positivities para além do APL. A perspectiva territorial expressa inicialmente parece alinhada com a constituição da cidade-empresa (VAINER, 2003), ocupada com a propaganda de vantagens competitivas com o objetivo de atrair investimentos. Tal modelo de desenvolvimento focado no aspecto econômico neutraliza a existência do conflito na construção histórica do território e indica a prevalência do processo de dominação, caracterizado pelo valor de troca, em detrimento do processo de apropriação, caracterizado pelo valor de uso (HAESBAERT, 2004). Neste sentido, um estudo prévio sobre os efeitos do Porto Digital na reestruturação territorial do bairro do Recife Antigo (GIRÃO, 2005), atesta a existência da supremacia dos objetivos econômicos em relação aos objetivos sociais, visto que a população residente no bairro pouco usufrui dos benefícios desse projeto.

Deste modo, supõe-se que, embora as indicações geográficas possam contribuir com a valorização do patrimônio material e imaterial da região através das práticas de revitalização, em especial da recuperação de prédios degradados, os resultados relativos à melhoria da qualidade de vida dos moradores da área são limitados pela perspectiva de cidade-empresa.

PROBLEMATIZAÇÃO

Dito isso, as questões que guiam esse trabalho são:

- Como e porque o Brasil incorporou a modalidade de serviço na legislação nacional de propriedade industrial?
- Como se formou um núcleo especializado em tecnologia da informação e comunicação em Recife/ PE?
- Por que essa experiência é especial a ponto de adquirir a primeira indicação geográfica de serviço?

- Como a modalidade de indicação geográfica de serviço pode se consolidar como uma estratégia de desenvolvimento territorial?

OBJETIVOS

O propósito da pesquisa, ou objetivo geral, é contribuir com as discussões sobre as potencialidades, limitações e desafios das indicações geográficas como instrumento de desenvolvimento territorial a partir do estudo da inédita indicação geográfica de serviço – o Porto Digital.

Tendo em vista a novidade da IG de serviço no Brasil, ainda é cedo para buscar resultados sobre os impactos econômico, social e ambiental dessa iniciativa. Portanto, a fim de organizar o trabalho científico, esse estudo deverá:

- Analisar o quadro regulatório de proteção às IGs, das instituições intervenientes e seus papéis;
- Reconstruir o processo de transformação do bairro do Recife, de antigo porto comercial ao moderno porto digital.
- Compreender a associação entre o processo de transformação urbana ao processo de valorização do patrimônio cultural do território, coroada pelo reconhecimento do nome geográfico – o chamado Porto Digital.
- Compreender os aspectos constitutivos e organizacionais da fase de pré-reconhecimento da IG do Porto Digital, incluindo a identificação dos atores envolvidos e suas justificativas, a composição dos membros da IG, a delimitação da área, o regulamento de uso e a estrutura de controle;
- Apontar as semelhanças e singularidades do caso com estudos sobre as indicações geográficas brasileiras.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

A estratégia de pesquisa utilizada nesse trabalho é o estudo de caso devido à natureza do objeto. Sendo a indicação geográfica de serviço um fenômeno social complexo e inédito no Brasil e no Mundo, adota-se a estratégia de estudo de caso porque essa permite “preservar as características holísticas e significativas da vida real” (YIN, 2005, p.20). Para Yin (2005, p. 32), "um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”, ou seja, é adequado à análise de objetos cujo ineditismo exige um olhar amplo e contextualizado. Para tanto, usa-se diversas fontes de evidência, dentre elas documentos, artefatos, entrevistas e observações.

Sobre as condições que influenciam o pesquisador na escolha do diferentes modos de fazer pesquisa em ciências sociais, Yin destaca basicamente três elementos (2005, p.19): o tipo de pesquisa; o controle do pesquisador sobre os eventos; o foco em fenômenos históricos ou fenômenos contemporâneos. Sendo assim, Yin (2005, p.19) apresenta a sua definição de estudo de caso.

Em geral os estudos de caso representam a estratégia preferida quando se colocam questões do tipo ‘como’ e porque’, quando o pesquisador tem pouco controle sobre os acontecimentos e quando foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real

Portanto, mais afinado com as questões explicativas, este método é mais adequado "quando um fenômeno é amplo e complexo, onde o corpo de conhecimentos existente é insuficiente para permitir a proposição de questões causais e quando um fenômeno não pode ser estudado fora do contexto no qual ele naturalmente ocorre" (BONOMA, 1985, p. 207 apud BRESSAN, 2000). Esse método tende à explanação de um caso singular e tem o objetivo de gerar compreensão sobre ele, além de contribuir com a teorização de um conjunto maior de casos.

Apesar do preconceito em relação ao método – considerado criticamente como impreciso, subjetivo, pouco rigoroso e de difícil generalização -, Yin (2005) propõe que o pesquisador elabore um projeto de pesquisa capaz de guiá-lo nas diversas fases do trabalho científico (definição do problema, delineamento da pesquisa, coleta de dados, análise de

dados e composição e apresentação de resultados) e que as generalizações sejam feitas em relação às proposições teóricas, não em relação às populações ou universos. Para Bressan (2000, p.4):

O projeto de pesquisa, se corretamente elaborado, irá ajudar o investigador a evitar as situações onde as evidências não endereçam as questões inicialmente colocadas. Visto desta forma, o projeto de pesquisa é um trabalho (...) bem mais completo do que um plano de trabalho e ele lida com os aspectos lógicos da pesquisa e não com os aspectos logísticos dela.

Para tanto, Yin (2005) sugere cinco componentes necessários para a sustentação do projeto de pesquisa e para guiar o pesquisador na utilização do método de estudo de caso em seu trabalho científico: questões de estudo, propósito do estudo, unidade de análise, ligação dos dados às proposições e elaboração de critérios para a análise dos dados. Espera-se também que o pesquisador desenvolva uma teoria inicial que será sua referência ao longo do estudo e que poderá ser testada e confrontada ao final dele, permitindo ao autor fazer contribuições à discussão acadêmica mais ampla.

Para Alves-Mazzotti (2006), a falta de esforço em debater as descobertas com a comunidade acadêmica e de agregá-las à construção de teorias são indicadores do mau uso do método de estudo de caso, pois comprometem o processo de produção do conhecimento científico.

Ao não situar seu estudo na discussão acadêmica mais ampla, o pesquisador reduz a questão estudada ao recorte de sua própria pesquisa, restringindo a possibilidade de aplicação de suas conclusões a outros contextos pouco contribuindo para o avanço do conhecimento e a construção de teorias. Tal atitude frequentemente resulta em estudos que só têm interesse para os que dele participaram, ficando à margem do debate acadêmico. Esse problema não é novo nem se restringe aos estudos de caso, mas, sem dúvida, é mais freqüente nesse tipo de pesquisa (ALVES-MAZZOTTI, 2006, p. 639).

Portanto, esse trabalho buscará combinar o esforço de descrição e análise das particularidades do único caso de indicação de serviço, o caso do Porto Digital de Recife/PE, e a tentativa de instrumentalizá-lo para a compreensão das indicações geográficas de modo mais amplo e generalizado a partir da elaboração de critérios de análise e hipóteses para estudos futuros.

A pesquisa qualitativa será utilizada como tipo de pesquisa, uma vez que esta está mais afinada com objetivo de compreensão e interpretação dos fenômenos humanos. E o método quantitativo será utilizado para dar suporte à análise dos interesses e prioridades das empresas presentes no Porto Digital. A finalidade é exploratória, na medida que busca reunir informações capazes de reconstruir a história da formação do Porto Digital, e explicativa, na medida que busca compreender como a região se tornou reconhecida pela produção de tecnologia da informação e comunicação a ponto de ser registrada como indicação geográfica. Assim pretende explicar o porquê deste fenômeno e aproximar o pesquisador e o leitor do objeto através da pesquisa bibliográfica e do trabalho de campo.

Os meios de pesquisa serão investigação de (a) documentos administrativos do Porto Digital, (b) documentos públicos, como os planos de desenvolvimento do Nordeste, planos de reforma e requalificação urbana da cidade de Recife; (c) pesquisa bibliográfica em bibliotecas da cidade do Rio de Janeiro, como a Biblioteca Mario Henrique Simonsen e a Biblioteca da Faculdade Estácio de Sá; bibliotecas da cidade de Recife e Olinda, como a Biblioteca da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e Biblioteca do Centro de Estudos Avançados da Conservação Integrada (CECI), e acervos, como o acervo da Empresa de Urbanização de Recife (URB-Recife), do Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional de Recife (IPHAN-Recife) do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), além de pesquisa em acervos científicos online, como Scielo, Observatório Celso Furtado, Observatório das Metrôpoles, site oficial da CEPAL, da SUDENE, da Fundação Joaquim Nabuco, do IPEA, SEBRAE, dentre outros; (d) entrevistas semiestruturadas e (e) participação em cursos temáticos.

Sobre a coleta de dados, inicialmente foram utilizados dados já existentes, ou seja, dados secundários, em notícias, documentos, entrevistas, artigos, livros e dissertações. Além disso, foram acompanhados cursos voltados para os temas de propriedade industrial e indicações geográficas no WIPO e INPI e foi feito trabalho de campo em Recife e Olinda entre os meses de agosto e setembro de 2014, a fim de entrevistar os principais atores envolvidos na criação do Porto Digital e observar as transformações na paisagem urbana do Bairro de Recife e suas novas territorialidades. Foram entrevistados no total 12 atores. Devido

à dificuldade de contato ou agenda, 6 entrevistas foram feitas em Recife, 2 no Rio de Janeiro, 3 por email e 1 via skype. Em alguns casos, a entrevista foi continuada via email. Segue abaixo a identificação dos entrevistados:

- Representantes NGPD: Carla Costa, gerente de articulação de empresas do Porto Digital; Guilherme Calheiros, diretor de inovação do Porto Digital.
- Representante de associação local: Eduardo Antonio Paiva de Almeida, coordenador executivo do Softex-Recife.
- Representantes da Academia ou Instituto de Pesquisa: Silvio Meira – ex-professor do Cin-UFPE, ex-diretor presidente e ex-cientista chefe do CESAR, onde atuou por 18 anos, e atual professor da Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas; Sérgio Cavalcante – superintendente do CESAR e professor do Cin – UFPE.
- Representantes das empresas pré-selecionadas para receberem o selo de Indicação Geográfica: Antônio do Rego Valença, CEO Pitang; Paulo Henrique Ferreira Jaborandy, gerente de qualidade da empresa Vectra; Bruno Pimentel Santana, gerente de qualidade de software da empresa PROCENGE.
- Representantes do Governo: Cláudio Marinho, ex-Secretário de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente de Pernambuco (SECTMA/PE), ex-Secretário de Planejamento do governo de Pernambuco (SEPLAG/PE) e atual empresário da empresa de consultoria Porto Marinho; Jarbas Vasconcelos (PMDB). Ex-prefeito de Recife (1986-1988; 1993-1996), ex-governador de Pernambuco (1999-2006), atual Senador de Pernambuco (2007-__).
- Representante de Instituição de Suporte e Fomento: Luiz Cláudio de Oliveira Dupin, coordenador de fomento e registro de indicações geográficas do Instituto Nacional de Propriedade Industrial; Péricles Negromonte, Analista do SEBRAE/Recife.

Ademais o andamento do trabalho de pesquisa foi discutido em grupo com outros estudantes (iniciação científica, mestrado e doutorado) de indicações geográficas da UFRRJ, acompanhados do orientador César Augusto Guedes, e foi apresentado em eventos científicos internos ao programa e à universidade e externo. A etapa final da pesquisa é a organização e análise das informações e dados. O objetivo desta etapa é validar ou refutar as suposições e os objetivos indicados na fase de elaboração do projeto.

Vale acrescentar que todos os métodos são sujeitos a limitações. E no caso deste estudo em questão as limitações residem primeiramente no acesso aos acervos regionais, haja visto a distância geográfica e a implicação no aumento do custo da pesquisa, mas que

felizmente foi superada com a aprovação do recurso PROAP/CAPES pela coordenação do PPGDT/UFRRJ. Soma-se a isso a limitação dos próprios documentos, que tendem buscar a objetividade e a impessoalidade, dificultando o acesso aos interesses envolvidos no processo. É em consideração a isso que as entrevistas se tornam necessárias, já que permitem qualificar e mediar os dados e informações.

1. CAMINHOS DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL: DA PROTEÇÃO DOS PRODUTOS AGROALIMENTARES À PROTEÇÃO DOS SERVIÇOS

No atual contexto marcado pela rapidez das trocas comerciais e culturais e pela flexibilização da produção, tanto as fronteiras geopolíticas quanto os vínculos entre identidade e lugar são postos em xeque. Contudo ao mesmo tempo em que a transnacionalização do capitalismo torna-se o novo marco histórico e a homogeneização dos mercados é apontada como tendência mundial, emerge a valorização dos aspectos territoriais para qualificar práticas econômicas, políticas e culturais. A contradição aparente entre globalização e localização acarreta, por um lado, na perda de identidades e, por outro, no reforço de identidades particularistas e na hibridização das identidades, resultado da combinação de velhas e novas representações e contextos identitários (HALL, 2006; AGIER, 2001 apud SILVA et al, 2013, p.4).

Um dos efeitos desse processo de crise identitária é a transformação dos padrões de consumo impulsionada pela demanda por produtos com identidade territorial (SILVA et al, 2013). Somam-se a isso, as sucessivas crises de insegurança alimentar (vaca louca, gripe aviária, gripe suína etc), que reforçam a importância de vincular a origem ao produto, a produção ao consumo, e criar estratégias para evitar possíveis falsificações. Neste contexto, as indicações geográficas são o corolário desse processo em curso, pois são instrumentos oficiais de incorporação de atributos territoriais aos gêneros agroalimentícios, manufaturados e serviços, contribuindo, portanto com o desenvolvimento de um modelo de produção e consumo alternativo “à cultura sem sabor do *fast food* e dos não lugares” (GUEDES, SILVA, 2011, p.17). De acordo com o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) e a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI)⁸,

“Indicações Geográficas, em seu conceito mais amplo, são indicações que identificam produtos ou serviços em razão de sua origem geográfica, e que incorporam atributos como reputação e fatores naturais e humanos, proporcionando produtos ou serviços com características próprias, que traduzem a identidade e a cultura de um espaço geográfico”.

⁸ Referência ao material do curso DL101 Curso Geral de Propriedade Intelectual, promovido pelo INPI e OMPI entre os meses de fevereiro e abril de 2015 na modalidade online.

As indicações geográficas são concebidas como instrumentos do desenvolvimento territorial na medida em que incorporam os aspectos materiais e imateriais do território no esforço de valorização e diferenciação do produto, a fim de agregar valor, acessar mercados e garantir a qualidade do produto para os consumidores, além de fortalecer os laços identitários entre os produtores e aumentar sua autoestima e poder de competitividade. Pressupõe-se que o sucesso de estratégias competitivas apoiadas nas IGs reside no fato de que estas se baseiam em um elemento ímpar, que não pode ser replicado: o território (ORTEGA E JEZIORNY, 2011, apud SILVA et al, 2013). Segundo Guedes e Silva (2011, p.4), “quando bem conduzido o processo, há um efeito transbordamento das positivities que vão além dos produtores na medida em que potencializa o desenvolvimento socioeconômico do território com ganhos na valorização do patrimônio cultural e nas atividades turísticas”.

Dito isso, este capítulo buscará analisar o quadro regulatório de proteção às indicações geográficas, as instituições intervenientes e seus papéis e compreender como e porque o Brasil incorporou a modalidade de serviço no seu quadro regulatório. Para tanto, a primeira seção se dedicará à reconstrução dos caminhos legais percorridos pelas indicações geográficas, desde as primeiras referências que se tem notícia até a assinatura do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (ADPIC ou conhecido em inglês como TRIPS – *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*) que é principal acordo que rege o tema das indicações geográficas no mundo. Na segunda seção, a atenção será voltada para o entendimento sobre a incorporação do quadro regulatório internacional de proteção às indicações geográficas no Brasil e à descrição do perfil e evolução das indicações brasileiras, lançando luz às suas peculiaridades, como a incorporação da modalidade de serviço. Por fim, serão apresentados alguns argumentos sobre as potencialidades e desafios da IGs no Brasil.

1.1. Indicações Geográficas: do Mundo para o Brasil

O conceito de indicação geográfica foi construído historicamente a partir da ideia de que determinados produtos possuíam características específicas atribuídas a sua origem. Com isso, certos produtos passaram a ser designados por seu nome geográfico como os vinhos gregos de Coríntio, Ícaro, Rhodes (Grécia 4 a.C.), o vinho Falerno e o mármore Carrara (Império Romano). A valorização desses produtos no mercado, traduzida em maior procura e

melhores preços, suscitarão falsificações, que se utilizaram de nome de regiões famosas em produtos não originários dessas regiões⁹.

Contra as práticas de falsificação, iniciou-se o processo de delimitação de regiões produtoras e uso de sinais distintivos em produtos com o objetivo de comprovar a autenticidade e origem do produto, proteger a reputação da região e conquistar o mercado nacional e internacional. A primeira é a delimitação da região do Douro, produtora do vinho do Porto, entre 1758-1761 por Marquês de Pombal no âmbito da recém-criada Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto do Douro - também denominada Real Companhia Velha. A segunda é a delimitação da região de Champagne em 1926 e a posterior criação do sistema nacional de apelação de origem controlada (AOC - *apellation d'origine contrôlée*).

Nesse sentido, criou-se um arcabouço jurídico relacionado à proteção das indicações geográficas com o intuito de criar normas e sanções legais para combater a fraude e a concorrência desleal. Em termos de regulamentação, a Convenção da União de Paris de 1883 é a referência normativa que abre o caminho para a discussão e desenvolvimento das IGs. A CUP - assinada por 164 países, incluindo o Brasil - visava constituir um pacto de proteção das propriedades industriais entre os países signatários e tem como objetos as patentes de invenção, os modelos de utilidades, os desenhos industriais, as marcas, os nomes comerciais e as indicações de procedência. Embora não defina o conceito de indicação de procedência, estabelece as disposições contra as falsas indicações no artigo 10º: apreensão, no ato da importação, etc, de produtos que tragam indicações falsas quanto à sua fonte ou à identidade do produtor/ artigo 1: As disposições do artigo precedente serão aplicáveis em caso de utilização, direta ou indireta, de uma falsa indicação relativa à proveniência do produto ou à identidade do produtor, fabricante ou comerciante.

Em 1891 é assinado o Acordo de Madrid, relativo à repressão das falsas indicações de proveniência das mercadorias, no qual os países-membros se comprometem a reprimir o uso direto ou indireto de indicações geográficas falsas ou enganosas, desenvolvendo medidas coercitivas para impedir a importação do produto portador da falsa indicação através da apreensão no ato da importação, proibição da importação, apreensão do produto na Alfândega ou ações meios previstos em leis nacionais dedicadas ao tema específico ou sanções previstas nas leis sobre marcas e nomes comerciais. Vale destacar que no Brasil marcas e indicação geográfica são institutos jurídicos diferentes. Basicamente a marca é um sinal distintivo utilizado por pessoa física ou jurídica para diferenciar seu produto ou serviço dos seus

⁹ Os dados históricos foram coletados nos manuais do SEBRAE e em cursos temáticos frequentados durante a pesquisa.

concorrentes e excluir terceiros do uso daquele sinal especial, garantindo o uso exclusivo da marca. Já a indicação geográfica é utilizada em produtos ou serviços para informar ao consumidor a sua origem e indicar que esses produtos ou serviços possuem reputação e/ou características vinculadas ao local de produção ou prestação do serviço. Diferentemente da marca, a indicação geográfica pode ser usada por todos os produtores (ou prestadores de serviço) presentes na área delimitada da IG que desenvolvam efetivamente a atividade econômica cujos produtos mantenham a qualidade e características determinadas pelo grupo. Além disso, a principal função da marca é destacar a empresa que produz o bem, enquanto a principal função da indicação geográfica é enfatizar a região de origem do bem.

Em 1958, é instituído o Acordo de Lisboa para a proteção das denominações de origem e seu registro internacional, no qual é definida a noção de denominação de origem e país de origem e são estabelecidas as condições de registro internacional. Contudo este acordo teve pouca adesão, contando com apenas 28 países. Um dos empecilhos foi a grande diferença dentro do conjunto dos países-membros. Enquanto a França apresentou 565 pedidos de um total de 911 no Acordo, Portugal fez apenas 7. O Brasil não é signatário do Acordo. Segundo o analista do INPI, Raul Bittencourt Pedreira, em ocasião do curso básico de indicações geográficas promovido pelo próprio INPI, o Brasil recusou o acordo porque o registro internacional poderia gerar conflitos para a agricultura e culinária brasileira, já que esta abrange brasileiros descendentes de imigrantes que mantinham hábitos culturais e alimentares de seus antepassados europeus e que seriam impedidos de usar os nomes geográficos utilizados por seus antepassados.

Em 1992, foi instituída a primeira norma específica referente às indicações geográficas na Europa, através do Regulamento (Comunidade Econômica Européia) 2081/92 do Conselho Europeu, no qual previa e definia a proteção de indicações geográficas (IGs), denominações de origem (DO) e certificados de especialidades tradicionais de produtos (ETP) agrícolas e dos gêneros alimentícios¹⁰. O objetivo era proteger o patrimônio alimentar de cada país, as cadeias comunitárias de bens agroalimentares e os consumidores de possíveis imitações e falsificações.

Em 1994, o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (ADPIC ou conhecido em inglês como TRIPS – *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*) é assinado com a finalidade de criar a Organização Mundial do Comércio (OMC) e disciplinar as relações comerciais entre os países

¹⁰ Para os vinhos foi criado um sistema independente, conhecido como VCPRD (sigla em castelhano) – Vinhos de Qualidade Produzidos em Região Demarcada. (GUEDES; SILVA, 2007, p.7)

membro com base na proteção da propriedade intelectual de cada um deles, protegendo e definindo as indicações geográficas legítimas e estabelecendo um sistema de proteção das indicações geográficas¹¹. A definição adotada pelo ADPIC é:

Artigo 21, parágrafo 1: Indicações geográficas são, para os efeitos deste Acordo, indicações que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica.

Já em 2003, na conferência ministerial da OMC em Cancún, foram discutidos temas relevantes para a inserção de economias periféricas no mercado mundial e o conhecimento da procedência de produtos de consumo tornou-se uma exigência mercadológica (CALDAS et al, 2005), reforçando a importância das IGs como ferramenta de acesso a este mercado.

Apesar da pouca experiência do Brasil com IGs, o país buscou internalizar as regras estabelecidas sobre o tema. A primeira vez que a repressão às falsas indicações de procedência é citada em lei ocorre por meio do Decreto 3.346, de 1887, artigo 8º, parágrafo 3, no âmbito das regras para registro de marca¹², e reproduzido na Lei 1.236 de 24 de setembro de 1904. Quarenta anos depois, o Código de Propriedade Industrial, criado pelo Decreto-lei nº 7.903 de 27 de agosto de 1945, artigo 100, é definido o conceito de indicação de proveniência como “designação de nome de cidade, localidade, região ou país, que sejam notoriamente conhecidos como o lugar de extração, produção ou fabricação das mercadorias ou produtos”, reproduzido no novo Código de Propriedade Industrial, Lei 5.772 de 21 de dezembro de 1971, capítulo I, seção VI.

A partir da década de 1990, devido o processo de liberalização econômica, redução das barreiras alfandegárias, e aumento das trocas comerciais após a ditadura militar, o Acordo TRIPS é internalizado e as IGs passaram a ser pensadas no âmbito da OMC e do acesso aos mercados. Nesse sentido, institui-se a Lei de Propriedade Industrial (LPI) número 9279 de

¹¹ Os artigos 22 e 23 do Acordo Trips são dedicados a proteção das indicações geográfica, sendo o último focado na proteção de vinhos e bebidas alcoólicas.

¹² É proibido o registro de marca que contiver ou consistir em: Indicação de localidade determinada ou estabelecimento que não seja o da proveniência do objeto, quer a esta indicação esteja junto um nome suposto ou alheio, quer não.

14/05/1996, que garante a possibilidade de registro e define as duas espécies de Indicações Geográficas: indicação de procedência e denominação de origem.

Segundo a letra da lei, as espécies de indicação geográfica são:

Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço (Brasil, 1996).

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (Brasil, 1996).

Nota-se que o aspecto característico da indicação de procedência é a reputação do nome geográfico, ou seja, a região deve ser conhecida. No caso da denominação de origem, o aspecto característico são as qualidades e características exclusivas ao meio geográfico. Não há hierarquização legal entre indicação de procedência e denominação de origem.

Para Bruch (2008), a internalização da definição de indicação geográfica contida no Acordo TRIPs não foi literal: “Por um lado, restringiu-o em determinados aspectos, como no caso do uso de um nome geográfico, tendo em vista que o TRIPs permite o uso de qualquer nome, desde que este lembre uma localização geográfica. Por outro lado, ele expandiu-o, como no caso da extensão da proteção de produtos também para os serviços”. Destaca-se que o nome geográfico, que no caso do Brasil se restringe ao nome oficial ou costumeiro que designa algum lugar, somente pode ser registrado como IG se os produtos ou serviços forem oriundos de apropriação econômica.

A inclusão dos serviços como objetos de registro pode ser considerada um fato inovador em relação à legislação da União Européia. Contudo, existem duas interpretações possíveis para explicar esse acréscimo. De acordo com Dupin (Anexo, p. 115), o legislador, que nem sempre é um especialista no assunto, associou o nome geográfico a produtos e serviços para evitar que os registros de marcas consistam no registro de nomes geográficos, já que os registros de marcas se referem tanto a produto quanto a serviços. Por outro lado, Barbosa (BARBOSA et al, 2013, p.322) destaca que o artigo 22 do TRIPs - legislação internacional regente do tema - sugere a possibilidade de proteção a serviços, uma vez que

goods pode ser interpretado como mercadorias ou bens passíveis de serem vendidos e comprados no mercado.

*Geographical indications are, for the purposes of this Agreement, indications which identify a good as originating in the territory of a Member, or a region or locality in that territory, where a given quality, reputation or other characteristic of the **good** is essentially attributable to its geographical origin..*

Por fim, temos a Resolução n. 75, de 28/11/2000, revogada pela Instrução Normativa n.25, de 21/08/2013 do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), que estabelece os procedimentos para o requerimento do registro de indicações geográficas, contribuindo diretamente com a criação de um sistema de proteção do nome geográfico. Define-se que a análise e emissão do registro de indicação geográfica ficam a cargo do INPI. O INPI exige que: o requerente seja uma entidade legítima que represente uma coletividade; que a área delimitada seja comprovada por documento oficial emitido por órgão da União, Estado ou Prefeitura; comprovem que a área seja reconhecida pela produção de bens ou serviços; os produtores e prestadores de serviço estejam na área delimitada e efetivamente exerçam a atividade da IG; descrevam os produtos e serviços oferecidos, e no caso da denominação de origem, explicitem as características e qualidades resultantes do meio geográfico; regulamento de uso e estrutura de controle sobre os produtores e prestadores que possuem o direito exclusivo sobre a IG.

Além do INPI, outras instituições possuem papéis relevantes na construção e aprovação do pedido de registro da IG. Na fase de construção do pedido, há uma variada constelação de atores, onde podem ser destacados os papéis desempenhados pelo SEBRAE, EMBRAPA, MAPA, INMETRO, grupos de pesquisadores de Universidades dedicados ao tema (como o grupo Universidade Federal de Santa Catarina que oferece, em parceria com o MAPA, o curso de propriedade intelectual e inovação para o agronegócio com um módulo de indicação geográfica) e membros da cadeia produtiva em função da definição de objetivos, metas, estratégias da IG, assim como a preparação dos documentos comprobatórios necessários. Após a aprovação, cabe à cadeia produtiva executar, exercer controle e promover a IG, ao Estado apoiar e controlar, e ao consumidor perceber a importância da IG e investir nela através da compra.

Os objetivos da legislação brasileira sobre propriedade industrial e dos procedimentos administrativos são estabelecer os padrões de proteção à propriedade intelectual, através da

fixação do conjunto de características do produto a ser protegido pela Indicação Geográfica, bem como disciplinar os pedidos de modo a impedir falsificação (KEGEL et al, 2011, p.7). Destaca-se que ao contrário da maioria das propriedades industriais protegidas pela LPI – marcas¹³, patentes, desenho industrial -, as indicações geográficas são registros coletivos e o associativismo é pré-condição para a solicitação, reforçando a necessidade de uma gestão dialógica - na qual a legitimidade da decisão reside no diálogo - que pressupõe mudanças de comportamento, de percepção e de capacitações a favor da busca de estratégias locais de desenvolvimento (GUEDES e SILVA, 2014; TENÓRIO, 2007). A legislação rigorosa e centralizada no INPI serve como barreira à vulgarização das IGs e o excessivo localismo (GUEDES e SILVA, 2011, p.15-16). Vale lembrar que a LPI é essencialmente uma lei repressora (reprime as falsas indicações geográfica), mas a falta de instrumentos de fiscalização e controle fragiliza seu propósito.

1.2. Panorama das Indicações Geográficas no Brasil

O resultado da internalização do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (ADPIC ou TRIPS em inglês) em 1994 no Brasil foi a aprovação da Lei de Propriedade Industrial (LPI nº 9279), a qual prevê expressamente a proteção das indicações geográficas. De acordo com a lei brasileira, a Indicação Geográfica é instituto jurídico que visa reconhecer e proteger nome geográfico de país, região, cidade ou local, que identifiquem algum produto ou serviço. Lembra-se que nome geográfico indica uma área geográfica delimitada cujo nome é designado por instrumento oficial expedido por órgão da União ou dos Estados (Secretarias ou Ministérios)

O conceito de IG pode ser definido como uma indicação utilizada em produtos ou serviços que apresentam uma origem geográfica específica e que possuem qualidades e/ou reputação vinculadas a determinado local geográfico (INPI e OMPI). A partir do art. 177 da LPI, observa-se que a indicação de procedência está relacionada a nomes geográficos cujos produtos e serviços são conhecidos e possuem reputação, enquanto que a denominação de origem está relacionada a nomes geográficos cujos produtos e serviços possuem

¹³ As marcas coletivas são uma exceção ao argumento, pois o seu registro também é baseado no associativismo. Mas as marcas coletivas só podem ser registradas e utilizadas por uma entidade representativa enquanto as IG podem ser registradas por entidade representativa e utilizada por todos os produtores inseridos na região delimitada.

características especiais decorrentes do meio geográfico.¹⁴ Em ambos, a associação do nome geográfico ao produto ou serviço serve à busca por notoriedade.

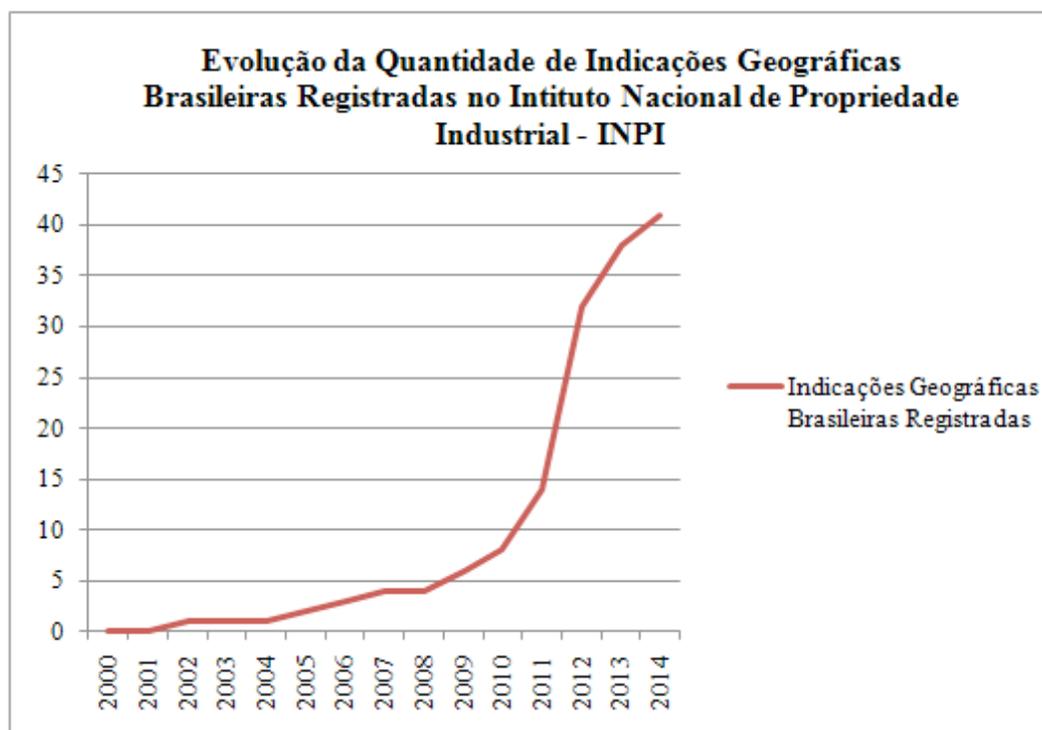
Mirando o panorama nacional das indicações geográficas, o Brasil tem poucos exemplos, totalizando 46 (quarenta e seis) IGs reconhecidas. Segundo dados do INPI (2014), são elas 30 (trinta) IPs nacionais, 08 (oito) DOs nacionais e 08 (oito) DOs estrangeiras. De acordo com a pesquisa do perfil das IGs brasileiras (BARBOSA et al, 2013), analisadas entre os anos 1997 e 2011, os principais produtos brasileiros que buscaram proteção foram o café, as bebidas alcoólicas, as rochas, a água mineral, o queijo, sendo o café o responsável por 18,6% dos requerimentos nacionais. O setor com mais concessões até 2011 foi o de bebidas alcoólicas, com três IGs: duas para vinhos e uma para a cachaça, o que representava 21,4% das concessões. A região com o maior número de pedidos foi a Sudeste. Contudo era o estado do Rio Grande do Sul, o detentor do maior número de IGs concedidas, seis das catorze.

Vale destacar que até 2010, o Brasil possuía pouquíssimas indicações geográficas registradas, oito para ser exato. E nos anos posteriores houve um aumento considerável, chegando a somar quarenta e um em 2014. De acordo com o INPI¹⁵, os pedidos de registro de INPI se intensificaram em 2005, mas até 2010 eles se acumularam. Somente em 2011, quando o instituto melhorou o aparelhamento de recursos materiais e humanos foi possível diminuir o estoque de pedidos não examinados e aumentar a quantidade de pedidos examinados e aprovados.

¹⁴ Curso Básico de Indicação Geográfica, Instituto Nacional de Propriedade Industrial, ministrado em 8 de maio de 2015

¹⁵ Esta declaração foi feita por Dupin, em entrevista, e Bittencourt, no curso sobre Indicações Geográficas, promovido pelo INPI.

Figura 5: Evolução da Quantidade de Indicações Geográficas Brasileiras Registradas



Fonte: Elaboração própria – dados Inpi, 2014.

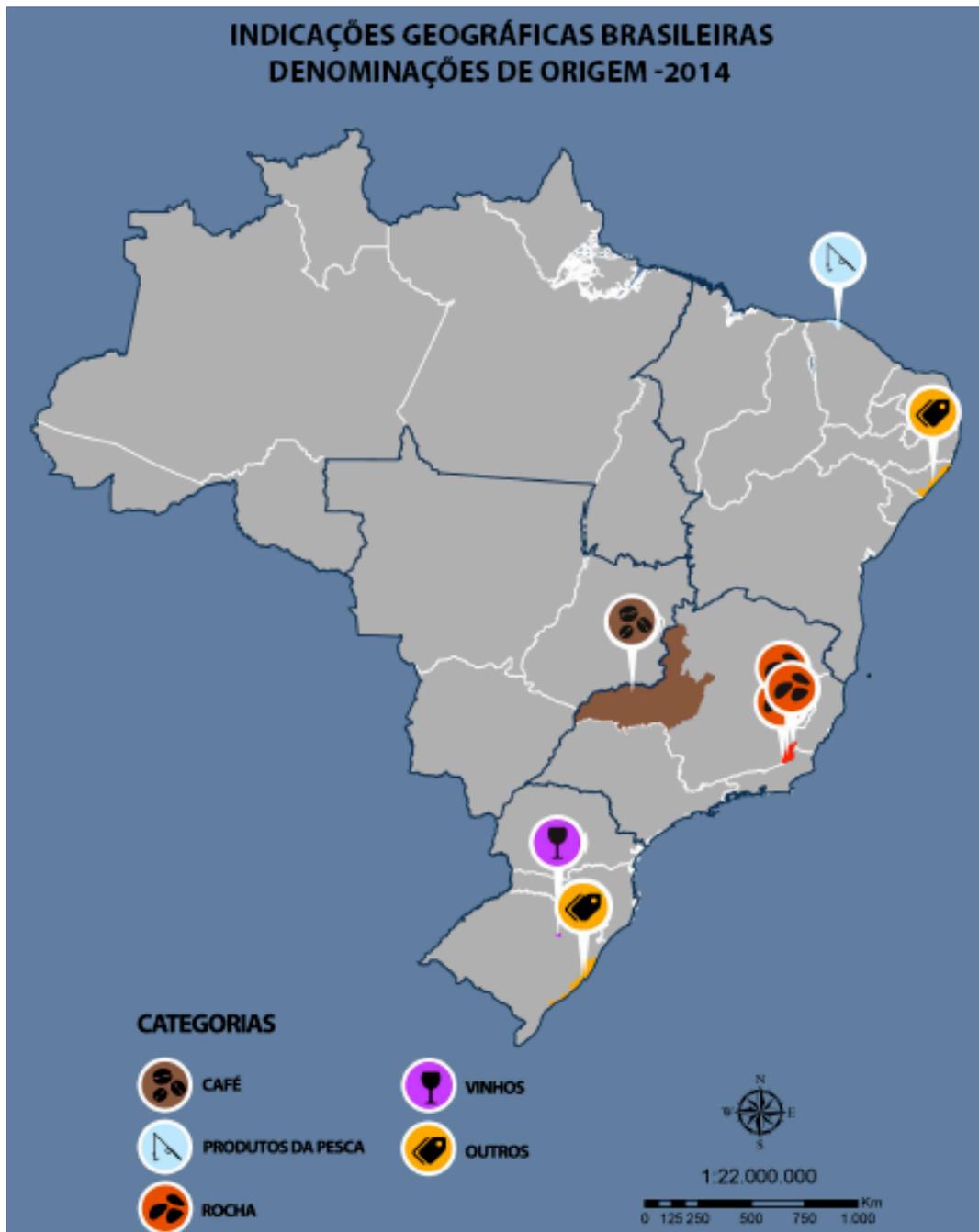
Se os resultados da pesquisa do perfil das IGs brasileiras forem atualizados com os dados totais de concessão até 2014, será possível verificar que o quadro pouco se alterou, conforme podemos ver nos mapas abaixo das indicações geográficas brasileiras até 2014 e no mapa detalhado elaborado recentemente pelo IBGE e o INPI em anexo.

Figura 6: Indicações de Procedência por Atividade – 2014.



Fonte: Elaboração própria – Gabriela Macedo Gregório, Márcia Quintella e Eduardo Rodrigues Marins. 2015.

Figura 7: Denominação de Origem – 2014.



Fonte: Elaboração própria – Gabriela Macedo Gregório, Márcia Quintella e Eduardo Rodrigues Marins. 2015.

Percebe-se uma distribuição desigual de IGs no território nacional e uma concentração forte no eixo Sul-Sudeste em oposição às regiões Norte-Nordeste. Tal panorama denota a diferenciação na maturidade dos agrupamentos produtivos e no engajamento de instituições de fomento como SEBRAE e EMBRAPA. O Sudeste continua sendo a região com o maior número de IGs, concentrando 41% das IGs brasileiras e o Rio Grande do Sul o Estado com a maior quantidade de IGs (no total são nove: cinco IGs de vinho, duas de carne e derivados,

uma de doces e uma de artesanato), seguido do Estado de Minas Gerais (no total são oito: três de café, dois de queijo, uma de cachaça, uma de artesanato e uma de doces). Contudo o setor com mais indicações geográficas concedidas é o artesanato, que atualmente concentra 17% das atividades protegidas, como as rendas artesanais (Divina Pastora/SE e Cariri Paraibano/PB) e o artesanato com capim dourado (Região do Jalapão/TO) para citar alguns.

Além disso, é concedida a primeira IGs de serviço para o Porto Digital de Recife/PE (IG 201103), um pólo tecnológico definido como Arranjo Produtivo Local de Tecnologia da Informação e Comunicação, registrada em dezembro de 2012. Essa experiência abre caminho para outras IGs de serviço, como o caso da Reserva Mamirauá/AM que está elaborando no momento o depósito de registro de IG para as atividades de ecoturismo. Considerando que a origem histórica das IGs consiste na proteção de produtos de origem agroalimentares, a falta de antecedentes para a emissão de registros de IGs de serviços levanta a discussão sobre potencialidades e contradições dessa nova modalidade. No caso do Porto Digital, os administradores e os empresários do pólo acreditam que a IG trará mais destaque para o caso e poderá aumentar o padrão de qualidade das empresas estabelecidas no local, tornando o pólo mais conhecido e mais competitivo. Contudo a legislação vigente¹⁶ autoriza empresas multinacionais - como a Microsoft, Accenture e a Olgivy instaladas na região – a usarem a IG, uma vez que determina que esse direito cabe aos produtores e prestadores de serviço estabelecidos no local, levantando uma discussão importante para pesquisadores e agentes políticos sobre a dimensão territorial das IGs.

1.3. Potencialidades e Desafios das Indicações Geográficas Brasileiras

Apesar do pequeno histórico de IGs encontrado no Brasil, estudiosos afirmam que alguns desses casos tiveram êxito, pois contribuíram para promover o desenvolvimento de regiões rurais através da reordenação do território, como por exemplo, o Vale dos Vinhedos (RS), o Café do Cerrado Mineiro (MG), Carne do Pampa Gaúcho (RS) e a Cachaça Artesanal de Paraty (RJ) (CALDAS et al, 2005, p.4; KEGEL et al, 2011, p.8; NIEDERLE, 2009). Dentre os principais argumentos utilizados para valorizar as IGs enquanto ferramentas de desenvolvimento territorial rural estão: (a) estímulo à ação cooperada entre os produtores e as entidades de fomento, universidades, centro de pesquisas, seja durante a estruturação do

¹⁶ Brasil, Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Art. 182. O uso da indicação geográfica é restrito aos produtores e prestadores de serviço estabelecidos no local, exigindo-se, ainda, em relação às denominações de origem, o atendimento de requisitos de qualidade

pedido de registro ou no controle da produção ou da prestação de serviços; (b) valorização dos produtos locais; (c) proteção dos produtores contra competição desleal favorecendo a criação de vínculo de confiança com o consumidor; (d) aumento do valor agregado dos bens e aumento da renda dos produtores; (e) preservação da biodiversidade e valorização dos conhecimentos tradicionais, preservando as particularidades dos produtos ou serviços, patrimônio das regiões específicas; (f) competitividade e ampliação do alcance nos mercados nacionais e internacionais; (g) valorização econômica das propriedades rurais através do estímulo aos investimentos na própria área de produção, aumento do turismo, do padrão tecnológico e da oferta de emprego; (h) estímulo à multifuncionalidade do meio rural; (i) transformação das áreas rurais em local de consumo; (j) redução do êxodo rural; (l) aumento da autoestima da população local e em determinados casos até do país. (LAGARES, LAGES, BRAGA, 2006; SAUTIER, 2006; MASCARENHAS, 2008; TONIETTO, 2005; DIAS, 2005; DULLIUS *et al.*, 2008 apud NIEDERLE, 2009, p.8; INPI e OMPI, 2014).

No entanto, embora muitos destes argumentos sejam comprovados em pesquisas empíricas, especialmente nos países da União Européia, de longa tradição no uso dos instrumentos de diferenciação de produtos e de demarcação de territórios, não se deve fazer transposição de modelos teóricos de um território para outro devido ao risco de cometer erro metodológico. Alguns autores consideram a dificuldade de IGs criarem valor agregado em economias periféricas (VAN DE KOP; SAUTIER; GERZ, 2006 apud NIEDERLE, 2009) devido o baixo poder aquisitivo dos consumidores em comparação aos países centrais e o pouco conhecimento em relação ao significado dos produtos e serviços protegidos. Para Niederle (2009), a falta de mercado consumidor para produtos e serviços protegidos pode ser revertida com o investimento em exportação. Porém reconhece que nem todas as iniciativas têm potencial para participar do mercado mundial.

Outra crítica dirigida às IGs, inspirada na *teoria dos clubs* (THIEDIG, SYLVANDER, 2000 apud NIEDERLE, 2013), considera que as IGs contribuem para a criação de monopólios coletivos e podem causar efeitos de exclusão para aqueles que estão do lado de fora da delimitação. Esta crítica é válida se admitirmos que a ênfase das IGs está nos produtos ao invés do território, gerando ganhos somente no nível setorial. Mas se admitirmos que a ênfase das IGs está no território - onde teoricamente a ênfase deve estar - elas podem atuar como um catalizador das potencialidades territoriais (PECQUEUR, 2000, apud NIEDERLE, 2013). Sendo assim, “ao invés de um consumidor do produto, temos então um “consumidor do território”, o qual possui uma associação mais forte com o repertório cultural que sustenta a identidade e a singularidade dos bens de consumo” (NIEDERLE, 2013, p.13).

Em suma, a IG é uma estratégia que pode favorecer a agregação de valor, o acesso aos mercados e o posicionamento de localidades e setores no contexto de tensão entre globalização e localização (KEGEL, et al, 2011, p.9-10). Para tanto, é fundamental que a estratégia da IG esteja integrada às políticas públicas de desenvolvimento local e regional e, quando possível, visem à integração com o mercado internacional (CALDAS et al, 2005; GUEDES e SILVA, 2011; GURGEL, 2005).

Além disso, o enfoque territorial permite que as IGs tenham a oportunidade de contribuir positivamente na construção de um campo de relações sociais onde problemas e solução são construídos coletivamente. Para Niederle (2009), a indicação geográfica não é uma estratégia inerentemente impulsionadora de dinâmicas territoriais de desenvolvimento, mas que pode assim se constituir em virtude do modo como os atores se organizam com o objetivo de potencializam os aspectos intangíveis do território. Isso pode resultar em um ambiente híbrido de lógicas de ação onde o conflito e a cooperação são igualmente fatores relevantes. Portanto, importa saber como as IGs tem se desenvolvido, quais atores estão envolvidos no processo, quais são os objetivos perseguidos e quais são os seus resultados encontrados (SAUTIER, 2006 apud NIEDERLE, 2009).

2. ENTRE CONTEXTO E OBJETO: TRANSFORMAÇÕES NO BAIRRO DO RECIFE ANTIGO

A criação do Porto Digital é intrínseca às transformações urbanas ocorridas na cidade de Recife. Desde a década de 1970, a cidade de Recife/PE, em especial o centro histórico chamado do Recife Antigo e mais especificamente o Bairro do Recife, tornou-se alvo de políticas de revitalização urbana com o objetivo de preservar o patrimônio histórico e cultural da região e reverter o quadro de decadência gerado pelo esvaziamento populacional e econômico, criando um ambiente onde inovação e cultura coexistem no mesmo território. Nesse contexto se estabelece uma relação complexa entre desenvolvimento econômico urbano e conservação do patrimônio em consequência do modo como o poder público local elabora e implementa políticas públicas frente à iniciativa privada (ZANCHETI, 2005).

As políticas de revitalização urbana podem ser compreendidas no âmbito da emergência da abordagem localista de desenvolvimento. De acordo com Pellegrino (2004), a abordagem localista de desenvolvimento ganha relevância no atual marco histórico da globalização na medida que o processo de transnacionalização do capitalismo – ou globalização dos mercados - provoca alterações e rupturas nas esferas política, social e econômica das nações, redefinindo o papel historicamente atribuído ao Estado nacional. Nos países centrais de capitalismo mais avançados e altamente industrializados, as mudanças ocorreram no sentido da reestruturação produtiva e econômica, na formação de blocos supranacionais (como a União Européia) e do advento de espaços subnacionais (como os distritos industriais e a Terceira Itália). No caso dos países periféricos, como a América Latina e o Brasil, o processo se expressa através do enfraquecimento do Estado nacional, adesão ao receituário neoliberal (Consenso de Washington) e enfraquecimento dos centros internos de decisão.

Nesse novo contexto histórico de complexificação do processo de internacionalização do capitalismo, levado a cabo pelo desenvolvimento de um novo paradigma científico-tecnológico e informacional, os esforços de teorização sobre o desenvolvimento e as políticas públicas vem se alimentado da ideia de que a escala local é a base territorial mais adequada para a disputa concorrencial nos mercados globais e para a elaboração de formas mais flexíveis de organizações políticas e institucionais.

Partindo dessa premissa, esta seção tem como objetivo principal investigar se as políticas de revitalização urbana, que foram implementadas entre os anos 1976 e 2006 no

centro histórico da cidade de Recife, contribuíram para a valorização do patrimônio e a reversão das marcas da decadência urbana.

Primeiramente iremos nos deter na leitura de Celso Furtado para a compreensão das raízes históricas do subdesenvolvimento nordestino que geram marcas sociais, políticas e econômicas na região. Em seguida, a atenção estará centrada no esclarecimento sobre o processo de formação descrito por Josué de Castro, e a decadência do antigo centro econômico de Recife/PE, que desde a crise da economia açucareira, e mais acentuadamente a partir da década de 1930 em decorrência do deslocamento do centro econômico, experimentou um processo de esvaziamento populacional e econômico, tornando-se objeto privilegiado de políticas públicas de revitalização urbana. Posteriormente serão descritos os principais aspectos das ações e políticas de revitalização urbana implementadas no centro histórico da cidade desde a década de 1970 até a atualidade a fim de subsidiar o entendimento da trajetória dessas políticas, utilizando principalmente os trabalhos de Zancheti, Lacerda e Pontual. Por fim, o estudo deverá se dedicar ao esclarecimento do processo que transformou o porto comercial exportador de açúcar em porto digital, produtor de software e potencial exportador de tecnologia.

2.1. Raízes Históricas das Marcas do Subdesenvolvimento Nordestino

O nordeste brasileiro como representação atraso, do rural e da tragédia das secas, em oposição ao Sul representado pelo progresso, pela indústria e pelas cidades modernas, corresponde à construção de um imaginário da região que vigora desde o século XIX, mas que vem sendo transformado e resignificado principalmente após a segunda metade do século XX através de políticas públicas, iniciativas privadas e manifestações culturais.

Como lembra Oliveira (2007), o Nordeste enquanto espaço geográfico oficializado foi instituído pelo IBGE em 1942, durante o Estado Novo, como uma tentativa de instrumentalizar o Estado no combate aos interesses oligárquicos locais e no fortalecimento do nacionalismo como ideologia política. Segundo Oliveira (2007), esta medida se coadunou com a estratégia nacionalista de valorizar as diferenças geográficas, econômicas e culturais das regiões a fim de “integrar as partes num todo” de modo que a unidade nacional superasse a soma das partes, dos locais.

Contudo foi a partir de 1959, com a criação da Superintendência do Desenvolvimento para o Nordeste (SUDENE), que a região tornou-se objeto de políticas públicas de desenvolvimento, sendo composta pelos seguintes estados: Bahia, Sergipe, Alagoas,

Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará, Piauí, Maranhão e o norte de Minas Gerais, compreendido na região chamada polígono das secas¹⁷. Esperava-se que o novo arranjo institucional organizasse os interesses locais e estaduais na direção de um interesse em comum - o interesse da região - e desarticulasse a chamada indústria da seca, que desde o século XIX vinha favorecendo os interesses particulares dos latifundiários. Embora esta previsão não tenha se verificado na prática, conforme demonstra Lima (2009), a SUDENE permanece reconhecida como uma significativa inovação institucional cujo membro mais expoente foi o economista brasileiro Celso Furtado, idealizador e primeiro superintendente da instituição. Para Furtado (2009a), a política para o nordeste se fazia necessária porque a política de industrialização do governo federal, iniciada na primeira metade do século XX, havia aumentado as desigualdades regionais a tal ponto de ameaçar a integridade nacional e comprometer o futuro do Brasil. De acordo com o seu diagnóstico, o problema residia na formação do complexo econômico nordestino.

Segundo Furtado (2009b), a formação econômica do Nordeste baseada em dois sistemas, o açucareiro e o criatório (ambos de caráter extensivo e incorporador de mão-de-obra e de terras), tornaram a economia regional relativamente resistente aos efeitos de curto prazo da baixa de preços devido ao reduzido custo da produção. Contudo, o sistema açucareiro, baseado na monocultura e no latifúndio, engendrou uma economia subdesenvolvida especializada na exportação de matéria-prima cujo fator dinâmico situa-se no exterior, o que a tornava mais suscetível às crises e à baixa dos preços. Portanto, na ocasião da baixa dos preços gerada pela concorrência antilhana, a redução da rentabilidade da produção açucareira induziu a liberação de parcela da mão-de-obra que trabalhava no litoral, criando uma tendência migratória para o interior, para as terras sujeitas às secas, e que foi absorvida pelo sistema criatório e pela agricultura de subsistência.

Assim, a economia regional declinou progressivamente desde o século XVII, transformando o sistema de alta produtividade em um sistema de baixa produtividade (Furtado, 2009a, p.123), incapaz de impulsionar o crescimento. “Mas a economia do Nordeste não é somente um sistema de baixa produtividade. É também um sistema sujeito a crises *sui generis* de produção e de emprego” (Furtado, 2009b, p.40). A economia nordestina, altamente concentradora e vulnerável a fatores externos, combinou baixa rentabilidade com aumento populacional através da expansão horizontal continuada pela economia de subsistência e pela

¹⁷ Em 1998, o norte do estado do Espírito Santo foi inserido na área de atuação da antiga ADENE e em 2007 foi integrado à área de abrangência da nova SUDENE.

ocupação de terras de baixa qualidade e sujeiras às secas (Furtado, 2009b, p.39). Deste modo, o Nordeste representa um cenário de calamidade social, onde as áreas sujeitas às secas foram significativamente povoadas. Segundo Furtado (2009c, p.179), em documento oficial publicado em 1979:

“O Nordeste do Brasil é quase tão vasto como o México e tem uma população maior do que a de qualquer país latino-americano, exceto, justamente, o México. Ora, não existe nas Américas nenhuma concentração demográfica dessa importância que tenha um nível de renda *per capita* tão baixo e ‘indicadores’ de miséria social tão alarmantes. Essa região do Brasil, onde se enraizou uma das cepas mais fecundas da cultura latino-americana, forma hoje uma dessas zonas de pobreza a que devemos chamar de Quarto Mundo.”

Tal situação foi agravada pelo processo de industrialização brasileira, baseada no modelo de substituição da importação e implementada pelo governo federal durante o período desenvolvimentista, e pelo rápido crescimento econômico verificado principalmente entre as décadas de 1960 e 1970. A política de industrialização nacional favoreceu a região Centro-Sul em detrimento das outras, aumentando as desigualdades internas do país (Furtado, 2009a). O Centro-Sul deu um salto no processo de industrialização e se reafirmou como centro dinâmico da economia nacional, importador das matérias-primas do Norte e Nordeste e exportador de produtos industrializados, estabelecendo uma relação de dependência tecnológica e cultural com as regiões periféricas, cabendo às últimas o lugar de imitação dos padrões de produção e de consumo centrais. Conforme esclarece Celso Furtado (2009c, p.180):

“Como zona primário-exportadora, ela sofre as consequências ordinárias da ‘troca desigual’. Mas sua dependência não para por aí. Como zona atrasada de um país em plena industrialização, ela deve despender nas zonas em que essa industrialização se concentra as divisas que adquire no exterior. Isso significa que compra a preços mais altos de uma indústria que já é naturalmente protegida. Deve concorrer no plano industrial, sem nenhuma proteção, com zonas que já se beneficiaram de economias bastante desenvolvidas. Como as melhores possibilidades se apresentam no Centro-Sul, para aí se escoam

uma parte da poupança do Nordeste e para aí emigram os nordestinos mais dotados e mais bem preparados.”

Furtado (1984) acrescenta que, tanto no contexto da economia primário-exportador cujo motor dinâmico era a demanda externa, quanto no contexto da industrialização cujo motor dinâmico era o investimento público em infraestrutura, o crescimento econômico gerado na região pouco ou nenhuma relação teve com a demanda interna regional, razão pela qual não houve transformações sociais, nem tampouco pode-se falar em desenvolvimento. Para o autor (1984), a estrutura agrária é o principal fator da concentração de renda no Brasil e no Nordeste, haja vista que na falta de possibilidades de melhoria das condições de vida para a população rural, esta tende a se deslocar para as zonas urbanas, aumentando a oferta da mão-de-obra não qualificada e pressionando os salários para baixo. Este processo tem como consequência a sobreurbanização no Nordeste.

Considerando a permanência das marcas do subdesenvolvimento na região nordeste no recente processo de desconcentração produtiva, Furtado (1984) recomenda modificar a estrutura agrária e redirecionar o processo de industrialização nordestina para maior integração regional e vinculação ao mercado local. Deste modo, acredita que o Nordeste poderá recuperar a autonomia decisória.

2.2. Formação e Declínio do Bairro do Recife Antigo

A cidade de Recife, capital de Pernambuco, é considerada a primeira cidade moderna do continente sul-americano. Construída pelos holandeses durante seu breve período de colonização em terras brasileiras (1581-1654), possuía plano de ordenamento de construções, canais de drenagem e de circulação urbana, jardim botânico e zoológico (Castro, 1957). Tal resultado urbanístico decorre do encontro entre os aspectos geográficos e econômicos da região com a vontade, cultura e técnica dos holandeses (Castro, 1957).

Para Castro (1957), não são as condições naturais e econômicas de uma região que determinam a origem de uma formação urbana, mas ela depende das características culturais de um povo e da vontade humana, correspondente à busca pela satisfação das necessidades materiais e psicológicas. A cultura portuguesa de ocupação e a mentalidade militar não impulsionaram os colonizadores pioneiros a criarem uma cidade nas planícies alagadas de Recife, mas no alto de Olinda. Foram os holandeses que tiveram a vontade e a decisão de criar a cidade de Recife entre o mar e os canaviais, incrustado entre os rios Capibaribe e Beberibe,

orientados pelo apurado sentido mercantil e militar, pelo domínio das técnicas de ocupação de terras baixas e alagadas (exemplo: aterros e pontes) e pelo gosto pela vida urbana.

Figura 8: Vila de Olinda e Porto de Recife (século XVI)



Fonte: Teixeira, Luiz – Vila de Olinda e Porto de Recife - século XVI

De acordo com Castro (1957), a cidade nasceu como porto e para servir ao porto, pois o açúcar da região constituía fator fundamental de propulsão e evolução de Recife. E a história do bairro do Recife Antigo está intrinsecamente relacionada à história do porto de Recife, de Pernambuco e do Nordeste, já que ele era o centro econômico da cidade e da região açucareira, responsável inclusive por abastecer as capitanias do Piauí, Ceará, Paraíba, Alagoas e Sergipe¹⁸.

A partir da decadência da economia açucareira e especialmente depois de 1930, em decorrência do deslocamento do centro econômico para o Bairro de Santo Antônio, o Bairro

¹⁸ Recife: bairro. Disponível em: http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar./index.php?option=com_content&view=article&id=219&Itemid=1. Acesso em: 02 de fevereiro do 2014.

do Recife acumulou as marcas do esvaziamento econômico e tornou-se um bairro boêmio, perdendo a imagem associada ao comércio e aos serviços de prestígio (Zancheti & Lacerda, 1999). Por outro lado, com a procura por áreas periféricas melhor equipadas, a área não foi explorada pela especulação imobiliária, o que permitiu que ela preservasse seu patrimônio arquitetônico. Na década de 1980, marco do fim do período nacional-desenvolvimentista e do começo do período neoliberal, surgem novas estratégias de desenvolvimento. O engessamento do governo federal brasileiro e a transnacionalização do capital precipitaram na redefinição do papel do Estado e na descentralização das políticas públicas.

É nesse contexto que Castells e Borja (1996) ressaltam a emergência das cidades como atores políticos privilegiados, valorizando a escala local em detrimento das escalas regionais e nacionais. Para esses autores (1996, p.1),

As cidades vêm ganhando, nas últimas décadas, um protagonismo inegável tanto no que se refere à vida cotidiana dos cidadãos — na recuperação do patrimônio, na promoção de grandes transformações urbanísticas, criação de empregos, serviços básicos etc. — quanto no que diz respeito às relações internacionais — atraindo investimentos, promovendo o turismo e grandes eventos, participando ativamente de fóruns mundiais etc. A cidade assume definitivamente centralidade na criação e dinamização de bens simbólicos e no bem-estar de sua população.

Desde então cabe às Prefeituras concorrerem diretamente pelo investimento produtivo, onde a as especificidades ambientais, culturais e históricas do local são os requisitos mais valorizados. Segundo Zancheti & Lacerda (1999, p9):

“Isto é, num mundo globalizado, onde localidades competem diretamente por investimentos produtivos, o que decide o jogo da competição são as especificidades das localidades, porque são elas que as diferenciam de outras com atributos econômicos similares (treinamento de mão-de-obra, infraestruturas, incentivos fiscais, concentração de atividades, inserção em regiões deprimidas ou em expansão e outras)”

Nesse contexto, a estratégia das cidades é buscar reconstruir sua imagem perante o investimento a fim de atraí-lo. E as áreas urbanas antigas ganharam atenção especial no âmbito das políticas de desenvolvimento local:

“São políticas de desenvolvimento voltadas, em geral, para a revitalização de áreas urbanas deprimidas, subutilizadas ou abandonadas, que perderam vitalidade econômica, mas possuidoras de grande qualidade ambiental (no sentido do ambiente construído) e grande significado simbólico para a população local, regional ou mesmo nacional” (Zacheti & Lacerda, 1999, p9).

Na década de 1990, as políticas de desenvolvimento local passam a apostar mais em estratégias diversificadas de parcerias público-privadas, buscando mobilizar agentes e investimentos nacionais e internacionais em torno das potencialidades e recursos locais (Zacheti & Lacerda, 1999).

2.3. Planos e Ações Revitalização Urbana para o Centro Histórico da Cidade de Recife/PE

Após expor acima alguns aspectos do processo de decadência do centro histórico da cidade de Recife/PE, localizado na Região Metropolitana de Recife (RMR/PE), e da transformação dos parâmetros de elaboração e implementação de políticas públicas, segue uma breve apresentação dos planos de revitalização urbana do bairro Recife Antigo, desde o final da década de 1970 até a primeira década de 2000, com o objetivo de fazer conhecer sua trajetória.

2.3.1. Plano de Preservação dos Sítios Históricos da Região Metropolitana de Recife (PPSH/RMR - 1976):

O Plano de Preservação dos Sítios Históricos da Região Metropolitana (PPSH) foi elaborado pela Fundação de Desenvolvimento da Região Metropolitana de Recife (FIDEM), do Governo do Estado de Pernambuco, com o incentivo do Serviço do Patrimônio Histórico e Arquitetônico Nacional (SPHAN) e da Fundação Pró-Memória inspirados pelo Plano de Bolonha que visava a recuperação da dinâmica econômica e integração urbana e social das populações mais pobres. Segundo Pontual (2007), a inovação do plano reside na adoção da noção de sítio histórico, que valoriza a perspectiva do conjunto urbano que abrange

residências, comércio, indústria e porto, em oposição à valorização do monumento histórico isolado. Essa noção de sítio histórico confere ao espaço público a qualidade de coisa comum, dotado de identidade histórica e memória coletiva (Pontual, 2007).

Este plano possui caráter normativo e tem como objetivo identificar e classificar os bens culturais e patrimoniais como igrejas, fortes, estação de trem, casarios e praças. No início dos anos 1980, o governo municipal, mediante a lei nº 13.957/81, institucionalizou trinta e uma áreas de proteção, dentre elas a do Bairro do Recife, regulamentando as intervenções no conjunto arquitetônico do bairro (Lacerda, 2007).

2.3.2. Plano de Reabilitação do Bairro de Recife (1987):

Até a década de 1970, o Bairro do Recife correspondia ao centro da expansão urbana, que se concentrava nas áreas históricas e ao longo do rio Capibaribe e dos eixos viários a leste e oeste da cidade (Zancheti & Pontual, 1991). Contudo a década de 1980 foi marcada pela decadência do bairro decorrente da descentralização produtiva, dispersão e verticalização da ocupação, desvalorização imobiliária, surgimento da favela do Rato (posteriormente chamada Comunidade do Pilar) e degradação ambiental do centro, transformando o Bairro do Recife em “periferia na centralidade” (Lacerda, 2007, p.624).

A desvalorização cultural e social e a degradação física e ambiental da área despertaram a preocupação do poder público. Assim o Plano de Reabilitação do Bairro do Recife foi elaborado em 1987 pela Prefeitura a fim de reverter esse quadro através de propostas de conservação dos sítios históricos e de participação da comunidade, a fim de fortalecer a representação de trabalhadores e moradores pobres do local (Pontual, 2007).

Para tanto foi montado o chamado “Escritório Técnico do Bairro de Recife”, com a função de coordenar e fiscalizar as ações a serem implementadas na área, em espaços privados e públicos, por meio de parcerias público-privada. As ações eram direcionadas para a integração da população vulnerável, habitantes de favela, prostitutas e portuários, no processo de elaboração das ações de intervenção. Embora a iniciativa tivesse contemplado os proprietários de imóveis, os dirigentes portuários, os agentes financeiros e a igreja na recuperação de imóveis, esses agentes se afastaram do processo, prejudicando a recuperação da economia local e da reversão do quadro de degradação física e ambiental do bairro (Zancheti & Lacerda, 1999).

2.3.3. Plano de Revitalização do Bairro de Recife (1992):

O Plano de Revitalização do Bairro do Recife (PRBR) foi elaborado como parte do Programa Integrado de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR) e foi gerenciado pelo Banco do Nordeste (Banco do Nordeste) utilizando os recursos do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) (Zancheti & Lacerda, 1999). Considerado como uma proposta abrangente de reestruturação urbana, o plano prioriza a dimensão econômica, para além da dimensão histórica e patrimonial.

Para Zancheti e Lacerda (1999), a diferença do PRBR em relação aos planos anteriores reside na introdução de novas atividades econômicas como meio para manter e dar uso ao patrimônio constituído. Dentre as novas atividades, estavam: serviços de cultura e lazer; serviços turísticos; comércio varejista moderno e habitação. Segundo Pontual (2007), a mudança da imagem do bairro era tida como fundamental para o sucesso do plano; era necessário substituir a imagem de periferia central por centro cultural. Para tanto, foi lançada uma nova estratégia institucional, na qual foram articulados o poder público, os investidores privados e os proprietários de imóveis do bairro em busca da valorização de espaços públicos e privados.

Regulamentado pela Lei 16.290/97, o PRBR foi estruturado em três setores e cinco polos de interesses. O *setor de intervenção controlada* abrigaria um conjunto edificado com estilo eclético e colonial mais área portuária e compreenderia os Pólos Bom Jesus, Alfândega e Arrecifes. O *setor de renovação* reservaria os empreendimentos de renovação de infraestrutura e patrimônio imobiliário e compreenderia o Polo Pilar. E o *setor de conservação urbana* se destinaria à função de centro institucional e compreenderia o Polo Fluvial (ou Capibaribe). Em 1998, o IPHAN aprova o Decreto de Tombamento do Núcleo Original da Cidade de Recife e fortalece as práticas de preservação do valor arquitetônico, histórico e cultural das edificações do Bairro do Recife.

Figura 9: Mapa da Revitalização do Bairro de Recife



Fonte: Prefeitura de Recife, 2008

2.3.4. Plano de Requalificação Urbanística e Inclusão Social da Comunidade do Pilar (2002):

Em 2002 a Prefeitura de Recife propôs a implementação do Plano de Requalificação Urbanística e Inclusão Social da Comunidade do Pilar (PRUISCP) com o objetivo de promover a inclusão socioespacial de seus moradores. O plano deveria ser gerido pelo poder municipal, estadual e o Porto do Recife S.A. e financiado pelos recursos do BNDES, a Caixa Econômica Federal (recursos do FNHIS) e Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) do Governo Federal. Dentre as ações do plano estão as obras de infraestrutura (pavimentação e drenagem das ruas; sistema de abastecimento d'água; esgotamento sanitário; iluminação pública e construção de escola; creche; unidade de Saúde da Família e mercado público); projetos de geração de emprego e renda, de educação ambiental, gestão condominial e educação patrimonial; e recuperação da Igreja Nossa Senhora do Pilar¹⁹

Vale lembrar que o plano é um desdobramento do PRBR que visava a recuperação ambiental e patrimonial do bairro a fim de transformá-lo em um centro cultural e aquecer a economia local:

¹⁹ Obras urbanísticas e inclusão social na comunidade do Pilar. Disponível em: <http://www2.recife.pe.gov.br/projetos-e-acoas/projetos/obras-urbanisticas-e-inclusao-social-da-comunidade-do-pilar/>. Acesso em: 2 de fevereiro de 2014.

“As atividades que deram partida e consolidaram a revitalização do bairro do Recife foram aquelas de animação cultural e lazer. Elas constituem a base para a satisfação de um dos objetivos do PRBR, que era criar um novo pólo de atração para a cidade e um ponto importante para o turismo, contudo elas não são suficientes para garantir a continuidade e a manutenção do processo de revitalização. O PRBR previu esta ocorrência e apontou a estratégia a ser seguida. Faz-se necessário expandir a recuperação de outras áreas degradadas no bairro do Recife, introduzindo um conjunto de novas atividades que impulsionem a vida urbana e garanta a qualidade ambiental. A área prioritária de intervenção é, sem dúvida, o Polo Pilar” (Zancheti, Marinho e Lacerda, 1998, p.05).

Segundo Nery e Castilho (2008), o acordo entre prefeitura, governo estadual e o Porto não foi efetivado e o plano não foi implementado. Embora a gestão municipal tenha demonstrado comprometimento com a implementação de ações concretas relativas à inclusão socioespacial dos moradores do Pilar, persiste a lógica mercadológica nos programas de requalificação urbana em áreas históricas. Para os autores, a chave do sucesso do plano está na organização e mobilização dos moradores e na sua participação efetiva no processo de discussão e elaboração do programa.

2.3.5. Projeto Porto Digital (2000) - Ações de Revitalização Urbana:

O Porto Digital de Recife, definido como Arranjo Produtivo Local (APL) de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), é um parque tecnológico brasileiro localizado no centro histórico da Região Metropolitana de Recife. Criado em 2000, ocupa uma área de 150 hectares, localizado mais especificamente no Bairro do Recife e no bairro Santo Amaro, e abriga cerca de duzentas e cinquenta empresas e instituições do setor de TIC.

Constitui um projeto de desenvolvimento econômico que agrega investimentos públicos, iniciativa privada e universidades, compondo um sistema local de inovação que se consolidou através de investimentos realizados na melhoria dos processos de desenvolvimento de software e com a instalação de dezenas de empresas vindas de outras regiões da Região Metropolitana do Recife, de outros estados e até de outros países. Formado

principalmente por pequenas e médias empresas oriundas da própria cidade do Recife, abriga também grandes instituições multinacionais e brasileiras.

Para implantar o modelo de governança e os projetos estruturadores, foi criado o Núcleo de Gestão do Porto Digital associação civil de direito privado sem fins econômicos, chamada Núcleo de Gestão do Porto Digital (NGPD), que articula diversos atores sociais, como universidades, empresas, organizações não governamentais e governamentais no Estado de Pernambuco, demais Estados da Federação e Distrito Federal.

Sendo o Porto Digital uma iniciativa de desenvolvimento de um centro tecnológico em área histórica, o projeto tem como princípio norteador a “identificação das oportunidades de adaptação do centro histórico às demandas advindas do ambiente de negócios”²⁰. Assim suas propostas são: recuperação dos conjuntos vazios ou subutilizados para instalação de equipamentos-âncora da plataforma de negócios; melhoria do espaço urbano, incluindo a melhoria das áreas de lazer e circulação; ampliação e diversificação dos atrativos para os usuários e empresários da área; desenvolvimento de estratégias de gestão compartilhada; projeção de áreas de expansão do negócio²¹. Foram propostas também a melhoria dos serviços urbanos e serviços de comunicação adequados às empresas de TIC, para a qual foram instalados 26 km (vinte e seis quilômetros) de dutos de fibra ótica no Porto.

O Porto Digital ajudou a restaurar cerca de 50.000 m² de edificações históricas que atualmente servem ao desenvolvimento de atividades produtivas. De acordo com Uriarte (2010), o Porto Digital mudou o curso da revitalização ao transformar a imagem do bairro de Recife em um bairro empresarial, elitizado e diurno e promover a sobrevalorização da área.

2.3.6. Projeto Urbanístico Olinda-Recife, 2006:

O Projeto Urbanístico Olinda-Recife prevê intervenções na faixa litorânea entre os centros históricos das cidades de Recife e Olinda, mais especificamente entre a Colina Histórica de Olinda e o Parque da ex-estação Radio Pina (Boa Viagem/Recife), cobrindo uma

20

(<http://www2.portodigital.org/portodigital/revitalizacaourbana/etapasdarevitalizacao/38485%3B56301%3B1201%3B0%3B0.asp>).

²¹ Planejamento urbano: de porta de saída da economia açucareira a palco da nova economia, o bairro de Recife se reconstruiu. Disponível em: <<http://www2.portodigital.org/portodigital/revitalizacaourbana/etapasdarevitalizacao/38485%3B56301%3B1201%3B0%3B0.asp>>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2014.

área de 8 (oito) quilômetros. Conforme relata Pontual (2007), este projeto foi iniciado em agosto de 2003, na ocasião da celebração de acordo de cooperação técnica e financeira entre o Governo do Estado de Pernambuco e a empresa Parque Expo 98 S.A.²², para viabilizar e executar um projeto de requalificação urbanística e ambiental da área em questão. Em 2003 ainda são firmados outros dois compromissos institucionais: um protocolo de intenções para viabilização do projeto entre o Governo do Estado e as Prefeituras de Recife e de Olinda e um convênio de cooperação técnica com a organização social Porto Digital, especificamente voltado para os estudos de viabilidade, expansão imobiliária e atração de investidores. Posteriormente às eleições municipais de 2004, foi assinado um convênio de cooperação técnica entre os governos federal, estadual e municipal (Prefeituras de Recife e de Olinda). Assim foi celebrado contrato de concepção do projeto de requalificação urbanística e ambiental e a modelagem da operação urbana entre as empresas Porto Digital e a Parque Expo 98.

As propostas do projeto visam à requalificação da área considerada degradada e subutilizada a fim de fortalecer a rede de empreendimentos culturais e turísticos e promover a inclusão socioespacial da população moradora de assentamentos informais. Neste sentido, os principais objetivos do projeto são: criar um espaço urbano sustentável, elaborado e executado em parceria com as três hierarquias de poder e com a sociedade e para a sociedade; criar valor a partir da especificidade do ambiente local e atrair investimentos; configurar-se como uma referência de reconstrução da cidade e de conjugação de interesses públicos e privados.²³ Para tanto, as propostas são pontuadas em sete metas: contínuo urbano de 8 km de extensão; articulação da cidade com as frentes de água; 1,5 milhão de m² de áreas livres; dotação de equipamentos comunitários e turísticos; urbanização de áreas degradadas; diversidade funcional; melhoria e ampliação da infraestrutura existente (<https://direitosurbanos.wordpress.com/tag/projeto-recife-olinda/>).

Baseado no estudo de enquadramento estratégico, a área foi classificada segundo as dimensões: biofísica e ambiental; urbanística; paisagística; socioeconômica; infraestruturas e mercado imobiliário. A partir disso, a área foi dividida em três Zonas: de Intervenções (ZI);

²² Parque Expo 98 S.A. “Entidade responsável pela realização da Exposição mundial de Lisboa de 1998 e pela concepção e execução do projeto de reconversão urbanística da Zona de Intervenção designada como Parque das Nações (Lisboa, Portugal)”.

²³ Relatório de Atividades do Projeto Recife-Olinda. Disponível: http://www2.portodigital.org/portodigital/ARQUIVOS_ANEXO/recife%20olinda;1007;20070228.pdf. Acesso em: 02 de fevereiro.

de Enquadramento (ZE); de Abrangência (ZA). Segundo o documento do Ministério das Cidades (http://www.mp.go.gov.br/portalweb/hp/9/docs/doutrinaparcels_34.pdf), a Zona de Intervenções compreende as áreas desocupadas, ociosas ou ocupadas por favelas. Esta zona compreende os seguintes setores: i) o do istmo e coqueiral de Olinda, ii) o da vila naval, iii) o do porto do Recife, iv) o do cais José Estelita e Cais Santa Rita, v) o da zona de interesse social Ilha do Maruim, vi) o da zona de interesse social de Santo Amaro e, vii) o da zona de interesse social Comunidade do Pilar. A Zona de Enquadramento consiste nas áreas próximas à Zona de Intervenção e poderá torna-se objeto de operações urbanas ou investimentos no futuro. A Zona de Abrangência corresponde à área total do projeto, desde a Colina Histórica de Olinda e o Parque da ex-estação Radio Pina (Boa Viagem/Recife).

Figura 10: Projeto Urbanístico Olinda-Recife



Fonte: <http://au.pini.com.br/au/solucoes/galeria.aspx?gid=76>

Pontual (2007) reconhece a dificuldade de questionar o valor urbanístico do projeto, mas critica a prática urbanística contemporânea que tende a transformar o projeto de revitalização em negócio imobiliário e indissociável da rentabilidade econômica, ameaçando a identidade e memória coletiva do local.

2.4. Bairro do Recife, de Porto Comercial a Porto Digital

A morfologia urbana, enquanto espaço construído reflete as estruturas e as relações de poder. De acordo com Girão (2005), o Bairro do Recife Antigo sofreu transformações morfológicas que devem ser compreendidas através da mudança do paradigma de acumulação motivada pela necessidade de projetar a economia pernambucana no cenário nacional e internacional, não mais como exportadora de cana-de-açúcar, mas como exportadora de tecnologia. Durante o período colonial, estabeleceu-se um padrão espacial que visava criar as bases para a acumulação, chamado de estrutura territorial de acumulação. Neste momento, a estrutura territorial corresponde às capitânicas hereditárias e aos latifúndios, na qual fazia parte os engenhos, a casa-grande, a senzala e o porto comercial. No atual contexto de emergência do paradigma técnico-científico e informacional, a estrutura territorial de acumulação (ETA) foi substituída pela estrutura virtual de acumulação (EVA)²⁴, na qual o ciberespaço constitui o espaço de reprodução do capital que abriga empresas, informações, fluxos financeiros e comerciais, não sendo mais necessárias grandes porções de terra para a reprodução do capital. Para tanto, é necessária a infraestrutura tecnológica capaz de sustentar a produção de conhecimento, inovação e software. Assim o ciberespaço do Porto Digital assume o lugar de espaço das trocas antes ocupado pelo porto comercial. Em suma,

“Com a implantação das estruturas virtuais de acumulação no Bairro do Recife, o “*espaço da reprodução do capital*” deixou aparentemente de se submeter a processos que exigiam grandes extensões territoriais para se reproduzir, agora a EVA tendem a não mais exigir isso, visto que não depende da extensão deste espaço, mas sim a existência de determinados atributos e requisitos tecnológicos presentes no espaço. Com isso, para que este espaço seja o “*espaço de reprodução do*

²⁴ Para saber mais sobre ETA e EVA, ler Pires (2005). Segundo o autor, “O emprego da expressão “Estruturas Territoriais de Acumulação (ETA)”, utilizada neste artigo, foi motivado pela necessidade de se buscar um correlato, na Geografia, à expressão “Estruturas Sociais de Acumulação (ESA)” consagrada, nos anos 90, no meio acadêmico estadunidense, pelos economistas socialistas marxistas: David M. Gordon, Thomas E Weisskopf, Samuel Bowles, David M. Kotz, Terrence McDonough e Michael Reich. A teoria das ESA procurou demonstrar que os longos períodos (long waves) de crescimento e de estagnação na história do capitalismo podem ser explicados pela sucessiva criação e colapso de um conjunto de instituições que promovem o crescimento. Esse conjunto das instituições que promovem o crescimento são chamadas de “Estruturas Sociais de Acumulação. Assim, as “Estruturas Territoriais de Acumulação (ETA)” são a materialização das ESA no espaço. Essas ESA adquiriram uma forma material (meiotécnico) que se incorporou às estruturas das cidades industriais, constituindo no território os espaços nos quais as ESA se hegemonizaram. Este processo ocorreu sob o crivo e a direção de um setor ou “paradigma tecnoeconômico” dominante.” (PIRES, 2005, p.3)

capital”, ou conforme Corrêa “*espaços do capital*”, é preciso dotar este espaço com estes elementos”. (GIRÃO,2005,p.71)

Ao longo desse processo de transformação da estrutura de acumulação, a análise das diversas políticas de revitalização urbana do Bairro de Recife demonstra o expressivo predomínio dos processos de dominação - que implica na constituição de um território mais funcional, vinculado ao valor de troca e coroado pela adesão ao modelo de cidade-empresa, dirigida pelos interesses comerciais e de especulação imobiliária - sobre os processos de apropriação simbólica - vinculados ao valor de uso e carregados das marcas do vivido, haja vista o afastamento da participação dos moradores locais do processo de construção do território.

É possível perceber o afastamento progressivo do discurso de fortalecimento das identidades locais e de preservação dos espaços públicos e adesão ao discurso da competitividade. O Plano de Preservação dos Sítios Históricos da Região Metropolitana de Recife (PPSH/RMR - 1976) compreendia o espaço público como patrimônio comum, dotado de identidade histórica e memória coletiva, e objetivava a preservação do acervo urbanístico e arquitetônico do local (PONTUAL, 2007). O Plano de Reabilitação do Bairro de Recife (1987) buscou reverter quadro do esvaziamento através de propostas de recuperação de estruturas históricas e de participação da comunidade, a fim de fortalecer a representação dos interesses dos trabalhadores e moradores pobres do local (PONTUAL, 2007). O Plano de Revitalização do Bairro do Recife (PRBR – 1992) aposta na introdução de novas atividades econômicas como saída para a recuperação do patrimônio construído e neste sentido é lançada uma nova estratégia institucional, na qual foram articulados o poder público, os investidores privados e os proprietários de imóveis do bairro em busca da valorização de espaços públicos e privados (ZANCHETI & LACERDA, 1999). O Plano de Requalificação Urbanística e Inclusão Social da Comunidade do Pilar (PRUISCP - 2002), localizada na chamada favela do Rato, tinha como objetivo promover a inclusão socioespacial de seus moradores, mas não logrou o sucesso esperado devido à fragilidade da estrutura de participação no processo decisório do programa (NERY & CASTILHO, 2008).

Uriarte (2010) aponta uma mudança expressiva nas políticas de intervenção nos centros urbanos a partir da primeira década de 2000 em relação à elitização do espaço urbano. Após o sucesso do PRBR, o investimento público foi direcionado para a promoção de empresas de tecnologia da informação e comunicações, que precipitou na implementação do Projeto Porto Digital (2000). Para Uriarte (2010), este projeto mudou o curso da política

urbana devido à sobrevalorização da área: “O discurso de ‘devolver o centro histórico para a população da cidade’ não está mais presente, assim como o ‘uso cultural do patrimônio’ foi simplesmente deixado de lado. Agora, o Bairro do Recife tende a se converter em um bairro empresarial, chic e diurno” (URIARTE, 2010, p.12). Com o Projeto Olinda-Recife, a prática urbanística acentua sua tendência de transformar o projeto de revitalização em negócio imobiliário e indissociável da rentabilidade econômica, ameaçando a identidade e memória coletiva do local (PONTUAL, 2007).

Visto isso, podemos concluir que as políticas de revitalização urbana do Bairro de Recife estão subordinadas à lógica do mercado e do capital, afastando-se da função de valorização da identidade e do sentimento de pertencimento à cidade. Ao analisar as mudanças promovidas pelo projeto de revitalização do Porto Digital, Girão (2005, p.206) afirma:

A consequência desta revitalização é a valorização do espaço urbano do Bairro do Recife que beneficia a nova paisagem que se deseja ter daquela área. Esta nova imagem é fundamental e se torna um “cartão postal” do êxito do projeto. Entretanto, estes benefícios ficam restritos apenas àquela parcela da população ou de turistas, nacionais ou estrangeiros, que possuem meios de usufruir destes benefícios. A população residente praticamente não usufrui destas vantagens advindas com o projeto Porto Digital.

Contudo é possível admitir que o Porto Digital promoveu a reestruturação urbana no Bairro do Recife, através da revitalização de antigos edifícios coloniais e atração de empresas, e ajudou a inserir novamente a economia pernambucana no mercado regional, nacional e internacional através da melhoria da sua estrutura tecnológica e econômica. Mas não se deve perder de vista que o desenvolvimento econômico deve ser subordinado à busca de melhoria da qualidade de vida (MALUF, 2003; FURTADO, 1984). Embora o Porto Digital, como entidade sem fins lucrativos, tenha promovido pontualmente no passado alguma atuação social junto às comunidades carentes, as transformações urbanas ocorridas no bairro não favorecem a permanência dessa população no local.

3. O PORTO DIGITAL: A PRIMEIRA CONCESSÃO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DE SERVIÇO

Este capítulo buscará combinar o esforço de descrição e análise das particularidades do único caso de indicação geográfica de serviço, o caso do Porto Digital de Recife/PE, e a tentativa de instrumentalizá-lo para a compreensão das indicações geográficas de modo mais amplo e generalizado. O objetivo geral é compreender como a região foi reconhecida pela produção de tecnologia da informação e comunicação a ponto de conquistar o primeiro registro de indicação geográfica de serviço.

Para tanto, o capítulo será dividido em três seções. Primeiramente será abordado o modelo localista de desenvolvimento e sua relação com o novo paradigma organizacional do setor de TIC. Na segunda seção, será descrito e analisado o processo de formação do núcleo especializado em tecnologia da informação e comunicação em Recife/ PE. E na terceira seção, serão abordados os aspectos constitutivos e organizacionais da fase de pré-reconhecimento da IG do Porto Digital, incluindo a identificação dos atores envolvidos e suas justificativas, a composição dos membros da IG, a delimitação da área, o regulamento de uso e a estrutura de controle.

3.1. Abordagem localista de desenvolvimento: APL e IG

As Indicações Geográficas (IGs), assim como os Arranjos Produtivos Locais (APLs), são conceitos convergentes com a abordagem territorial de desenvolvimento e implicam em uma nova forma de qualificar o desenvolvimento. Para Da Veiga (2002), o desenvolvimento territorial indica a valorização frutífera da dimensão espacial do desenvolvimento, contudo não admite o termo “desenvolvimento territorial” como um conceito propriamente dito já que reconhece a necessidade de conhecer mais e melhor os efeitos práticos dessa nova abordagem, especialmente em regiões sem dinamismo econômico ou periféricas.

A evolução da retórica do desenvolvimento territorial é o resultado do processo histórico que alterou as estruturas administrativas do planejamento e o rumo dos debates sobre políticas públicas. Sabe-se que o período da chamada era de ouro do capitalismo e das ditaduras militares latino-americanas, compreendido aproximadamente entre o final da década de 1940 e 1970, foi marcado pelo rápido crescimento econômico e pela distribuição desigual das riquezas, aumentando o fosso entre as regiões ricas e as regiões pobres. Esse cenário motivou a criação de estruturas de planejamento regionais centralizadas no Estado (DA

VEIGA, 2002), a exemplo da SUDENE, SUDAM e SUFRAMA no caso do Brasil. Após a esse período de entusiasmo econômico, seguiu-se um período de marasmo que provocou duas alterações principais nas estruturas de planejamento importantes para a evolução da noção de desenvolvimento: descentralização no planejamento, confiando aos poderes locais a resolução das disparidades regionais; e integração supra-nacional, especialmente na Europa Ocidental, com desdobramentos para os continentes americano e a asiático (DA VEIGA, 2002). Contribuiu também a evolução paralela dos debates sobre economia industrial, economia rural e economia regional e urbana, que superaram a dicotomia campo-cidade e passaram a valorizar a dimensão local e posteriormente territorial do desenvolvimento (DA VEIGA, 2002). Mas Da Veiga (2002, p.17) alerta:

A retórica do “DT” é certamente melhor que a do “desenvolvimento local”, mas ambas estão longe de engendrar uma ‘teoria & prática’ que venha, de fato, superar as divisões setoriais (primário, secundário e terciário) e também permitir um tratamento integrado da divisão espacial (cidade e campo). [...] É muito cedo para saber se, além de um indiscutível progresso retórico, a noção “desenvolvimento territorial” traz algo de realmente novo para um eventual desenvolvimento das regiões sem dinamismo econômico, que também costumam ser chamadas de periféricas ou atrasadas.

Atualmente o debate sobre o desenvolvimento territorial é informado por duas matrizes teóricas divergentes em relação à concepção de território: uma caracteriza o espaço como plataforma dotada de vantagens competitivas e passíveis de atrair investimentos; outra caracteriza o espaço como construção histórico-social que incorpora dinâmicas de cooperação e conflito.

Para Haesbaert (2004) os territórios são constituídos por relações sociais de dominação e/ou apropriação do espaço, sendo a dominação definida como relação de poder concreta que implica na constituição de um território mais funcional e vinculado ao valor de troca, e a apropriação como processo simbólico vinculado ao valor de uso, carregado das marcas do vivido. Retomando Lefebvre, Haesbaert (2004, p.2) conclui que o território deveria ser concebido de modo integrado, incorporando juntamente os processos de dominação e apropriação, ou até priorizando o processo de apropriação sobre a dominação, porque “todo

território é, ao mesmo tempo e obrigatoriamente, em diferentes combinações, funcional e simbólico, pois exercemos domínio sobre o espaço tanto para realizar “funções” quanto para produzir “significados”. Contudo a dinâmica de acumulação capitalista fez com que a dominação se sobrepujasse a apropriação.

Saquet (2010) destaca o caráter político do território baseado na leitura de Raffestin, para quem o poder não se restringe às ações do Estado, mas se expressa nas relações sociais de um modo geral que por fim visam o controle e a dominação sobre os homens e as coisas. A construção do território se engendra pela relação interdependente de diversos atores: “Do Estado ao indivíduo, passando por todas as organizações pequenas ou grandes, encontram-se atores sintagmáticos que 'produzem o território. (...) Em graus diversos, em momentos diferentes e em lugares variados, somos todos atores sintagmáticos que produzem território” (RAFFESTIN, 1993, p. 152 apud SAQUET, 2010, p.73).

O foco na interação social é pertinente aos estudos territoriais, tal como foi esplanada por Abramovay (2010). Para o autor, a interação na vida social, compreendida como campo, tem como objetivo alcançar a cooperação para formar coalizões e estabelecer as regras do jogo para o funcionamento das organizações e do mercado. A cooperação não é concebida como resultado auspicioso da combinação de fatores favoráveis, mas pressupõe a capacidade de persuasão. Deste modo a cooperação equivale à noção weberiana de dominação (WEBER, 2006), definida como probabilidade de encontrar obediência a certo mandato e que pressupõe a legitimação do exercício do poder e visa à estabilização e manutenção da ordem social. A noção de cooperação também se aproxima da noção de luta no campo de Bourdieu (1996), na qual os atores alcançam posição dominante de acordo com seus recursos, neste caso especialmente a habilidade social, e assim tornam-se capazes de interferir no modo de ver e significar a ação social, estabelecendo a definição dos problemas a serem enfrentados e as soluções a serem tomadas.

Dito isso, compreende-se que é incompatível com o conceito de território a noção de desenvolvimento territorial que não considere as relações de poder e conflito. Para Brandão (2011, p.59), deve-se reconhecer a impossibilidade de formular uma teoria generalizante fundada em um conceito abstrato “(onde cabe quase tudo)”.

A banalização das estratégias territoriais de desenvolvimento está baseada na fetichização do território, pois pressupõe que ele é dotado de capacidade criar consensos e de poder de decisão em relação a qual a ação pública tem o papel de incentivadora. Nessa abordagem, o território é concebido como o principal regulador das relações sociais e a

intervenção pública no território é tida como a panacéia para todos os problemas (BRANDÃO, 2011, p.58).

Vivemos um momento em que todos (agentes privados e públicos) “vão ao território”, no sentido de que suas estratégias são territorializadas, mas o território não é um dado ou um sítio fixado. É uma construção social conflituosa. Uma produção coletiva, dinâmica, multidimensional, com trajetória histórica em aberto. Portanto, as indagações deveriam passar por: Quais atores, agentes e sujeitos? Quais são seus interesses concretos, seus instrumentos táticos e estratégicos? Atuam em que escala espacial? As determinações dos fenômenos estudados se dão em que escala espacial? Em que escala esses fenômenos se manifestam (local, metropolitana, nacional)? Onde estão os Centros de Decisão e Comando determinantes dos “fatos territoriais” sob análise? Após estes e outros questionamentos é que seriam pertinentes as questões territoriais (regionais, urbanas, rurais). (BRANDÃO, 2011, p.60)

No contexto da nova ordem mundial que aproxima o local do global, o território, enquanto espaço usado e habitado, é o palco de conflitos de interesses que se materializam no confronto entre o espaço local (ou banal), “vivido por todos os vizinhos”, e o espaço global (ou rede), “habitado por um processo racionalizador e um conteúdo ideológico de origem distante e que chegam a cada lugar com os objetos e as normas estabelecidos para servi-los” (SANTOS, 2005, p.142). Assim Santos (2005, p.142) afirma o interesse em retornar a noção de espaço banal para contrapô-la à noção de rede com a finalidade de fornecer instrumentos metodológicos para pensar “outra globalização” que restaure a dignidade humana.

Mas a contraposição à noção de rede não indica o desestímulo aos estudos interorganizacionais; as redes são parte do espaço e os estudos sobre o seu funcionamento são fundamentais para ampliar a compreensão dos fenômenos territoriais (GOULART, 2006, p.6). Afinal, é no território onde se dá o encontro contraditório entre o local e a rede (mundo):

“o território, hoje, pode ser formado de lugares contíguos e de lugares em rede: São, todavia, os mesmos lugares que formam redes e que formam o espaço banal. São os mesmos lugares, os mesmos pontos,

mas contendo simultaneamente funcionalidades diferentes, quiçá divergentes ou opostas.” (SANTOS, 2005, p.139)

A contraposição entre o espaço banal e a rede consiste na identificação das forças dos vetores de desenvolvimento que formam o território. Para Santos (2005, p.139), “as horizontalidades serão os domínios da contigüidade, daqueles lugares vizinhos reunidos por uma continuidade territorial, enquanto as verticalidades seriam formadas por pontos distantes uns dos outros, ligados por todas as formas e processos sociais”. Os vetores das horizontalidades são forças centrípetas, de agregação em relação a uma base territorial específica; os vetores das verticalidades são forças centrífugas, de fragmentação dessa base.

Para SANTOS (2005, p.139-142), a simultaneidade entre o local e o global cria a possibilidade de novas formas de “acontecer solidários”, nos quais a informação tem a função de ferramenta da união entre as diferentes partes do território: “acontecer homólogo”, “acontecer complementar” e o “acontecer hierárquico”. O acontecer homólogo ocorre a partir da democratização da informação entre as áreas produtivas, urbanas ou rurais, que cria áreas contínuas com semelhanças funcionais. O acontecer complementar ocorre a partir das necessidades modernas de produção e de intercâmbio entre áreas geograficamente próximas, campo e cidade e entre cidades. Em ambos os casos a informação tende a se generalizar e as regras da vida social são (re)formuladas localmente. Já o acontecer hierárquico ocorre baseado em informação privilegiada e não-compartilhada, formulada fora e que impõe regras rígidas que comandam externamente a racionalidade das atividades produtivas, da vida e do espaço. Os efeitos dessas formas de solidariedade são diversos, dependendo da direção da força dos vetores de desenvolvimento²⁵. “No acontecer homólogo e no acontecer complementar, temos o domínio de forças que são localmente centrípetas, enquanto no acontecer hierárquico o domínio é de forças centrífugas. Há, sem dúvida, um centripetismo, neste último caso, mas é um centripetismo do outro”. (SANTOS, 2005, p.140)

Embora a tendência atual da união dos lugares seja pela via vertical em detrimento da via horizontal, Santos (2005, p.144) acrescenta que a união horizontal pode ser ampliada mediante novas formas de produção e consumo, como no caso do acontecer homólogo de produtores rurais organizados em torno de indicações geográficas que foram capazes de

²⁵ “(...) as horizontalidades são engendradas por forças centrípetas, em articulações homólogas ou complementares, ou seja, que conjugam ações e atividades que atravessam o território, que se espraiam por ele. As verticalidades representam o domínio de forças centrífugas, que se apropriam da informação (e dos recursos), em direção a um cotidiano externo, em fluxo hierárquico, isto é, sob um comando, concentrador de ações e atividades no núcleo do negócio”. (GOULART, 2006, p.12)

transformar o consumo estritamente econômico em um ato político catalizado pela valorização do diferencial regional.

3.1.1. O novo paradigma organizacional do setor de tecnologia da informação e da comunicação

Para Cassiolato e Szapiro (2002) e Cassiolato e Lastres (1999), no atual marco histórico, a emergência do paradigma das tecnologias de informação e comunicações (TIC) e a aceleração do processo de globalização têm apresentado um impacto significativo sobre o desenvolvimento industrial e tecnológico. Segundo Cassiolato e Lastres (1999), a inovação e o conhecimento são fatores determinantes para a competitividade e o desenvolvimento das nações, das regiões, dos setores, das empresas e dos indivíduos, já que o acirramento da competitividade internacional criou a necessidade de incorporar continuamente e intensivamente tecnologia e inovação nos processos produtivos. Esse processo foi coroado pelo estabelecimento de um novo regime de produção e acumulação, o chamado pós-fordismo, caracterizado pelos crescentes investimentos em conhecimento e pesquisa (P&D) e relativa redução do investimento em capital fixo, como máquinas e equipamentos. Em consequência disso, as empresas sofreram um processo de reestruturação em rede que apontou para um novo modelo de estrutura organizacional, de gestão e de relação entre as empresas e que lançou novas estratégias de competição e cooperação (VILLELA, 2005). Este é o caso dos sistemas e arranjos produtivos e inovativos locais, definido como aglomerados espaciais de empresas e instituições especializadas em determinadas atividades econômicas e que mantêm entre si vínculos tangíveis e/ou intangíveis, fracos ou intensos (LASTRES E CASSIOLLATO, 2003).

No caso da América Latina, os sistemas locais de inovação ganharam relevância principalmente após a década de 1990, alterando o modelo de desenvolvimento implementado na região até então, o chamado modelo nacional-desenvolvimentista. Este modelo, implementado no Brasil entre 1930 e 1980 através do processo de industrialização por substituição de importações centralizado no Estado, formou sistemas de inovação nacionais frágeis, caracterizados, segundo Cassiolato e Lastres (1999), pela: (a) intensa importação de tecnologia obsoleta; (b) níveis reduzidos de investimentos em ciência e tecnologia (C&T) e pesquisa e desenvolvimento (P&D); (c) participação limitada de universidades públicas na criação e no treinamento de recursos humanos especializados. Neste cenário, houve poucos esforços na direção do desenvolvimento de atividades locais inovadoras, comprometendo o

estímulo aos processos de aprendizagem, complementaridade público-privado, apoio à ciência e tecnologia (C&T) e difusão de conhecimento.

Durante a década de 1990, período marcado pela abertura comercial e privatizações, acreditava-se na globalização da tecnologia e na suficiência dos investimentos estrangeiros em inovação para modernizar a estrutura produtiva, dinamizar a economia nacional e conectá-la ao processo de globalização. Contudo, Cassiolato e Lastres (1999) afirmam que atualmente a inovação, a tecnologia e o conhecimento são reconhecidos como fatores locais de desenvolvimento. Para os autores (1999), a escala global não é adequada para o estímulo e manutenção dos sistemas de inovação latino-americanos e brasileiros. Nas palavras deles, “a proposta conceitual de sistema local de inovação é a que parece oferecer melhor possibilidade de compreensão do processo de inovação na diversidade que consideramos existir entre diferentes países e regiões, tendo em vista seus específicos processos históricos e seus desenhos políticos institucionais particulares” (CASSIOLATO & LASTRES, 1999b). A descrença na internacionalização da tecnologia e na onipotência dos investimentos estrangeiros para a geração de processos inovativos nacionais foi substituída pela crença na esfera local como dimensão adequada à geração e difusão de inovações capazes de impulsionar o desenvolvimento sócio-econômico.

Segundo Porter (1990, p.45, apud MINIUSSI et al, 2013, p.5), inovação é uma tentativa de “criar vantagem competitiva por meio de descobertas que permitam novas e melhores maneiras de competir e trazê-las para o mercado”. Segundo Lastres e Cassiolato (2003 a), tal capacidade é obtida através da interdependência entre diversos atores, produtores, usuários de bens serviços e tecnologia, sendo facilitada pela especialização em ambientes socioeconômicos comuns. Neste sentido, afirmam que a escala local é central para a produção e adaptação de tecnologias, pois é no âmbito das interações sociais que o aprendizado ocorre, incentivando a inovação e o desenvolvimento local.

Se a inovação é resultado da interação entre agentes e do acúmulo de conhecimento, ela é socialmente determinada e fortemente influenciada por formatos institucionais e organizacionais específicos. Nesse entendimento, distritos industriais, *clusters*, arranjos produtivos tornam-se tanto objeto de investigação como objeto de ação de políticas públicas e, sobretudo com viés tecnológico (CALDAS et al, 2005, p.7).

No Brasil, o conceito de arranjo produtivo local (APL) foi adotado pelo governo federal, integrando os Planos Plurianuais desde 2000, o Plano de Ciência, Tecnologia e Inovação 2007-2010 e a Política de Desenvolvimento Produtivo 2008-2013. Então o termo passou a ser bastante utilizado pelas agências de suporte e fomento como o BNDES e

SEBRAE e estudado por pesquisadores acadêmicos, como o grupo de pesquisadores brasileiros da Universidade Federal do Rio de Janeiro, organizadores da RedeSist – Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais. Em agosto de 2004 foi instalado o Grupo de Trabalho Permanente para Arranjos Produtivos Locais – GTP APL, pela Portaria Interministerial nº200, de 03.08.04, lotada na estrutura organizacional do MDIC, com a atribuição de elaborar e propor diretrizes gerais para a atuação coordenada do governo no apoio a arranjos produtivos locais em todo o território nacional, com base na articulação de instituições governamentais e não governamentais.

Segundo a definição elaborada pela Redesist e adotada pelo SEBRAE, BNDES e MDIC, os arranjos produtivos locais são:

“aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais - com foco em um conjunto específico de atividades econômicas - que apresentam vínculos mesmo que incipientes. Geralmente envolvem a participação e a interação de empresas - que podem ser desde produtoras de bens e serviços finais até fornecedoras de insumos e equipamentos, prestadoras de consultoria e serviços, comercializadoras, clientes, entre outros - e suas variadas formas de representação e associação. Incluem também diversas outras organizações públicas e privadas voltadas para: formação e capacitação de recursos humanos, como escolas técnicas e universidades; pesquisa, desenvolvimento e engenharia; política, promoção e financiamento.” (LASTRES e CASSIOLATO, 2003b, p.3-4)

De acordo com o Termo de Referência para Política de Apoio ao Desenvolvimento dos Arranjos Produtivos Locais elaborado pelo Grupo de Trabalho Permanente para Arranjos Produtivos Locais - GTP APL, um APL deve ser caracterizado por: (a) possuir um número significativo de empreendimentos no território e de indivíduos que atuam em torno de uma atividade produtiva predominante; (b) compartilhar formas reconhecidas de cooperação entre os atores envolvidos em busca de maior competitividade. Pode incluir pequenas, médias e grandes empresas.

Porter (1998 apud KEGEL et al, 2011, p.10) define *clusters* como concentração geográfica de empresas e instituições interconectadas em um setor produtivo específico, abrangendo empresas especializadas, clientes, fornecedores especializados, associações

comerciais, instituições governamentais, escolas técnicas, centros de pesquisa e universidades. Segundo o site oficial do Porto Digital, esta é a definição teórica adotada para embasar sua experiência de arranjo produtivo local de tecnologia da informação e comunicação:

Clusters são concentrações geográficas de empresas e instituições interconectadas numa área de atuação específica. Eles incluem um conjunto de empresas, e outras entidades ligadas, que são importantes para a competitividade. Os *clusters* abrangem, por exemplo, fornecedores de insumos especializados, tais como componentes, máquinas, serviços e provedores de infraestrutura. *Clusters* frequentemente se estendem na cadeia para incluir canais de comercialização e mesmo compradores ou produtores de bens complementares, atingindo, algumas vezes, empresas relacionadas por qualificação de mão de obra, tecnologias ou insumos comuns. Finalmente, muitos clusters incluem instituições governamentais e de outra natureza, tais como universidades, instituições de controle de qualidade, empresas de pesquisa e desenvolvimento, especializadas em qualificação profissional e associações patronais, que provêem treinamentos especializados, educação, informações, pesquisa e suporte técnico.

Essa definição coincide em muitos aspectos com o conceito de Arranjo Produtivo Local (APL), sobretudo em relação a: concentração de pequenas e médias empresas, proximidade geográfica entre empresas e instituições, e cooperação entre as empresas. O APL, definido como um tipo de rede horizontal de empresas (principalmente pequenas e médias) que se configura em aglomeração territorial de agentes econômicos, políticos e sociais que possuem foco em um conjunto de atividades específicas e mantêm entre si vínculos tangíveis e/ou intangíveis, fracos ou intensos (CASSIOLLATO e LASTRES, 2003a; BALESTRIN e VARGAS, 2003, apud VILLELA e PINTO, 2009). Para Granovetter, as redes de laços fortes (ou diretos) são caracterizadas pelo alto grau de coesão social cujas relações possuem alto nível de credibilidade e influência e formam estruturas fechadas, limitadas ao conhecimento e informações de um restrito grupo (KAUFMAN, 2012). Já as redes de laços fracos, embora sejam baseadas em relações eventuais e sejam compostas por atores com diferentes experiências e conhecimentos, constituem pontes de acesso a outras redes (conectando atores endógenos e exógenos ao território) e permitem um fluxo maior de

conhecimento e informações (KAUFMAN, 2012). Sendo assim, os agentes possuem posição estratégica na articulação de pontes e no controle do fluxo de informações (ABRAMOVAY, 2007).

A ideia de posição estratégica dos agentes na rede introduz um novo modo de compreender a cooperação baseada no conceito de campo social. Assim, a vida social é compreendida como um conjunto de arenas ou campos nos quais os atores sociais, por meio da interação, agem com o objetivo de estabelecer uma ordem social através do exercício de cooperação. O objetivo central da ação está na tentativa de alcançar a cooperação com outros atores sociais, portanto, para Abramovay (2007), a cooperação não pode ser admitida como resultado de uma fórmula virtuosa que combina circunstâncias históricas favoráveis e intervenção política, mas é o resultado da ação de determinados grupos sociais em busca de fazer prevalecer sua visão de mundo e suas regras. A posição estratégica do agente no campo depende da qualidade de seus vínculos e de sua habilidade social de gerar cooperação através da sua capacidade de persuasão (ABRAMOVAY, 2007).

Por um lado, a interação dos agentes nas redes pode contribuir para a disseminação de informações no território e para conectar o território nacional e globalmente, criando um importante fluxo de tecnologia e informações (NIEDERLE, 2009, p.17). Por outro, dependendo da simetria de poder das relações na rede, as informações podem ser distribuídas de forma desigual, beneficiando apenas alguns agentes, pois grupos dominantes dispõem de instrumentos materiais e cognitivos para obter a cooperação de outros atores sociais baseados na sua própria visão de mundo e de sua própria definição do que são os problemas a serem enfrentados. Assim, a rede baseada em relações assimétricas pode conter um componente perverso, principalmente para pequenas e médias empresas que interagem com grandes organizações devido à dependência de conhecimento e tecnologia ou pela diferença de tamanho (SILVA et al, 2012, p.4).

Analiticamente a noção de rede permite compreender o território e a dinâmica de inovação para além do âmbito local. Embora a ação dos agentes locais seja importante para impulsionar dinâmicas de desenvolvimento territorial, as redes mostram que as atividades locais não se desenvolvem isoladas de um contexto nacional e internacional. Esta interconexão entre os contextos é a condição *sine qua non* de uma economia globalizada, que Santos (1994, p. 48, apud CALDAS, 2004, p.594) definiu como:

[...] uma estrutura de relações econômicas que abarca todo o planeta, em que as condições de vida de uma localidade estão influenciadas pelas relações econômicas que esta mantém com o resto do globo. É o

estágio supremo da internacionalização, a ampliação do sistema-mundo de todos os lugares e de todos os indivíduos, embora em graus diversos.

Neste sentido, Brandão (2012) contesta o que ele chama de “pensamento único localista”, para o qual não existem escalas intermediárias entre o local e o global, ao afirmar que a escala possui caráter relacional e, portanto “nenhuma escala *per se* é boa ou ruim”. O debate sobre modelos endógenos e exógenos de desenvolvimento, os quais contrapõem processos de localização e globalização, deve dar lugar a uma discussão mais rica que se desenvolve a partir da compreensão das múltiplas redes que se organizam de modo sobreposto e imbricado entre vários níveis espaciais (VAINER, 2001).

3.2. Formação do núcleo especializado em TIC em Recife

Para compreender o processo de formação do parque tecnológico de Recife, o Porto Digital, é necessário falar primeiramente do contexto que criou as condições favoráveis a sua criação.

Se considerarmos que a capacidade de gerar inovação é o fator chave para a competitividade de empresas e nações no atual marco histórico da globalização, é importante destacar que tal capacidade inovativa é obtida através da interdependência entre diversos atores, produtores, usuários de bens serviços e tecnologia, sendo facilitada pela especialização em ambientes socioeconômicos comuns (CASSIOLATO E LASTRES, 2003). Neste sentido, Cassiolato e Lastres (2003) afirmam que a escala local é central para a produção e adaptação de tecnologias, pois é no âmbito das interações sociais que o aprendizado ocorre, incentivando a inovação e o desenvolvimento local.

Contudo, a inovação e o aprendizado local são condicionados pelo contexto econômico e social. No caso da cidade de Recife, os antecedentes que favoreceram o surgimento do APL de tecnologia da informação e da comunicação estão relacionados à disponibilidade de capital humano qualificado, concentração de empresas de informática e vocação empreendedora.

De acordo com documentos oficiais do PD, a dissertação de mestrado de Guilherme Calheiros (2009), diretor de inovação do PD, e as entrevistas realizadas em campo, o Porto Digital é fruto de um processo embrionário iniciado na década de 1980, em um contexto marcado pela decadência das tradicionais atividades portuárias, agravada pela construção do

Complexo Industrial Portuário do Suape, e pelo florescimento das políticas de revitalização urbana no Bairro do Recife, conforme já foi dito. Além disso, esse contexto também foi marcado pela dificuldade de inserção de profissionais qualificados em TI no mercado regional. Na época, o Centro de Informática da UFPE já despontava como um centro de referência devido à qualidade da educação de nível superior e da pesquisa científica, mas o mercado tinha pouca capacidade de absorção, o que favorecia a saída de capital humano qualificado.

Contudo havia na época empreendimentos locais que faziam uso intensivo de tecnologia da informação como o banco Banorte, pioneiro na automação bancária, e a rede de supermercados Bompreço, que possuía um sistema complexo de processamento de dados. A demanda por capital humano e serviços associados à tecnologia informacional foi suprida por empresas pernambucanas, como o grupo Elogica e a Procenge (empresa atualmente estabelecida no PD), pela oferta crescente de profissionais egressos da universidade e pelo surgimento de pequenos empreendimentos.

Na década de 1990, as mudanças no contexto macroeconômico ocasionaram a venda tanto do Banorte quanto do Bompreço (assim como outros bancos, o Banco Mercantil e o Bandepe), aquelas empresas que absorviam boa parte do contingente de pessoal especializado em TI, incentivando a emigração de mão-de-obra para o Sudeste e o exterior e deixando fragilizada uma grande quantidade de pequenos empreendimentos de TI. Segundo Calheiros (2009, p.54), “Aquilo que poderia ser interpretado como uma métrica do sucesso da Universidade, um reconhecimento de seu alto padrão de ensino, na verdade era o indicador de um grave problema estratégico para o Estado: a drenagem de cérebros, recurso mais valioso na nova economia do conhecimento”.

Surgia assim, com a crise do setor comercial local, o embrião das novas oportunidades para o Estado se reinserir no mercado nacional e global através do setor de TI. Portanto era necessária uma estratégia de consolidação desse setor, que foi levada a cabo por atores estratégicos e culminaram na criação do PD. Em 1993, Silvio Meira, professor do CIN-UFPE, procurou a prefeitura para buscar apoio para o setor de TI e junto com Cláudio Marinho, superintendente da empresa municipal de informática de Recife (Empretel), ajudaram a estabelecer as instituições pioneiras no Porto Digital que serviriam para atrair investimentos e empresas de TI para o parque tecnológico que iria se formar no Bairro do Recife. Algumas iniciativas foram então tomadas nesse sentido. Destacam-se a criação do Núcleo Recife da SOFTEX – Sociedade Brasileira para Promoção da Exportação de Software (1994) pelo Ministério de Ciência e Tecnologia que tinha como objetivo apoiar o desenvolvimento de

software local através de parcerias e convênios com o setor público e como meta a exportação de software; C.E.S.A.R. - Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (1995), centro de referência em pesquisa, inovação e empreendedorismo criado com o apoio da Universidade Federal e empresas privadas locais. A decisão de construir o parque no Bairro de Recife tem ligação com a participação de Cláudio Marinho na equipe do governo de Jarbas Vasconcelos (PMDB), quando este comandou como prefeito diversas políticas de revitalização no Bairro do Recife durante as décadas 1980 e 1990 (Plano de Reabilitação do Bairro Recife de 1987 e Plano de Revitalização do Bairro do Recife em 1992). Então em 1999, Claudio Marinho assume a SECTMA, traz consigo a ideia de criação de um parque tecnológico urbano que faria convergir a política de ciência e tecnologia com a política de revitalização urbana.

O Porto Digital, criado em 2000, constitui um projeto de desenvolvimento econômico que agrega investimentos públicos, iniciativa privada e universidades, compondo um sistema local de inovação que se consolidou através de investimentos realizados na melhoria dos processos de desenvolvimento de *software* e com a instalação de diversas empresas vindas de outras regiões da Região Metropolitana do Recife, de outros estados e até de outros países. Tem como missão contribuir com o desenvolvimento econômico de Pernambuco através do fortalecimento dos vínculos de cooperação das empresas de TIC, com o Governo do Estado de Pernambuco, a Prefeitura do Recife e o Governo Federal e do adensamento e integração entre os setores produtivos de Pernambuco, dotando a economia pernambucana de meios adequados às novas demandas impostas pela transnacionalização do capitalismo e da financeirização da economia que transformaram o padrão de acumulação capitalista. Conforme está descrito no relatório gerencial do PD (2008), este modelo de sistema local de inovação se baseia em três eixos: (i) o território da inovação; (ii) as políticas e instituições de fomento à inovação; (iii) um novo arranjo produtivo para as empresas do setor. Os fatores de sucesso do modelo residem no melhoramento da infra-estrutura do território, na atração de incubadoras de empresas para geração contínua e sustentada de novos negócios, de institutos de pesquisa para a produção de conhecimento e inovação tecnológica, de instrumentos de fomento para o suporte econômico-financeiro ao processo de inovação e de uma mistura de empresas de alto desempenho. Em 2008, o Porto Digital foi reconhecido pelo Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio (MDIC) como Arranjo Produtivo Local (APL) de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC).

O PD abriga cerca de 250 empresas e instituições de tecnologia da informação e comunicação e economia criativa, além de contar com três incubadoras de empresas, duas aceleradoras de empresas, dois institutos de ensino e pesquisa e diversas representações

governamentais, o que o torna um ambiente de negócios marcado pelo potencial de geração de conhecimento, inovação e empreendedorismo. Atualmente absorve aproximadamente 7.000 funcionários e 500 empreendedores.

Ocupa uma área de preservação histórica de 150 hectares, abrangendo toda a ilha do Bairro do Recife situada entre os Rios Capibaribe e Beberibe, e está em expansão para o bairro de Santo Amaro.

Figura 11 : Foto Aérea da Localização do APL de Tecnologia da Informação e Comunicação do Porto Digital, Recife/PE



Fonte: site oficial Porto Digital

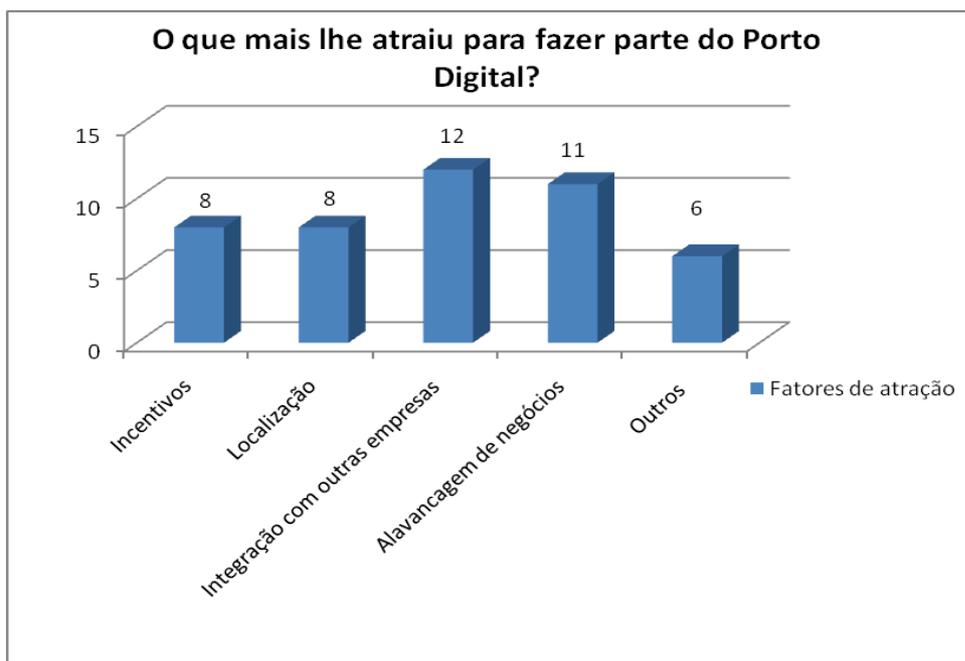
A partir disso, pode-se dizer que o Porto Digital é resultado do planejamento e investimentos do governo do Estado de Pernambuco, através da Secretaria Estadual de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente de Pernambuco (SECTMA), de professores de informática da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Posteriormente esse papel foi assumido do Núcleo de Gestão do Porto Digital (NGPD), associação civil de direito privado sem fins econômicos credenciada pelo Governo do Estado e Prefeitura da Cidade do Recife, que articula diversos atores sociais, como universidades, empresas, organizações não governamentais e governamentais. Dentre as principais funções do NGPD, destacam-se: a articulação com organizações e instituições (governo, agências de fomento, empresas, academia); promoção do ambiente de inovação; atração de empreendimentos inovadores de TI e geração de empregos qualificados; formulação de projetos inovadores.

O Porto Digital é formado essencialmente por pequenas e médias empresas criadas na própria cidade do Recife, mas ao mesmo tempo abriga grandes instituições multinacionais e

brasileiras como Accenture, IBM, Microsoft, Ogilvy, Stefanini, Thought Works e projetos de P&D em parceria com Alcatel Lucent, Bematech, Motorola, Samsung, LG e HP. As principais áreas de competência das empresas do PD são o desenvolvimento de sistemas de gestão empresarial, mobilidade urbana, *games*, animação e aplicações para dispositivos móveis, redes neurais e inteligência artificial para *finance* e *banking*, segurança de dados, *e-learning*, *e-entertainment* e *outsourcing*.

De acordo com os dados do questionário preenchido por doze empresas recém estabelecidas no PD entre os anos de 1999 e 2003, dentre os principais fatores de atração que justificam a entrada no parque se destacam, conforme a figura abaixo (Figura 12), o interesse no potencial de integração com outras empresas, favorecido pela proximidade geográfica, e alavancagem de negócios, favorecido pelo apoio institucional do NGPD. Ainda se destacam os interesses voltados para a localização central do parque e os benefícios fiscais, como redução de ISS (em até 60%), redução no IPTU (de 25% a isenção), redução de IR.

Figura 12: Fatores de Atração das Empresas em relação ao Porto Digital – 1999 a 2003



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados da Pesquisa de Satisfação do Porto Digital – Plano de Ação – Marketing e Comunicação – disponível nos Documentos integrantes do Pedido de Registro de Indicação Geográfica entregues ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial.

Quando perguntados sobre as expectativas em participar do PD, outras informações foram reveladas em relação aos interesses dos empresários, conforme o gráfico abaixo. As

principais expectativas eram, em ordem decrescente, integração com outras empresas, associação com a imagem do Porto Digital e atração de clientes e negócios (Figura 13).

Figura 13: Expectativas das Empresas em relação ao Porto Digital – 1999 a 2003



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados da Pesquisa de Satisfação do Porto Digital – Plano de Ação – Marketing e Comunicação – disponível nos Documentos integrantes do Pedido de Registro de Indicação Geográfica entregues ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial.

Além disso, os empresários demonstraram seus interesses em diversos serviços a serem oferecidos pelo NGPD, conforme o gráfico abaixo, destacando principalmente a necessidade em mídia cooperada (meios e veículos de comunicação rateados entre empresas de acordo com faturamento), consultoria em marketing (plano de negócios, planejamento estratégico, marketing etc), comunicação (agência de comunicação e propaganda online e offline) e *datacenter*. Percebe-se que os interesses estão concentrados principalmente na área de marketing e comunicação, seguido pelo interesse na infraestrutura tecnológica. Até o momento, o Porto Digital conseguiu atender a essas demandas e em 2012, o governo federal, através do MCTI, declarou que irá implantar em Recife um *datacenter* para atender a demanda do PD, do Cin-UFPE e do CESAR.

Figura 14: Necessidade de serviços a serem oferecidos pelo cluster – 1999 a 2003



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados da Pesquisa de Satisfação do Porto Digital – Plano de Ação – Marketing e Comunicação – disponível nos Documentos integrantes do Pedido de Registro de Indicação Geográfica entregues ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial.

A fim de facilitar a interação das empresas com as esferas pública e privada, o NGPD implantou o modelo de governança do parque tecnológico. De acordo com o relatório estratégico do APL do Porto Digital (2008), a sua estrutura de governança é formada basicamente por um Conselho de Administração, integrado por 19 membros representantes das empresas do próprio parque, de empresas de outros setores produtivos relacionados ao PD, da universidade, da Prefeitura da Cidade do Recife e do Governo do Estado. Fazem parte do Conselho de Administração representantes do governo (37%); do setor produtivo (21%); de universidades (11%); de organizações não governamentais (16%) e de outros setores da sociedade (16%). O conselho possui função deliberativa e de fiscalização no que diz respeito aos objetivos, metas e diretrizes estabelecidas para o funcionamento do Porto Digital. Entre os principais atores estratégicos que atuam no Porto Digital, conforme a lista abaixo, estão a ASSESSPRO, CESAR, Cin-UFPE, SECTMA (atual SECTEC), SOFTEX-Recife. Todos, com exceção do SOFTEX-Recife, possuem representação no conselho administrativo do NGPD.

- Assespro –PE/PB – Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação, Software e Internet de Pernambuco e Paraíba: busca o desenvolvimento setorial por meio de ações socialmente úteis e significativas que garantam à Associação uma solidez crescente e que também sejam um meio de conseguir um desenvolvimento continuado do ambiente.
- C.E.S.A.R - Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife: Considerado pela FINEP como um dos principais centros de inovação do país, é uma das âncora do Porto Digital. O C.E.S.A.R possui 650 empregados, mais de 150 mestres ou doutores e faz a ponte entre mercado e universidade, em especial com o CIn-UFPE – Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco. O C.E.S.A.R. também possui uma incubadora que já gerou mais de 10 empreendimentos diretos em Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), mais de 30 empreendimentos indiretos e estabeleceu parcerias com clientes em todo mundo. Além disso, a instituição conta com o C.E.S.A.R.EDU, iniciativa proeminente de programas de mestrado profissional e de formação acelerada de competências.
- CIn-UFPE - Centro de Informática da UFPE: Um dos maiores centros acadêmicos de tecnologia da informação da América Latina, reúne em seu corpo docente é 60 doutores. Em virtude de seu programa de pós-graduação, é reconhecido pela CAPES como centro de excelência e referência no Brasil.
- Sectma – Secretaria Estadual de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente de Pernambuco: tem estratégia voltada para o uso da pesquisa científica e da difusão da tecnologia e do conhecimento como propulsores da economia local.
- SoftexRecife – Centro de Excelência em Tecnologia de Software do Recife: busca articular parcerias internacionais e alavancagem financeira a fim de fazer do ecossistema pernambucano de TIC um cluster de inovação de classe mundial.

Fonte: Relatório junho, 2008 – APL de Tecnologia da Informação e Comunicação do Porto Digital

Além disso, o NGPD mantém parcerias estratégicas com outras associações e organizações, instâncias governamentais, instituições de ensino técnico e superior e institutos de pesquisa, instituições de suporte e fomento, organismos multilaterais e parceiros privados dos âmbitos local, nacional e internacional. Abaixo estão representadas as instituições e empresas que compõem a institucionalidade do Porto Digital:

Tabela 2: Instituições e Empresas que compõem a Institucionalidade do Porto Digital - 2008

INSTITUCIONALIDADE	ÂMBITO	INSTITUIÇÕES
Governos	Local	<ul style="list-style-type: none"> • Prefeitura da Cidade do Recife • Prefeitura de Olinda • Secretaria de Desenvolvimento Social e Cidadania • Secretaria de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente • Secretaria de Educação • Chef
Academia e Instituto de Pesquisa	Local	<ul style="list-style-type: none"> • ABA – Associação Brasil América • C.E.S.A.R • CIn/ UFPE • UPE • UNICAP • Faculdade Boa Viagem • Faculdade Integrada do Recife • Faculdade Joaquim Nabuco • Faculdade Marista • Faculdade Maurício de Nassau • Faculdade Santa Maria • Unibratex • Universo • Senac
Associações e Organizações	Local	<ul style="list-style-type: none"> • ASSESPRO • Casa de Passagem • SoftexRecife • Incubanet • ITEP
	Nacional	<ul style="list-style-type: none"> • Anprotec • Brasscom • Fundação Roberto Marinho
	Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • AED • Amcham • IASP • I-nec • ONUDI • USAID
Suporte e Fomento	Local	<ul style="list-style-type: none"> • Ad-diper • Condepe/ Fidem • FACEPE • SEBRAE – PE • Senac - PE
	Nacional	<ul style="list-style-type: none"> • APEX • Banco do Brasil • Fir Capital • MCT/ FINEP • Rio Bravo • SEBRAE Nacional • Sistema S
Organismos Multilaterais	Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Banco Mundial • UNIDO – Nações Unidas
Parceiros Privados	Nacional	<ul style="list-style-type: none"> • Eletronet • Embratel • Telemar • Vivo
	Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Avaya • IBM • Microsoft

Fonte: Relatório junho, 2008 – APL de Tecnologia da Informação e Comunicação do Porto Digital

Segundo Marques e Leite (2005), o APL de tecnologia da informação e da comunicação localizado na região metropolitana de Recife PE, foi capaz de alavancar processos de regeneração urbana e transformação produtiva como elementos-chave na geração de novas funções do espaço urbano cuja vocação histórica está voltada às atividades produtivas. Dessa forma, a regeneração urbana é aqui entendida por meio de uma abordagem diferente daquela tradicionalmente apresentada nos processos de “revitalização urbana”: o

projeto urbano oferece funções ao território, e não apenas o embeleza ou reorganiza espacialmente. Trata-se aqui da “refuncionalização” do território.

Junior e Rocha (2003) salientam que o APL de informática da RM de Recife é caracterizado por: grande participação do setor público como mercado consumidor; estrutura de mercado muito concentrada; baixo poder de ação fora do arranjo; pequeno percentual das empresas está associado com alguma instituição local; o cliente foi considerado o principal agente para as ações cooperativas.

Girão (2011) chama a atenção para os limites do modelo localista desenvolvimento, principalmente no que diz respeito à distribuição dos benefícios gerados por esse modelo. A população local de baixa renda residente na Comunidade do Pilar não tem desfrutado dos benefícios dos investimentos aplicados na região do Porto Digital. Apesar do esforço inicial do PD em oferecer cursos de inclusão digital para os jovens da comunidade, estes se constituíram como projetos e recentemente não existe nenhuma iniciativa nesse sentido. Além disso, as ações de reforma urbana prevista para a comunidade, inserida no chamado Polo Pilar estão atrasadas, fazendo com que as famílias permaneçam vivendo em condições urbanas e sanitárias precárias.

Para Vainer (2001), o campo de possibilidades de governos locais é mais amplo atualmente do que dos governos nacionais, mas estará condenado ao fracasso caso se mantenha restrito à esfera local. Em sua concepção, é necessário compreender os processos de modo “transescalar”, através da articulação entre as diversas escalas, regional, nacional e internacional. A industrialização brasileira se processou no Brasil de modo conservador, sem que houvesse redesenho do aparelho financiador, do aparelho fiscal e do aparelho de ciência, tecnologia e educação, reforçando antigas desigualdades regionais, na qual se sobressai o pioneirismo da região cento-sul-sudeste, em especial São Paulo. Deste modo, o centro de decisões permaneceu nessa região, o que favorece a concentração do mercado e força as empresas de Recife a transferirem parte de seus escritórios e a agenda de viagens para São Paulo.

3.3. Conquista da Primeira Indicação Geográfica de Serviço

O registro do Porto Digital com a primeira indicação de procedência de serviço deve ser compreendido dentro do planejamento e ações do Programa Porto Digital de Marca e Qualidade (PDMQ), iniciado em 2008 a partir do edital nº39/2008 de Fomento a Projetos Específicos para Apoio de APL do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), ligado ao Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT). O programa que

visava selecionar propostas para o apoio de ações de capacitação, formação, pesquisas tecnológicas e de inovação objetivando o desenvolvimento de Arranjos Produtivos Locais. Além do financiamento de R\$200.000,00 do CNPQ, o programa recebeu o financiamento de R\$ 59.973,00 do Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e contou com o apoio da UFPE, da SECTMA e de consultores contratados.

O objetivo central do projeto era registrar o Porto Digital como indicação de procedência junto ao INPI e, com base nisso, certificar a origem e qualidade dos produtos produzidos no PD. Os benefícios previstos no programa eram: atribuição às empresas de valores que compõem a marca Porto Digital; aumento do valor agregado dos produtos comercializados pelas empresas estabelecidas no parque; maior competitividade das empresas do PD nos mercados nacional e internacional. De acordo com o relatório gerencial de 2008, os objetivos específicos do programa era: (i) promover a inserção de pesquisadores nas empresas do PD, para solução de gargalos tecnológicos; (ii) melhorar a eficiência dos processos e métodos nas empresas; (iii) estimular a inovação dentro das empresas, de forma a agregar valor aos seus produtos; (iv) fortalecer a marca Porto Digital, impactando em uma melhoria no acesso a mercados e nos processos de comercialização; (v) fortalecer o APL de TI de Pernambuco como fornecedor de soluções inovadoras de TI para o restante do estado, do país e do mundo.

A constituição de IG reflete uma inovação institucional na qual diversos atores se articulam em torno de um objetivo em comum. Segundo Wilkinson e Mascarenhas (2013, p 263), uma vez que a IG é registrada, os ativos mais importantes são: organização dos atores em torno de uma proposta de qualidade, a definição de produto e sua forma de produção, bem como os limites da iniciativa. Para o Diretor Presidente do NGPD, Sr. Francisco Saboya, a IG está relacionada com o propósito de reconhecer e promover a imagem das empresas instaladas no Porto Digital, estimular novas empresas a aprimorarem seus processos e reforçar a reputação do Porto Digital (Ata da primeira reunião ordinária do ano de 2011 do conselho de administração do NGPD, folha 62 do Pedido IG201103)

Após a aprovação da IG do Porto Digital pelo INPI em dezembro de 2012, as ações do programa foram desarticuladas. Após o término do projeto financiado pelo CNPq, o Porto Digital tem tido dificuldade em dar continuidade ao programa de certificação da IG, especialmente devido aos custos relacionados à implementação da IG, como o pagamento de consultores para avaliação das empresas. Em maio deste ano (2015), Renata Costa, diretora de inovação e competitividade empresarial do PD, justificou que a atual situação é decorrente da

necessidade de priorização do NGPD frente à quantidade de projetos em relação ao limitado tamanho da equipe:

“A questão é que temos uma equipe muito pequena para o gerenciamento de muitos projetos e seus recursos e, por isso, temos que priorizar nossas atividades. Hoje são 173 milhões reais sendo implementados em 58 projetos e com uma equipe de 65 pessoas. Desde 2013 o Núcleo de Gestão do Porto Digital tem trabalhado na captação de recursos para garantir a sustentabilidade de nossos projetos e estamos em fase de replanejamento do nosso plano estratégico no intuito de continuar expandindo o parque e garantindo a qualidade de nossos programas. Por isso a priorização é tão importante.” (Renata Costa, 4 de maio, atualização de entrevista via email)

Sendo assim, a análise da primeira indicação geográfica de serviço se concentrará nos aspectos organizacionais da fase de pré-reconhecimento da IG do Porto Digital, incluindo a análise das justificativas e percepções dos atores envolvidos, a delimitação da área, o regulamento de uso e a estrutura de controle. Essa análise buscará fazer contraponto com a pesquisa desenvolvida por Wilkinson e Mascarenhas (2013) com o conjunto de IGs brasileiras.

3.3.1. Delimitação da área:

A área de uma IG é a base geográfica sobre a qual se constrói a reputação de seus produtos ou serviços, seja ela decorrente das características e qualidades ambientais ou dos aspectos humanos, do saber fazer e da tradição. A delimitação da área tem um conteúdo histórico e social duplo. De um lado, tem-se a construção histórica da reputação da região, especializada na produção de produtos agroalimentares ou na prestação de serviços. Do outro lado, tem-se a ação deliberada e dos atores envolvidos em função da IG para demarcar a sua área.

Portanto, a delimitação geográfica é um importante objeto de análise, pois permite recuperar os interesses e valores predominantes a partir das justificativas e critérios utilizados nessa etapa do processo de reconhecimento e organização da IG. De acordo com Mascarenhas e Wilkinson (2013, p.274-275), o principal perigo que deve ser evitado nessa etapa é demarcar áreas muito extensas e de difícil controle ou áreas muito restritas, excluindo atores

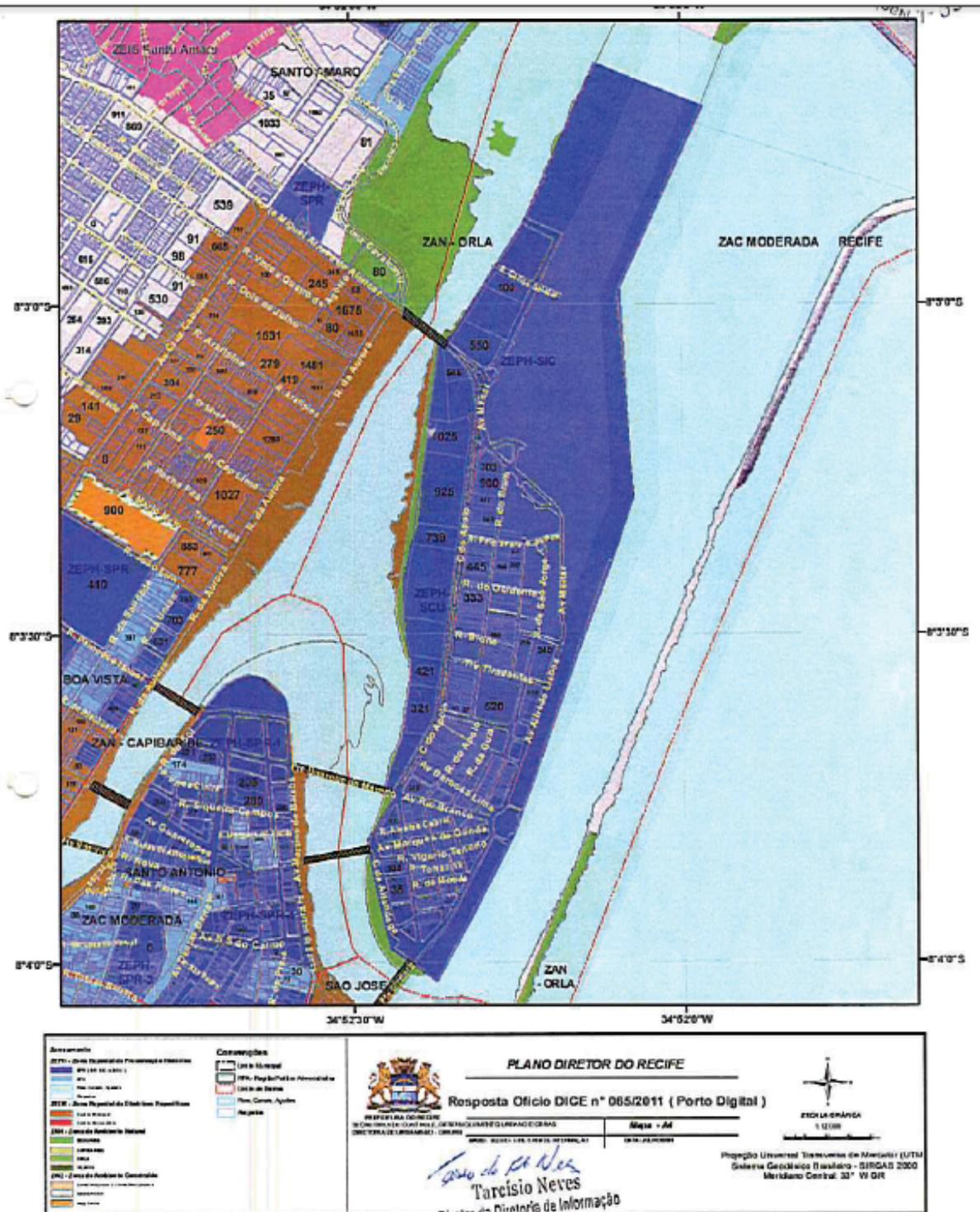
potenciais e/ou que contribuíram para a reputação da região através da criação de monopólios. Sugerem que critérios de inclusividade e participação de atores locais possibilitam que os objetivos econômicos e sociais das IGs sejam melhores atendidos. No caso do Porto Digital, a região do parque tecnológico urbano possui o contorno de ilha e não possui restrição à entrada de empresas. A região foi delimitada a fim de tornar-se alvo de investimentos públicos e privados na área de tecnologia da informação e comunicação e atrair empresas de software e economia criativa da região, do país e do mundo.

Para entender como a região do Porto Digital foi delimitada é necessário observar, como indica Dupin (2013), que a legislação brasileira²⁶ somente considera indicação geográfica o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território que possuem reputação ou qualidade vinculada à origem, excluindo, por exemplo, os nomes tradicionais conhecidos (ex: Cachaça do Brasil, Tequila do México). Depende de instrumento oficial de delimitação da área geográfica expedido por órgão oficial da União, Estados ou Municípios – Ministérios e Secretarias. Sendo assim, o nome Porto Digital só pôde designar uma indicação geográfica porque foi reconhecido por ofício pela Secretaria de Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco como região geográfica na cidade de Recife, com referência legal²⁷ e georreferenciado.

²⁶ lei 9267/96, art 177 e 178

²⁷ Lei 16.176/96 e Lei 17.244/2006

Figura 15: Delimitação da área do Porto Digital segundo o Plano Diretor de Recife



Fonte: Pedido de Registro de IG Porto Digital, nº201103, p. 585.

O Porto Digital é delimitado pela Zona Especial do Patrimônio Histórico Cultural 09 – ZEPHC 09, no Setor de Intervenção Controlada – SIC, localizado no centro da região metropolitana de Recife, cujo perímetro abrange 100 hectares da ilha que contém o sítio histórico do Bairro do Recife Antigo. Pela Lei 16.176/96, que estabelece a lei de uso e

ocupação do solo da cidade de Recife, em específico os artigos 14 e 15, as ZEPHC são “áreas formadas por sítios, ruínas e conjunto antigo de relevante expressão arquitetônica, histórica, cultural e paisagística, cuja manutenção seja necessária à preservação do patrimônio histórico-cultural do município” e, portanto, “requerem parâmetros e requisitos urbanísticos de uso e ocupação do solo, em função de suas características especiais”. A Lei 17.244/2006 institui o programa de incentivo ao Porto Digital mediante a concessão de benefícios fiscais aos estabelecimentos, contribuintes do Imposto sobre Serviço de qualquer natureza – ISSQN, que estejam situados no âmbito de Revitalização da ZEPH 09 e exerçam atividades na área de tecnologia da informação e serviços associados. Além disso, a lei estabelece o Comitê Municipal de Apoio ao Porto Digital, que deverá implementar e acompanhar o programa instituído por lei através dos seus membros-representantes: um da Secretaria de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico; um da Secretaria de Finanças; um da Secretaria de Planejamento Participativo, Obras e Desenvolvimento Urbano e Ambiental; um representante da Organização Social Porto Digital; um representante da Empresa Municipal de Informática.

Recentemente os gestores do PD têm apresentado a intenção de expandir a região do PD para além da ilha do Bairro do Recife e criar uma nova área de investimentos no Bairro Santo Amaro. Contudo a alteração da área delimitada após o registro é um imbróglho burocrático, pois o INPI não prevê esse tipo de alteração, deixando em suspenso o reconhecimento da área expandida e criando obstáculos ao desenvolvimento da iniciativa.

3.3.2. Justificativa e Percepções dos atores envolvidos

A identificação dos atores envolvidos no processo de formação do Porto Digital e no processo de registro da IG do Porto Digital foi descrita nas seções anteriores deste capítulo. Pode-se dizer que ambos os processos foram marcados pela cooperação entre os atores presentes na universidade, no governo e na cadeia produtiva, destacando a governança como importante inovação institucional e potencial de diferenciação frente aos concorrentes.

Portanto essa seção será dedicada à análise das justificativas dos atores envolvidos no processo de reconhecimento da IG e a análise subjetiva sobre a percepção dos pontos fracos e fortes apresentada pelos empresários. Com essa intenção, foram entrevistados: o diretor de inovação do PD, responsável pela elaboração do PDMQ, Guilherme Calheiros; o analista Péricles Montenegro do SEBRAE-PE, instituição responsável pelo apoio de iniciativas relativas à APL e IG; e três das cinco empresas pré-selecionadas para participarem da fase experimental do programa.

De acordo com as entrevistas realizadas com os representantes das instituições responsáveis pela elaboração do pedido de registro da IG e as empresas selecionadas, prevalece a justificativa de fortalecimento do APL, fortalecimento da imagem da marca associada ao Porto Digital e projeção do PD nos mercados nacional e internacional. Segundo Calheiros, o fato de não haver restrição à entrada de empresas de TIC no parque tecnológico urbano, dificulta o controle de qualidade dos serviços oferecidos. Então a IG é uma estratégia para aumentar a competitividade das empresas através da definição dos critérios definidos para a operacionalização do selo no regulamento de uso da IG. Portanto, o NGPD estimula as empresas a melhorarem os seus níveis de inovação, capital humano, tecnologia e processos, relação com o cliente e mercado e relação com a sociedade e ambiente.

As empresas selecionadas para a fase experimental do programa possuem mão-de-obra qualificada e uma trajetória de investimentos em certificados nacionais e internacionais na área de software, como ISO 9001, CMMI e MPS-BR, o que facilitou a adequação dessas empresas aos critérios definidos pela consultoria contratada e validados pelo NGPD e as empresas. Os pontos fortes destacados pelas empresas foram: a visibilidade decorrente do ineditismo e originalidade da IG de serviço, fortalecimento da marca do Porto Digital e o incentivo ao aumento do nível de qualidade das empresas. De modo unânime, o ponto fraco destaca foi a demora do processo de operacionalização do selo e a falta de informação sobre o andamento do processo. Contudo, os empresários se mostraram confiantes com a situação atual da marca.

A IG do Porto Digital converge com as justificações dos atores no processo de reconhecimento das IGs. Conforme Mascarenhas e Wilkinson (2013), estas se pautam principalmente pela perspectiva de proteção, agregação de valor e conquista de novos mercados viabilizados pela especialização da produção e coordenação entre os atores envolvidos, incluindo instituições como SEBRAE, universidades e instituições governamentais. E apesar das iniciativas se pautarem na lógica do desenvolvimento local e valorização dos patrimônios naturais e culturais, falta estratégia definida e participação de instituições públicas e privadas voltadas para esse objetivo. No caso do Porto Digital, pode-se dizer que existe uma estratégia de desenvolvimento local e revitalização do patrimônio arquitetônico, mas não há uma estratégia definida voltada para o desenvolvimento ambiental e social.

3.3.3. Regulamento de Uso e Estrutura de Controle:

O regulamento de uso do nome geográfico e sua estrutura de controle devem exprimir as características do produto ou serviço, o controle (quem pode usar, como pode usar e o modo de fiscalização), elementos de rastreabilidade (quando houver), o modo de usar a representação gráfica ou figurativa da IG (selo), penalidades às violações da regra. De acordo com Wilkinson e Mascarenhas, as IGs devem evitar regulamentos muito brandos, que reduzem seu potencial de diferenciação em relação aos seus concorrentes, e regulamentos muito restritos, que dificultam a inclusão de produtores e prestadores de serviços, aumentam o custo de produção, e por vezes podem inviabilizar a IG. Diferentemente da delimitação da área que não pode ser alterada, o regulamento de uso e a estrutura de controle podem ser modificados a fim de se adaptarem a um determinado contexto de produção e mercado. O cuidado neste caso deve ser responder às necessidades de adaptação oriundas do próprio setor de atividade da IG, evitando a descaracterização do produto e do patrimônio material e imaterial e a exclusão de membros da IG. Uma das dificuldades das IGs brasileiras é a crescente exclusão de membros selecionados para o selo (WILKINSON e MASCARENHAS, 2013, p 277).

A estrutura do Conselho Regulador da IG consiste na forma de controle da IG e cabe a ele fazer a análise da conformação do produto ao Regulamento de Uso. Para tanto, o Conselho Regulador deve incluir membros da cadeia produtiva e atores externos à IG como modo de preservar o rigor e imparcialidade do julgamento. No caso do Porto Digital, o Conselho Regulador possui uma composição mista que corresponde ao Conselho Administrativo do Núcleo de Gestão do Porto Digital, composto por representantes da academia, do governo e do setor produtivo (empresas de TIC), e deverá contar com a ajuda de consultores contratados para a realização de auditorias e certificação. Todas as empresas instaladas no PD que exerçam as atividades de serviços previstas no regulamento e mantenham estrutura produtiva no local podem participar do processo de certificação para obtenção do selo de IP do PD.

Dentre as atribuições do conselho, está a definição dos critérios para aquisição do selo de indicação de geográfica. O conjunto de critérios que condicionam a aquisição do selo de procedência do Porto Digital é alinhado com os padrões de qualidade internacionais, como o ISO 9001/2008 (International Organization for Standardization), o Capability Maturity Model for Software (Software Engineering Institute) e o Malcolm Baldrige (National Institute of Standards and Technology of USA). De acordo com os fundamentos que determinaram a escolha dos critérios, as empresas devem: manter projetos sociais e ambientais; ter a inovação

como fator de diferenciação competitiva; manter interação com a universidade e centros de P&D; manter relacionamento saudável e ético entre os principais agentes formadores do mercado de TIC. Sendo assim, os critérios são: capital humano, tecnologia e processos, inovação, cliente e mercado, sociedade e ambiente. Na tabela abaixo estão descritos os indicadores que compõem os critérios para aquisição do selo de IP do PD.

Tabela 3: Indicadores dos Critérios para Certificação do Selo da Indicação de Procedência do Porto Digital – 2011.

Indicadores de Critério Capital Humano		
Indicador	Pontuação	
	Mínima (10 pontos)	Máxima (20 pontos)
CH1 - Planejamento e gestão do capital humano	Evidência de planejamento e gestão do Capital Humano	Certificação ISSO 9001:2008
CH2 - Qualificação do capital humano	1% de doutores com relação ao total de colaboradores + 5 % de mestres com relação ao total de colaboradores	3% de doutores com relação ao total de colaboradores + 10 % de mestres com relação ao total de colaboradores
Indicadores do Critério Tecnologia e Processos		
Indicador	Pontuação	
	Mínima (10 pontos)	Máxima (20 pontos)
TP1: Melhoria dos processos de desenvolvimento de serviços.	Certificação MPS BR (nível G) ou ISSO/IEC 9001:2008	Certificação MPS BR (nível F) ou CCMI (nível 2)
TP2: Planejamento e controle da infraestrutura tecnológica	Existência de controle de anti-vírus, segurança de informação, help-desk interno, licença de software.	ISSO/IES 9001:2008
Indicadores do Critério Inovação		
Indicador	Pontuação	
	Mínima (10 pontos)	Máxima (20 pontos)
IN1: Planejamento e gestão de projetos de inovação	Número de projetos submetidos a fundos de apoio a projetos de inovação (pelo menos 1 projeto por ano)	Número de projetos submetidos a fundos de apoio a projetos de inovação (pelo menos 3 projeto por ano)
IN2: Projetos de inovação de inovação em andamento	Número de projetos aceitos a fundos de apoio à inovação (pelo menos 1 projeto em andamento)	Número de projetos aceitos a fundos de apoio à inovação (pelo menos 3 projeto em andamento)
Indicadores do Critério Cliente e Mercado		
Indicador	Pontuação	
	Mínima (10 pontos)	Máxima (20 pontos)
CM1: Comunicação e suporte ao cliente	Evidências de monitoramento da satisfação do cliente. Evidências de tratameto de reclamação do cliente	Certificação ISO 9001:2008
CM2: Potencial de inserção no mercado	Planejamento de marketing definido. Evidências de conhecimento do mercado. Responsabilidades definidas.	Planejamento de marketing definido. Evidências de conhecimento do mercado. Monitoramento da imagem. Carteira de clientes.
Indicadores do Critério Sociedade e Ambiente		
Indicador	Pontuação	
	Mínima (10 pontos)	Máxima (20 pontos)
RS1: Planejamento e gestão de projetos/ações de responsabilidade social/ambiental	Planejamento de responsabilidade social e ambiental realizado. Responsabilidades atribuídas (conforme políticas do PD)	Planejamento de responsabilidade social e ambiental realizado. Responsabilidades atribuídas (conforme políticas do PD). Parcerias estabelecidas com outras instituições (conforme política PD)
RS2: Projetos de responsabilidade social/ambiental em andamento	Número de projetos sociais em execução (conformes políticas do PD)	Número de projetos sociais em execução (conforme políticas do PD) em execuçãoa através da cooperação com outras instituições

Fonte: Pedido de Registro da Indicação de Procedência do Porto Digital nº 201103, entregue ao INPI em 2011.

Segundo Cerdan (2013), a relação entre a indicação geográfica e o desenvolvimento territorial pode ser abordado a partir de dois enfoques. O primeiro enfoque, baseado na definição de desenvolvimento territorial proposta por Deffontaines, consiste na “capacidade dos atores situados em um território em enfrentar e controlar a sua evolução futura, resultando em inscrevê-los (assim como suas coalizões) no centro da questão do desenvolvimento do território e dos usos dos recursos e do espaço” (CERDAN, 2013, p.137). Neste sentido, as iniciativas de IG podem contribuir com o desenvolvimento da habilidade dos atores em compreender o contexto em que estão inseridos e participarem da construção de projetos para o território. O segundo enfoque, baseado na definição de Colletis e Pecqueu, o desenvolvimento territorial é sustentado por um processo de especificação do território, ou seja, está relacionado à capacidade de atores locais de valorizarem e se apropriarem dos recursos patrimoniais locais – materiais ou imateriais - a fim de produzir um bem único e intransferível para outra região (CERDAN, 2013, p. 138). Por fim, a autora sintetiza os dois enfoques, que de nenhum modo são antagônicos, e afirma:

“as ações dos atores e de suas organizações coletivas em torno da valorização de ativos culturais e naturais (IG em particular) apresenta-se como um duplo processo de ativação de recursos e de especificação do território, além de oferecer dinâmicas de aprendizagens individual, coletiva e institucional.” (CERDAN, 2013, p. 138).

Sendo a indicação geográfica uma indicação utilizada em produtos e serviços que apresentam uma origem geográfica específica e que possuem qualidades e/ou reputação vinculadas a determinada região geográfica, portanto a região cujas qualidades e reputação são reconhecidas preexistem ao registro da IG no INPI. Então pode-se dizer que o registro das indicações geográficas reconhece um direito preexistente²⁸, cabendo às IGs implantarem um estrutura de controle e governança capaz de alimentar o potencial de diferenciação de seus produtos e serviços e de dinâmicas de aprendizado individuais e coletivas.

No caso do Porto Digital, a governança é o fator determinante da inovação institucional e tecnológica. A partir da densidade dos atores envolvidos na IG - que a agrega academia, governo e empresas - é possível estabelecer dinâmicas territoriais positivas e duradouras. Para tanto, é necessário superar a percepção que reduz a IG em uma estratégia de promoção da marca e prevalência dos interesses comerciais sobre os interesses das pessoas.

²⁸ Resolução INPI 75/2000. Artigo 1. Parágrafo único. O registro referido no “caput” é de natureza declaratória e implica no reconhecimento das indicações geográficas

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

As Indicações Geográficas (IGs), assim como os Arranjos Produtivos Locais (APLs), são conceitos convergentes com a abordagem territorial de desenvolvimento e implicam em uma nova forma de qualificar o desenvolvimento. Para Da Veiga (2002), o desenvolvimento territorial indica a valorização frutífera da dimensão espacial do desenvolvimento, contudo não admite o termo “desenvolvimento territorial” como um conceito propriamente dito já que reconhece a necessidade de conhecer mais e melhor os efeitos práticos dessa nova abordagem, especialmente em regiões sem dinamismo econômico ou periféricas.

A evolução da retórica do desenvolvimento territorial é o resultado do processo histórico que alterou as estruturas administrativas do planejamento e o rumo dos debates sobre políticas públicas. Sabe-se que o período da chamada era de ouro do capitalismo e das ditaduras militares latino-americanas, compreendido aproximadamente entre o final da década de 1940 e 1970, foi marcado pelo rápido crescimento econômico e pela distribuição desigual das riquezas, aumentando o fosso entre as regiões ricas e as regiões pobres. Esse cenário motivou a criação de estruturas de planejamento regionais centralizadas no Estado (DA VEIGA, 2002), a exemplo da SUDENE, SUDAM e SUFRAMA no caso do Brasil. Após a esse período de entusiasmo econômico, seguiu-se um período de marasmo que provocou duas alterações principais nas estruturas de planejamento importantes para a evolução da noção de desenvolvimento: descentralização no planejamento, confiando aos poderes locais a resolução das disparidades regionais; e integração supra-nacional, especialmente na Europa Ocidental, com desdobramentos para os continentes americano e a asiático (DA VEIGA, 2002). Contribuiu também a evolução paralela dos debates sobre economia industrial, economia rural e economia regional e urbana, que superaram a dicotomia campo-cidade e passaram a valorizar a dimensão local e posteriormente territorial do desenvolvimento (DA VEIGA, 2002). Mas Da Veiga (2002, p.17) alerta:

A retórica do “DT” é certamente melhor que a do “desenvolvimento local”, mas ambas estão longe de engendrar uma ‘teoria & prática’ que venha, de fato, superar as divisões setoriais (primário, secundário e terciário) e também permitir um tratamento integrado da divisão espacial (cidade e campo). [...] É muito cedo para saber se, além de um indiscutível progresso retórico, a noção “desenvolvimento territorial” traz algo de realmente novo para um eventual

desenvolvimento das regiões sem dinamismo econômico, que também costumam ser chamadas de periféricas ou atrasadas.

Atualmente o debate sobre o desenvolvimento territorial é informado por duas matrizes teóricas divergentes em relação à concepção de território: uma caracteriza o espaço como plataforma dotada de vantagens competitivas e passíveis de atrair investimentos; outra caracteriza o espaço como construção histórico-social que incorpora dinâmicas de cooperação e conflito.

Para Haesbaert (2004) os territórios são constituídos por relações sociais de dominação e/ou apropriação do espaço, sendo a dominação definida como relação de poder concreta que implica na constituição de um território mais funcional e vinculado ao valor de troca, e a apropriação como processo simbólico vinculado ao valor de uso, carregado das marcas do vivido. Retomando Lefebvre, Haesbaert (2004, p.2) conclui que o território deveria ser concebido de modo integrado, incorporando juntamente os processos de dominação e apropriação, ou até priorizando o processo de apropriação sobre a dominação, porque “todo território é, ao mesmo tempo e obrigatoriamente, em diferentes combinações, funcional e simbólico, pois exercemos domínio sobre o espaço tanto para realizar “funções” quanto para produzir “significados”. Contudo a dinâmica de acumulação capitalista fez com que a dominação se sobrepusesse a apropriação.

Saquet (2010) destaca o caráter político do território baseado na leitura de Raffestin, para quem o poder não se restringe às ações do Estado, mas se expressa nas relações sociais de um modo geral que por fim visam o controle e a dominação sobre os homens e as coisas. A construção do território se engendra pela relação interdependente de diversos atores: “Do Estado ao indivíduo, passando por todas as organizações pequenas ou grandes, encontram-se atores sintagmáticos que 'produzem o território. (...) Em graus diversos, em momentos diferentes e em lugares variados, somos todos atores sintagmáticos que produzem território” (RAFFESTIN, 1993, p. 152 apud SAQUET, 2010, p.73).

O foco na interação social é pertinente aos estudos territoriais, tal como foi esplanada por Abramovay (2010). Para o autor, a interação na vida social, compreendida como campo, tem como objetivo alcançar a cooperação para formar coalizões e estabelecer as regras do jogo para o funcionamento das organizações e do mercado. A cooperação não é concebida como resultado auspicioso da combinação de fatores favoráveis, mas pressupõe a capacidade de persuasão. Deste modo a cooperação equivale à noção weberiana de dominação (WEBER,

2006), definida como probabilidade de encontrar obediência a certo mandato e que pressupõe a legitimação do exercício do poder e visa à estabilização e manutenção da ordem social. A noção de cooperação também se aproxima da noção de luta no campo de Bourdieu (1996), na qual os atores alcançam posição dominante de acordo com seus recursos, neste caso especialmente a habilidade social, e assim tornam-se capazes de interferir no modo de ver e significar a ação social, estabelecendo a definição dos problemas a serem enfrentados e as soluções a serem tomadas.

Dito isso, compreende-se que é incompatível com o conceito de território a noção de desenvolvimento territorial que não considere as relações de poder e conflito. Para Brandão (2011, p.59), deve-se reconhecer a impossibilidade de formular uma teoria generalizante fundada em um conceito abstrato “(onde cabe quase tudo)”.

A banalização das estratégias territoriais de desenvolvimento está baseada na fetichização do território, pois pressupõe que ele é dotado de capacidade criar consensos e de poder de decisão em relação a qual a ação pública tem o papel de incentivadora. Nessa abordagem, o território é concebido como o principal regulador das relações sociais e a intervenção pública no território é tida como a panacéia para todos os problemas (BRANDÃO, 2011, p.58).

Vivemos um momento em que todos (agentes privados e públicos) “vão ao território”, no sentido de que suas estratégias são territorializadas, mas o território não é um dado ou um sítio fixado. É uma construção social conflituosa. Uma produção coletiva, dinâmica, multidimensional, com trajetória histórica em aberto. Portanto, as indagações deveriam passar por: Quais atores, agentes e sujeitos? Quais são seus interesses concretos, seus instrumentos táticos e estratégicos? Atuam em que escala espacial? As determinações dos fenômenos estudados se dão em que escala espacial? Em que escala esses fenômenos se manifestam (local, metropolitana, nacional)? Onde estão os Centros de Decisão e Comando determinantes dos “fatos territoriais” sob análise? Após estes e outros questionamentos é que seriam pertinentes as questões territoriais (regionais, urbanas, rurais). (BRANDÃO, 2011, p.60)

No contexto da nova ordem mundial que aproxima o local do global, o território, enquanto espaço usado e habitado, é o palco de conflitos de interesses que se materializam no confronto entre o espaço local (ou banal), “vivido por todos os vizinhos”, e o espaço global (ou rede), “habitado por um processo racionalizador e um conteúdo ideológico de origem distante e que chegam a cada lugar com os objetos e as normas estabelecidos para servi-los” (SANTOS, 2005, p.142). Assim Santos (2005, p.142) afirma o interesse em retornar a noção de espaço banal para contrapô-la à noção de rede com a finalidade de fornecer instrumentos metodológicos para pensar “outra globalização” que restaure a dignidade humana.

Mas a contraposição à noção de rede não indica o desestímulo aos estudos interorganizacionais; as redes são parte do espaço e os estudos sobre o seu funcionamento são fundamentais para ampliar a compreensão dos fenômenos territoriais (GOULART, 2006, p.6). Afinal, é no território onde se dá o encontro contraditório entre o local e a rede (mundo):

“o território, hoje, pode ser formado de lugares contíguos e de lugares em rede: São, todavia, os mesmos lugares que formam redes e que formam o espaço banal. São os mesmos lugares, os mesmos pontos, mas contendo simultaneamente funcionalidades diferentes, quiçá divergentes ou opostas.” (SANTOS, 2005, p.139)

A contraposição entre o espaço banal e a rede consiste na identificação das forças dos vetores de desenvolvimento que formam o território. Para Santos (2005, p.139), “as horizontalidades serão os domínios da contigüidade, daqueles lugares vizinhos reunidos por uma continuidade territorial, enquanto as verticalidades seriam formadas por pontos distantes uns dos outros, ligados por todas as formas e processos sociais”. Os vetores das horizontalidades são forças centrípetas, de agregação em relação a uma base territorial específica; os vetores das verticalidades são forças centrífugas, de fragmentação dessa base.

Para SANTOS (2005, p.139-142), a simultaneidade entre o local e o global cria a possibilidade de novas formas de “acontecer solidários”, nos quais a informação tem a função de ferramenta da união entre as diferentes partes do território: “acontecer homólogo”, “acontecer complementar” e o “acontecer hierárquico”. O acontecer homólogo ocorre a partir da democratização da informação entre as áreas produtivas, urbanas ou rurais, que cria áreas contínuas com semelhanças funcionais. O acontecer complementar ocorre a partir das necessidades modernas de produção e de intercâmbio entre áreas geograficamente próximas, campo e cidade e entre cidades. Em ambos os casos a informação tende a se generalizar e as regras da vida social são (re)formuladas localmente. Já o acontecer hierárquico ocorre

baseado em informação privilegiada e não-compartilhada, formulada fora e que impõe regras rígidas que comandam externamente a racionalidade das atividades produtivas, da vida e do espaço. Os efeitos dessas formas de solidariedade são diversos, dependendo da direção da força dos vetores de desenvolvimento²⁹. “No acontecer homólogo e no acontecer complementar, temos o domínio de forças que são localmente centrípetas, enquanto no acontecer hierárquico o domínio é de forças centrífugas. Há, sem dúvida, um centripetismo, neste último caso, mas é um centripetismo do outro”. (SANTOS, 2005, p.140)

Embora a tendência atual da união dos lugares seja pela via vertical em detrimento da via horizontal, Santos (2005, p.144) acrescenta que a união horizontal pode ser ampliada mediante novas formas de produção e consumo, como no caso do acontecer homólogo de produtores rurais organizados em torno de indicações geográficas que foram capazes de transformar o consumo estritamente econômico em um ato político catalizado pela valorização do diferencial regional

Segundo Cerdan (2013), a relação entre a indicação geográfica e o desenvolvimento territorial pode ser abordado a partir de dois enfoques. O primeiro enfoque, baseado na definição de desenvolvimento territorial proposta por Deffontaines, consiste na “capacidade dos atores situados em um território em enfrentar e controlar a sua evolução futura, resultando em inscrevê-los (assim como suas coalizões) no centro da questão do desenvolvimento do território e dos usos dos recursos e do espaço” (CERDAN, 2013, p.137). Neste sentido, as iniciativas de IG podem contribuir com o desenvolvimento da habilidade dos atores em compreender o contexto em que estão inseridos e participarem da construção de projetos para o território. O segundo enfoque, baseado na definição de Colletis e Pecqueu, o desenvolvimento territorial é sustentado por um processo de especificação do território, ou seja, está relacionado à capacidade de atores locais de valorizarem e se apropriarem dos recursos patrimoniais locais – materiais ou imateriais - a fim de produzir um bem único e intransferível para outra região (CERDAN, 2013, p. 138). Por fim, a autora sintetiza os dois enfoques, que de nenhum modo são antagônicos, e afirma:

“as ações dos atores e de suas organizações coletivas em torno da valorização de ativos culturais e naturais (IG em particular) apresenta-se como um duplo processo de ativação de recursos e de especificação

²⁹ “(...) as horizontalidades são engendradas por forças centrípetas, em articulações homólogas ou complementares, ou seja, que conjugam ações e atividades que atravessam o território, que se espraiam por ele. As verticalidades representam o domínio de forças centrífugas, que se apropriam da informação (e dos recursos), em direção a um cotidiano externo, em fluxo hierárquico, isto é, sob um comando, concentrador de ações e atividades no núcleo do negócio”. (GOULART, 2006, p.12)

do território, além de oferecer dinâmicas de aprendizagens individual, coletiva e institucional.” (CERDAN, 2013, p. 138).

Sendo a indicação geográfica uma indicação utilizada em produtos e serviços que apresentam uma origem geográfica específica e que possuem qualidades e/ou reputação vinculadas a determinada região geográfica, portanto a região cujas qualidades e reputação são reconhecidas preexistem ao registro da IG no INPI. Então pode-se dizer que o registro das indicações geográficas reconhece um direito preexistente³⁰, cabendo às IGs implantarem um estrutura de controle e governança capaz de alimentar o potencial de diferenciação de seus produtos e serviços e de dinâmicas de aprendizado individuais e coletivas.

No caso do Porto Digital, a governança é o fator determinante da inovação institucional e tecnológica. A partir da densidade dos atores envolvidos na IG - que agrega academia, governo e empresas - é possível estabelecer dinâmicas territoriais positivas e duradouras. Para tanto, é necessário superar a percepção que reduz a IG em uma estratégia de promoção da marca e prevalência dos interesses comerciais sobre os interesses das pessoas.

³⁰ Resolução INPI 75/2000. Artigo 1. Parágrafo único. O registro referido no “caput” é de natureza declaratória e implica no reconhecimento das indicações geográficas

REFERÊNCIAS:

ABRAMOVAY, R. Para uma teoria dos estudos territoriais. In: Antonio César Ortega; Niemeyer Almeida Filho. (Org.). Desenvolvimento territorial, segurança alimentar e economia solidária. Campinas: Alínea, 2007, v., p. 19-38.

ACORDO DE LISBOA, para proteção das denominações de origem e seu registro internacional, 31 de outubro de 1958. Disponível em: http://www.marcasepatentes.pt/files/collections/pt_PT/1/5/21/Acordo%20de%20Lisboa-Registo%20Internacional%20DO.pdf. Acesso em: 13 de junho de 2015.

ACORDO DE MADRID, relativo à repressão das falsas indicações de procedência das mercadorias, 14 de abril de 1891. Disponível em: <http://www.fd.unl.pt/Anexos/Investigacao/4527.pdf>. Acesso em: 13 de junho de 2015.

AGREEMENT ON TRADE-RELATED ASPECTS OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS. 1994. Disponível em: https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/t_agm1_e.htm. Acesso em: 13 de junho de 2015.

ALVES-MAZZOTI, A. J. Usos e abusos dos estudos de caso. Cadernos de Pesquisa, v.36, n. 129, p. 637-651, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/v36n129/a0736129.pdf>>. Acesso em: 16 de junho de 2015.

BARBOSA, P. M. S; FERNANDES, L. R. R. M. V.; LAGE, C. L. S. Quais são as indicações geográficas brasileiras? RBPG, Brasília, v. 10, n. 20, p.317 - 347, julho de 2013. Disponível em:« <http://ojs.rbpg.capes.gov.br/index.php/rbpg/article/view/394/338>». Acesso em: 03 de abril de 2014.

BOURDIEU, Pierre. Espaço social e espaço simbólico. In: Razões Práticas: sobre a teoria da ação. 11 Ed. Campinas, SP: Papirus, 1996.

BRANDÃO, C. O campo da economia política do desenvolvimento: o embate com os “localismos” na literatura e nas políticas públicas contemporâneas. In: Territórios e

desenvolvimento: as múltiplas escala entre o local e o global. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2012, p.35-55.

BRANDÃO, Carlos Antonio. Teorias, estratégias e políticas regionais e urbanas recentes: anotações para uma agenda do desenvolvimento territorializado. Revista Paranaense de Desenvolvimento-RPD, n. 107, p. 57-76, 2011.

BRASIL. Lei 5772, de 21 de dezembro de 1971. Institui o Código da Propriedade Industrial, e dá outras providências. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1970-1979/lei-5772-21-dezembro-1971-357860-publicacaooriginal-1-pl.html>. Acesso em: 19 de janeiro de 2015.

BRASIL. Lei 9279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em 28 de maio de 2014.

BRASIL. Ministério das Cidades. Secretaria Nacional de Programas Urbanos Reabilitação de Centros Urbanos/Coordenação Geral de Raquel Rolnik e Renato Balbim – Brasília: Ministério das Cidades, dezembro de 2005. 84 p. Disponível em: <http://www.mp.go.gov.br/portalweb/hp/9/docs/doutrinaparcels_34.pdf>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2014."

BRASIL. Resolução INPI nº 75, de 20 de novembro de 2000. Estabelece as condições para o registro das indicações geográficas. Disponível em: <http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=205193>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

BRESSAN, F. O método do estudo de caso. Administração on line, v.1, n.1, p. 1-13, 2000. Disponível em: < http://www.fecap.br/adm_online/art11/flavio.htm>. Acesso em 16 de junho de 2015.

BRUCH, K. L.. Indicações geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas. In: PIMENTEL, Luiz Otávio; BOFF, Salette Oro; DEL'OLMO, Florisbal de Souza. (Org.). Propriedade intelectual: gestão do conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e

cidadania. 1 ed. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2008. Disponível em: http://nute.ufsc.br/bibliotecas/upload/indica%C3%A7%C3%B5es_geogr%C3%A1ficas_para_o_brasil-_problemas_e_perspectivas.pdf. Acesso em: 20 de janeiro de 2015.

CALDAS, A. S. Novos usos do território: as indicações geográficas protegidas como unidades de desenvolvimento regional. *Revista Análise & Dados*, Salvador, v. 14, 2004

CALDAS, Alcides dos Santos; CERQUEIRA, da Silva; PERIN, Teresinha de Fátima. Mais além dos arranjos produtivos locais: as indicações geográficas protegidas como unidades de desenvolvimento local. *Revista de Desenvolvimento Econômico*. Ano VII • nº 11 • janeiro de 2005 • Salvador, BA. Disponível em: «<http://www.revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/view/91>». Acesso em: 02 de abril de 2014.

CALHEIROS, Guilherme. Estudo da dinâmica dos processos de prospecção e inovação no ambiente das empresas de base tecnológica: caso Porto Digital, Recife, 2009. Dissertação(Mestrado) - Universidade Federal de Pernambuco. Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, 2009.

CASSIOLATO, J. E. & LASTRES, H. M. M.(1999). Sistemas locais de inovação: uma introdução. In: CASSIOLATO, J. E. & LASTRES, H. M. M. *Globalização e inovação localizada – experiências de sistemas locais no Mercosul*. Brasília: IBICT/MCT, 1999, p. 13-33. Disponível em: <<http://www.redesist.ie.ufrj.br/nt.php?projeto=lv31>>. Acesso em: 04 de dezembro de 2013.

CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M. O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas. In: LASTRES, H. M. M. (Org.). *Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, UFRJ/Instituto de Economia, 2003.

CASSIOLATO, J. E.; SZAPIRO, M. Arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais no Brasil. Políticas para promoção de sistemas produtivos locais de MPME: set. 2002. Disponível em: <<http://www.ie.ufrj.br/redesist/NTF2/NT%20CassioMarina.PDF>>. Acesso em: 04 de dezembro de 2013.

CASTELLS, M.; BORJA, J. As cidades como atores políticos. Novos Estudos CEBRAP N.º 45, julho 1996 pp. 152-166. Disponível em: <http://www.acsmce.com.br/wp-content/uploads/2012/10/AS-CIDADES-COMO-ATORES-POL%C3%8DTICOS.pdf>. Acesso em: 25 de março de 2014.

CASTRO, Josué. Um ensaio de geografia urbana: A cidade de Recife. In: Ensaio de Geografia Humana. São Paulo: Editora Brasiliense, 1957. p. 195-280.

CERDAN, C. Indicações geográficas e estratégias de desenvolvimento territorial. In: Indicações geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares. Org: Paulo André Niederle. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2013, p125-150.

COMUNIDADE EUROPÉIA. REGULAMENTO (CEE) N. 2081/92 DO CONSELHO de 14 de Julho de 1992, relativo à protecção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios. Jornal Oficial da União Européia nº L208, p.1-8, 24 de julho de 1992. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:31992R2081&from=PT>. Acesso em 28 de maio de 2014.

CONVENÇÃO DE PARIS PARA A PROTEÇÃO DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL, 20 de março de 1883. Disponível em: <http://www.jpereiradacruz.pt/pdf/CONVENCAO%20UNIAO%20PARIS%20CUP%201883.pdf>. Acesso em: 13 de junho de 2015.

DA VEIGA, José Eli. A face territorial do desenvolvimento. Revista Internacional de Desenvolvimento Local. Vol, v. 3, n. 5, p. 5-19, 2002.

DRUZIAN, Janice Izabel; NUNES, Itaciara Larroza. INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS BRASILEIRAS CONCEDIDAS ATÉ JULHO DE 2012 E IMPACTO SOBRE BENS AGRÍCOLAS E/OU AGROINDUSTRIAIS. GEINTEC-Gestão, Inovação e Tecnologias, v. 2, n. 4, p. 413-426, 2012. Disponível em: <http://www.revistageintec.net/portal/index.php/revista/article/view/55/136>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2015.

FURTADO, C. A operação Nordeste. In: A Saga Sudene: (1958-1959)/ Celso Furtado. – Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado para o Desenvolvimento, 2009a. P29 -71.

FURTADO, C. Formação do complexo econômico nordestino. In: Formação econômica do Brasil: edição comemorativa: 50 anos/ Celso Furtado. Organização: Rosa Freire d'Aguiar Furtado. – São Paulo: Companhia das Letras, 2009b. P 119- 124.

FURTADO, C. O nordeste: reflexões sobre uma política alternativa de desenvolvimento. Revista de Economia Política, Vol. 4, n.o 3, julho-setembro de 1984. Disponível em: <http://www.rep.org.br/pdf/15-1.pdf>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2014.

FURTADO, C. Para o Nordeste: quinze anos perdidos. In: o Nordeste e a saga da Sudene: 1958-1964. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado de Política para o Desenvolvimento, 2009c. p 179-182.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. **São Paulo**, v. 5, p. 61, 2002.

GIRÃO, C. S. Porto digital do bairro do Recife - uma ilha de riqueza em um oceano de pobreza: um Estudo de Caso das Estruturas Virtuais de Acumulação no Brasil. Geo UERJ, v.2, n. 17. abr. 2011. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/geouerj/article/view/1323/1117>>. Acesso em: 03 Dez. 2013.

GOULART, Sueli. Uma abordagem ao desenvolvimento local inspirada em Celso Furtado e Milton Santos. Cadernos Ebape. BR, v. 4, n. 3, p. 01-15, 2006.

GUEDES, Cezar Augusto Miranda e SILVA, Rocio. Agri-food geographical indications, policies, and social management: Argentina, Brazil, and the Spanish experience in the European context. Análise. Social [online]. 2014, n. 211, pp. 408-429. ISSN 0003-2573. Disponível em: http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/AS_211_d03.pdf . Acesso em: 15 de outubro de 2014.

GUEDES, Cezar Augusto Miranda; SILVA, Rocio. Denominações Territoriais Agroalimentares, Políticas e Gestão Social: Argentina, Brasil e a experiência espanhola no

contexto europeu. In: VII Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales. Buenos Aires: Universidade de Buenos Aires, 2011.

GURGEL, Viviane Amaral. Aspectos jurídicos da indicação geográfica. In: Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificados para a competitividade nos negócios. Org. Vinícius Lages, Léa Lagares e Chistiano Lima Braga. – Brasília: SEBRAE, 2005. Disponível em: «<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/livro/NT0003501A.pdf>». Acesso em: 03 de abril de 2014.

HAESBAERT, R. Dos múltiplos territórios à multiterritorialidade. Porto Alegre, set. 2004. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/petgea/Artigo/rh.pdf>>. Acesso em: 13 jun. 2009.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 11. Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

Indicações geográficas brasileiras: Brazilian geographical indications : indicaciones geográficas brasileñas. Hulda Oliveira Giesbrecht, Raquel Beatriz Almeida de Minas, Marcos Fabrício Welge Gonçalves, Fernando Henrique Schwanke. -- Brasília : SEBRAE, INPI, 2014. 264p.

INPI. Lista das indicações geográficas reconhecidas. Brasil, 2015. Disponível: http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/arquivos/lista_com_as_indicacoes_geograficas_concedidas_-_10-03-2015.pdf. Acesso em: 15 de junho de 2015.

JÚNIOR, J. L. T; DE MORAES ROCHA, R. Arranjos produtivos locais: um estudo de caso do arranjo produtivo de informática da região metropolitana do recife/PE. Disponível em: <http://www.neitec.ufsc.br/cd_relatorio/arranjos_produtivos_locais/Artigo_Roberta_e_Lamartine-Informatica_Recife_final.pdf>. Acesso em: 04 de dezembro de 2013.

KAKUTA, S. M. A origem dos produtos como diferencial competitivo. Indicações geográficas: guia de respostas./ Susana Maria Kakuta, Alessandra Lo Iacono Loureiro de Souza, Fernando Henrique Schwanke, Hulda Oliveira Giesbrecht. -- Porto Alegre:

SEBRAE/RS, 2006. Disponível em: http://static2.inovacaoesign.com.br/artigos_cientificos/origem_produtos_diferencial_competitivo.pdf. Acesso em: 10 de janeiro de 2015.

KAUFMAN, D. A força dos “laços fracos” de Mark Granovetter no ambiente do ciberespaço. *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 23, p. 207-218, jun. 2012.

KEGEL, P. L.; AMAL, M.; CARLS, S. A Indicação Geográfica como vetor de desenvolvimento regional e a possibilidade de sua aplicação no setor de cristais artesanais do Vale do Itajaí. In: *Anais do I Circuito de Debates Acadêmicos*. Brasília: Ipea, 2011. Disponível em: [«http://www.ipea.gov.br/code2011/chamada2011/pdf/area7/area7-artigo15.pdf»](http://www.ipea.gov.br/code2011/chamada2011/pdf/area7/area7-artigo15.pdf). Acesso em: 03 de abril de 2014.

LACERDA, Norma. Intervenções no bairro do Recife e no seu entorno: indagações sobre a sua legitimidade. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 22, n. 3, p. 621-646. set./dez. 2007. Disponível: <http://www.scielo.br/pdf/se/v22n3/06.pdf>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2014.

LACERDA, Norma; MENDES ZANCHETTI, Sílvio y DINIZ, Fernando. Planejamento metropolitano: uma proposta de conservação urbana e territorial. *EURE* (Santiago) [online]. 2000, vol.26, n.79, pp. 77-94. ISSN 0250-7161. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612000007900005>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2014.

LASTRES, H. M. M., CASSIOLATO, J. E. LEMOS, C., MALDONADO, J., e VARGAS, M. A. (1999). Globalização e a inovação localizada. In: CASSIOLATO, J. E. & LASTRES, H. M. M. *Globalização e inovação localizada – experiências de sistemas locais no Mercosul*. Brasília: IBICT/MCT, 1999, p. 39-71.

LIMA, Marcos Costa. O conselho deliberativo da Sudene. In: *A Saga Sudene: (1958-1959)*/ Celso Furtado. – Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado para o Desenvolvimento, 2009.

MALUF, Renato. “Atribuindo sentido(s) à noção de desenvolvimento econômico.” In: *Estudos Sociedade e Agricultura*, out. de 2000, vol. 15. Rio de Janeiro: UFRRJ / DDAS / CPDA. pp. 53-86.

MARQUES, J.; LEITE, C. Clusters como novas possibilidades de regeneração urbana e reestruturação produtiva: O caso do Porto Digital, Recife. In: Cadernos de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, v. 5, n. 1, 2005.

MASCARENHAS, Gilberto; WILKINSON, John. Desafios institucionais e organizacionais ao desenvolvimento das IGs no Brasil. :Indicações Geograficas: qualidade e origem nos mercados alimentares/ organizador Paulo André Niederle. – Porto Alegre: Editora UFRGS, 2013. p. 261-285

MINIUSSI, J. T.; MACHADO, S. M; VASCONCELLOS, M.A. pesquisa acadêmica sobre inovação em clusters: situação atual e oportunidades de pesquisa. São Paulo, 2013. Disponível em:<http://www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2013/artigos/E2013_T00410_PCN89437.pdf>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

NERY, N. S.; CASTILHO, C. J. M. de. A comunidade do Pilar e a revitalização do bairro do Recife: possibilidades de inclusão socioespacial dos moradores ou gentrificação. Humanae, v.1, n.2, p.19-36, Dez 2008. Disponível em: <http://humanae.esuda.com.br/index.php/humanae/article/view/59/42>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2014.

NIEDERLE, Paulo Andre. Controvérsias sobre a noção de Indicações Geográficas enquanto instrumento de desenvolvimento territorial: a experiência do Vale dos Vinhedos em questão. In: CONGRESSO DA SOBER. 2009. p. 2009.

NIEDERLE, Paulo André. Indicações Geográficas e processos de qualificação nos mercados agroalimentares. In:Indicações Geograficas: qualidade e origem nos mercados alimentares/ organizador Paulo André Niederle. – Porto Alegre: Editora UFRGS, 2013. p.23-53.

Núcleo de Gestão do Porto Digital – Quinta Reforma do Estatuto Social. Disponível em:<http://dl.dropboxusercontent.com/u/2239600/CESAR/NGPD_ESTATUTO_SOCIAL_Reforma5.pdf>. Acesso em: 04 de dezembro de 2013.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi. A invenção do nordeste e do nordestino. 2007. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/6649/LuciaLippi_XIICBS2007.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi. O Governo de Juscelino Kubitschek: O Brasil de Jk: A invenção do Nordeste. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/JK/artigos/Economia/Nordeste>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2014.

Patrimônio Cultural - Salvador: Vitrine da História. Disponível em: <<http://memorial.org.br/revistaNossaAmerica/22/port/22-salvador.htm>>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2014.

PIRES, H. F. O ciberespaço como estrutura virtual de acumulação: a expansão do comércio eletrônico no Brasil. Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia, v. 6, 2005.

PELLEGRINO, A. C. G. T. O Nordeste de Celso Furtado: sombras do subdesenvolvimento brasileiro. Campinas, 2004. Dissertação (Mestrado em Economia) - Instituto de Economia, Universidade de Campinas.

PONTUAL, Virgínia. Práticas urbanísticas em áreas históricas: o bairro de Recife. Biblio 3w: revista bibliográfica de geografia y ciencias sociales, v. 12, 2007. Disponível em: <<http://www.ub.edu/geocrit/b3w-752.htm>>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2014.

Processo de Revitalização. Disponível em: <<http://www.recife.pe.gov.br/cidade/projetos/bairrodorecife/tx6.htm>>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2014.

Projecto de Texto Ministerial de Cancun. Segunda revision. 13 de septiembre de 2003. Disponível em: http://www.wto.org/spanish/thewto_s/minist_s/min03_s/min03_drafttext2_s.pdf. Acesso em 28 de maio de 2014.

QUERETTE, Emanuel. Local Institutions, Culture and Competitiveness: Porto Digital s Geographical Indication of Software. In: IASP World Conference On Science And Technology Parks, 30, 2013, Recife.

Recife terá um grande datacenter: o empreendimento será voltado para computação na nuvem, como por exemplo, o arquivo de emails. Jornal do Comercio Online, Pernambuco, 05 de janeiro de 2012. Disponível em: <<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/economia/pernambuco/noticia/2012/01/05/recife-tera-um-grande-datacenter--27769.php>>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

RECIFE. Lei nº16.290, de 29 de janeiro de 1997. Aprova o Plano Específico de Revitalização da Zona Especial de Preservação do Patrimônio Histórico-Cultural 09 - Sítio Histórico do Bairro do Recife, estabelece condições especiais de uso e ocupação do solo, cria mecanismos de planejamento e gestão, e dá outras providências. Disponível: <<http://www.legiscidade.recife.pe.gov.br/lei/16290/>> Acesso em: 02 de fevereiro de 2014.

Relatório APL Porto Digital, 2008. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1247146850.pdf>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2014.

Relatório de atividades Projeto Recife-Olinda. Disponível em: <http://www2.portodigital.org/portodigital/ARQUIVOS_ANEXO/recife%20olinda;1007;20070228.pdf>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2014.

Relatório Gerencial 2009 - Porto Digital - Contrato de Gestão Porto Digital - SECTMA, Recife, 2010.

Resposta Técnica: Indicações Geográficas. Sebrae, 2014. Disponível em: <http://www.sebrae2014.com.br/Sebrae/Sebrae%202014/Estudos%20e%20Pesquisas/2014_08_14_RT_%20Maio_Agro_IndicacaoGeografica_pdf.pdf>. Acesso em: 15 de junho de 2015.

SANTOS, Milton. O retorno do território. En: OSAL : Observatorio Social de América Latina. Año 6 no. 16 (jun.2005-). Buenos Aires : CLACSO, 2005. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/osal/osal16/D16Santos.pdf>>. Acesso em 28 de maio de 2014.

SAQUET, Marcos Aurelio. Proposições para estudos territoriais. *GEOgraphia*, v. 8, n. 15, 2010. Disponível em: <http://www.uff.br/geographia/ojs/index.php/geographia/article/view/189/181>. Acesso em 28 de maio de 2014.

SILVA, F. N da; ANJOS, F. S dos; CABEDO, C. L.; Indicações Geográficas: (re)construindo identidades territoriais para o desenvolvimento territorial? Águas de Lindóia/SP: ANPOCS, 2013. Disponível em: <[http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_details&gid=8468 &Itemid=429](http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_details&gid=8468&Itemid=429)>. Acesso em: 02 de abril de 2014.

TENÓRIO, F. G. Desenvolvimento local. In: TENÓRIO, F.G. (org). Cidadania e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: FGV: Ijuí: Ed. Unijuí, 2007. p. 71-104.

Termo de Referência para Política de Apoio ao Desenvolvimento dos Arranjos Produtivos Locais. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1289322946.pdf>. Acesso em: 12 de abril de 2014.

URIARTE, Urpi Montoya. Por trás das fachadas coloridas. Etnografias nos “novos” Bairro do Recife (Pernambuco) e Pelourinho (Bahia) Disponível em: <<http://www.pontourbe.net/edicao7-artigos/128-por-tras-das-fachadas-coloridas-etnografias-nos-novos-bairro-do-recife-pernambuco-e-pelourinho-bahia>>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2014.

VAINER, C. As escalas do poder e o poder das escalas: o que pode o poder local? In Anais: Ética, Planejamento e Construção Democrática do Espaço. IX Encontro Nacional da ANPUR, 2001.

VAINER, C. B. Utopias urbanas e o desafio democrático. Revista Paranaense de Desenvolvimento-RPD, n. 105, p. 25-31, 2003.

VAINSENER, Semira Adler. Recife (Bairro). Disponível em: <http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar../index.php?option=com_content&view=article&id=219&Itemid=1>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2014.

VALENTE, Maria Emília Rodrigues et al. O processo de reconhecimento das indicações geográficas de alimentos e bebidas brasileiras: regulamento de uso, delimitação da área e diferenciação do produto. Ciência Rural, v. 43, n. 7, p. 1330-1336, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cr/2013nahead/a18113cr2012-0405.pdf>. Acesso em: 10 de janeiro de 2015.

Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade : indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios / organizado por Vinícius Lages, Léa Lagares e Christiano Lima Braga. – Brasília: Sebrae, 2005. Disponível em: <http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/livro/NT0003501A.pdf>. Acesso em: 19 de janeiro de 2015.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. Atlas, 1997.

VILLELA, Lamounier Erthal. Estratégias de cooperação e competição de organizações em rede ¿ uma realidade pós-fordista? XXIX EnANPAD, Brasília, set. 2005. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2005. Disponível em: <http://www.estacio.br/revistamade/06_2/artigo2.asp>. Acesso em: 04 de dezembro de 2013.

VILLELA, Lamounier Erthal; PINTO, Mario Couto Soares. Governança e gestão social em redes empresariais: análise de três arranjos produtivos locais (APLs) de confecções no estado do Rio de Janeiro. Revista de Administração Pública-RAP, v. 43, n. 5, p. 1067-1089, 2009.

WEBER, Max. Economia e sociedade. Brasília: Editora UNB, 1991.

YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e método. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZANCHETI S. M. 2005, Development versus urban conservation in Recife a problem of governance and public management . City & Time 1 (3): 2. [online] URL: <http://www.ct.ceci-br.org>

ZANCHETI S.; LACERDA N. 1999. A Revitalização de Áreas Históricas como Estratégia de Desenvolvimento Local: Avaliação do caso do Bairro do Recife. Revista Econômica do Nordeste, v. 30, n. 1, p. 8-24. Disponível em: <http://www.bnb.gov.br/projwebren/Exec/artigoRenPDF.aspx?cd_artigo_ren=110>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2014.

ZANCHETI, S. M. ; MARINHO, G.; LACERDA, N. (Orgs.). Revitalização do Bairro do Recife. Plano, Regulação e Avaliação. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 1998.

ZANCHETI, S. M.; PONTUAL, V. P. O novo padrão de ocupação e construção do espaço da cidade de Recife: 1970-1980. Anais: Encontros Nacionais da ANPUR, v. 4, 1991.

ANEXOS

ANEXOS A – ENTREVISTAS EDITADAS

A.1) Entrevistada: Carla Costa, gerente de articulação de empresas do Porto Digital

Entrevistadora: Gabriela Macedo

Local: Cais do Apolo, 222, 16º andar, Porto Digital, Recife.

Data: 08/08/2014

Horário: 10:30

Duração da entrevista: 21:10

Gabriela: Carla, eu queria que você me contasse um pouquinho da história do Porto Digital, como foi criado e quem participou desse processo.

Carla: O Porto Digital é uma iniciativa que foi pensada pelos três setores - academia, governo e mercado - e tem a sua atuação baseada nesses três setores também. O Porto Digital foi criado em 2000 como uma iniciativa que visava resolver alguns problemas, algumas questões importantes que a gente passava na época aqui em Recife. Uma delas, com relação à academia, era retenção da mão-de-obra qualificada que estava saindo da universidade, terminando os cursos (graduação, mestrado) e estava migrando para o Sudeste ou para fora do país. Uma outra questão dizia respeito ao governo. O governo tinha necessidade de criação de uma nova política pública, mais moderna, baseada na economia do conhecimento, menos atrelada à cultura açucareira, que era muito forte no passado, e o governo também tinha a necessidade de promover a revitalização do bairro do Recife, ou seja, desse bairro aqui.

O Porto Digital é um parque tecnológico aberto, urbano, completamente integrado à cidade, diferente do conceito de parques tecnológicos existentes ou mais usuais na verdade, onde o parque tecnológico é um conglomerado de empresas num centro empresarial ou num condomínio fechado, ou seja, entre muros. Nós, o parque tecnológico do Porto Digital, somos toda a ilha do Recife, mais uma extensão no bairro de Santo Amaro.

Então o Porto Digital surgiu em 2000 com a articulação de pessoas da academia, do governo e do mercado em prol da solução dessas questões: retenção de mão-de-obra, promoção de uma nova política pública e revitalização do bairro do Recife. Então quem estava envolvido? Nós tínhamos professores, pesquisadores, representantes do governo. Na verdade, a viabilidade desse projeto surgiu com a possibilidade do governo aportar recursos na criação de um mecanismo, de uma agência, que viesse resolver essas questões que eu mencionei.

Gabriela: O governo estadual?

Carla: O governo estadual. E assim foi feito. O governo aportou recursos inicialmente e foi criado o parque tecnológico do Porto Digital e em seguida o Núcleo de Gestão do Porto Digital, ou seja, a instituição, a organização social que gere o parque.

Gabriela: E esses professores eram especificamente da área de informática ou eram professores e pesquisadores de outras áreas?

Carla: Não era; não tinha uma área específica não.

Na verdade, o que a gente diz é que o centro de tecnologia, no setor de tecnologia, as pessoas dialogavam com muita naturalidade. O histórico de Recife em tecnologia não se dá em 2000. Na verdade, vem de duas, três décadas anteriores. Então já existia um conhecimento dos problemas do setor, dos obstáculos, o que deveria mudar, para onde deveria seguir. Essas pessoas já dialogavam. Um punhado de pessoas da academia, do governo e do mercado. Por quê? Porque era muito comum e é muito comum hoje professores terem empresas aqui no Porto Digital ou no mercado de tecnologia de Pernambuco e terem passado ou estarem no governo. Existe essa sinergia. Então, por exemplo, Cláudio Marinho, que foi Secretário de Ciência e Tecnologia do Estado, ele também tem empresas no Porto Digital. Já existia essa sinergia, esse diálogo e entendimento de como desenvolver o setor ou da necessidade de desenvolver o setor. Então eram pessoas de várias áreas, empresários, representantes de governo como falei, professores, muito mais do Centro de Informática da universidade federal do que dos demais centros.

Gabriela: Por que o Porto Digital se estabeleceu no bairro do Recife?

Carla: Como eu disse, para promover a revitalização do bairro.

Gabriela: Então na verdade essa política de revitalização, ela puxou o estabelecimento do Porto Digital.

Carla: Sim. Claro que se cogitou estabelecer o Porto Digital perto da universidade. Com certeza isso foi pensado, foi discutido, mas a ideia era que o Porto Digital fosse algo integrado com a cidade e que tivesse articulação com os três setores. Isso não impede e não impediu que nós continuássemos tendo um diálogo próximo, uma atuação próxima com a universidade. Por isso nós somos um tanto diferente de vários outros parques tecnológicos ou incubadoras de empresas. A maioria delas está no campus da universidade, muito próximos da universidade. E o nosso caso não é assim. A universidade é muito longe. Na maioria dos casos, as universidades federais são meio distantes do centro. Aqui é a mesma coisa. E aí sim, pensou-se o Porto Digital aqui para promover essa revitalização do bairro. Revitalização não

só em infraestrutura, mas em atração de empreendimentos, em mobilização de pessoas, em atração de pessoas, de negócios.

O bairro do Recife é um bairro extremamente importante para a cidade. Foi aqui que a cidade começou, que a cidade foi descoberta. Tudo começou aqui na zona portuária do bairro do Recife. Então é uma área muito importante turisticamente para a cidade e em 2000 ela estava degradada, subutilizada. Embora tivesse infraestrutura para receber empreendimentos, isso não acontecia. Era necessário um vetor para mobilizar pessoas, empreendimentos, atração de pessoas, de empreendimentos para cá. Então o Porto Digital foi assim. Uma vez o Porto Digital estabelecido no bairro do Recife, uma série de estratégias ou de ações começaram a surgir. A Prefeitura ofereceu a redução de ISS de 5 para 2% para as empresas de TI que se estabelecessem no parque. Então essa é uma política, uma lei que existe até hoje. Qualquer empresa de tecnologia ou de economia criativa que se estabeleça hoje no território do Porto Digital - que é não mais no bairro do Recife, mas também uma extensão no bairro do Santo Amaro, que fica do outro lado da ponte - pode usufruir desse benefício. Além desse benefício, tinha o próprio fato do Porto Digital, do Núcleo de Gestão do Porto Digital promover a concentração de empresas. Então várias empresas juntas num ecossistema favorecem a colaboração, a atração de novas empresas, as parcerias e contribui para que nós façamos frente a outras agências, governo, governo estadual, municipal, outras agências de fomento à inovação e à tecnologia, em captação de recursos. Então é importante para a gente mostrar: - olha, nós temos um ecossistema com 250 empresas.

Gabriela: Agora são 250?

Carla: 250 empresas e instituições de TI e economia criativa que estão nesse ambiente e a gente trabalha para o desenvolvimento desse ambiente. Então é importante para elas saberem disso.

Gabriela: Quantas empresas estão embarcadas no Porto Digital e qual o perfil delas?

Carla: Nós temos hoje 250 empresas e instituições que trabalham com TI e economia criativa. Não são só empresas. Nós temos instituições de ensino voltadas para a tecnologia, nós temos associações empresariais voltadas para o setor, ou seja, todas essas agências que não são empresas exclusivamente são importantes para o desenvolvimento do setor, para a atração de novas empresas e para a manutenção dessas empresas no parque. Então hoje são 250 empresas e instituições que trabalham com TI e economia criativa. A maioria das nossas empresas é de micro e pequenas empresas. Cerca de 94 e 95% delas. As áreas de expertise delas variam, vai desde inteligência artificial, segurança online, consultoria em tecnologia, design, multimídia, desenvolvimento de software, customização de aplicativo,

desenvolvimento de aplicativo para mobile, para tablet, sistemas neurais, bigdata. Então tem um número grande interessante de áreas.

Gabriela: E em relação à origem?

Carla: Quando nós começamos aqui no parque, nós tínhamos 3 empresas e 45 funcionários nelas. Hoje, 14 anos depois, nós temos 250 empresas e instituições e mais 7100 colaboradores nessas empresas. A grande maioria delas veio ao longo dos anos, depois que o parque foi estabelecido. Essas empresas juntas geram um faturamento de 1 bilhão de reais. Tem empresa que veio de São Paulo, tem empresa que veio de fora, a Microsoft, a IBM, Ogilvy (& Mathers), Accenture...

Gabriela: E elas participam no conselho no NGPD?

Carla: Não necessariamente as empresas do parque participam. Esse conselho é formado 1/3 dos seus representantes do governo, mais 1/3 da academia e 1/3 do mercado. Então sim, tem um número X de empresários, inclusive empresários que estão no parque.

Gabriela: E como ocorre a troca de conhecimento entre as empresas?

Carla: De forma colaborativa. É muito comum a empresa ter uma demanda, um cliente e precisar realizar um serviço que ela não faz. Aí é fácil achar esse tipo de colaboração aqui no porto. Existem também as colaborações em termos de duas, três empresas trabalharem juntas para atender uma demanda “x” de cliente. Acontece mais ou menos nesse sentido.

Gabriela: Eu vi que vocês tinham, mas não sei se vocês têm ainda projetos sociais, o “Informar” e “Na rede”. Eles ainda existem? Pelo o que eu vi no site, eram projetos que iniciaram em 2000 e pouco, com o pessoal da comunidade do Pilar daqui do bairro do Recife

Carla: Ah ta! O programa de qualificação. Sim, nós tínhamos. No momento nós não temos nenhum programa acontecendo efetivamente em termos de qualificação de jovens da comunidade do Pilar, que é uma área de risco, para o mercado de trabalho. O que a gente faz na área de responsabilidade social hoje é desenvolver a conscientização das empresas com a questão dos resíduos eletroeletrônicos, e-waste. Nós desenvolvemos uma cartilha para tratar do assunto, fizemos consultoria, desenvolvemos pesquisa e temos a consultoria trabalhando junto a diversas empresas do parque para promover a conscientização e colaborar para que as empresas desenvolvam o setor de responsabilidade social dentro delas, tomem esse assunto com mais responsabilidade. Mas esses dois programas, eles não estão rodando já faz bastante tempo.

Gabriela: Como ocorre a influência do Porto Digital na transformação urbanística do bairro do Recife?

Carla: O Porto Digital foi criado em 2000. Desde então o Núcleo de Gestão do Porto Digital trabalha articuladamente com o governo na captação de imóveis que estão subutilizados para a revitalização, reforma, revitalização e retorno desse imóvel para o mercado. Toda essa área é uma área tombada. Então a reforma e a revitalização de um imóvel desses saem muito caras e é muito trabalhosa porque tem que atender a determinados critérios do IPHAN e de outras agências. Por isso, é muito difícil a empresa comprar um imóvel desse e promover uma revitalização assim.

Nós temos vários imóveis aqui ainda fechados. Tem lá seus donos, mas eles não querem vender porque estão supervalorizando o imóvel. E a gente trabalha com o governo nesse sentido. Desde que o Porto Digital foi implementado, com a ação direta do NGPD, nós temos esse imóvel reformado (prédio do NGPD). Nesse imóvel aqui, temos a IBM, a Microsoft, a Accenture - as multinacionais - e temos mais várias outras empresas. Nós temos o prédio Portomídia, onde ficam as nossas incubadoras, onde foi o nosso escritório também, nossa base durante bastante tempo. Nós temos um outro imóvel sendo reformado nesse momento, que vai se tornar a nossa aceleradora, de startups, no bairro de Santo Amaro. Temos um outro imóvel sendo reformado perto do Portomídia, pós-produção, que vai ser o Portomídia Produção e esse prédio está em ruínas. Você pode dar uma olhada e ele vai se transformar num prédio igual ao Portomídia que é hoje. Você vai poder comparar os dois. Nós temos um outro prédio na mesma rua, na rua do Apolo, perto do Portomídia, que é um centro empresarial, um prédio empresarial, onde nós vamos alugar as salas, voltar o imóvel para o mercado. O centro global de desenvolvimento da Fiat, por exemplo, vai ficar lá e outras empresas. Nós temos outro imóvel também sendo revitalizado aqui perto. Têm alguns outros em curso de aquisição. Com relação ao ambiente, sempre que a gente faz captação de uma empresa para cá, a gente articula com o governo os incentivos ou a busca por imóvel, por que hoje já não é tão fácil de conseguir um imóvel como era em 2000, 2003, 2005.

Gabriela: Mas como funciona? Vocês compram os imóveis?

Carla: Nós temos alguns comprados, nós temos alguns cedidos pelo governo. Então em termos de revitalização do ambiente, existe um papel muito forte. Existe o Comitê Municipal de Apoio ao Porto Digital dentro da Prefeitura. Isso foi criado porque está em lei. Esse comitê tem o objetivo de dar suporte ao Porto Digital e às iniciativas que promovem a atração de empresas, a melhoria de infraestrutura imobiliária e urbana da cidade, do centro, no território do Porto Digital. Então esse comitê é formado por representantes da Secretaria de Desenvolvimento e Planejamento Urbano da cidade, Secretaria de Turismo, Secretaria Financeira, e outros agentes, representantes do mercado também, empresários. A ideia é

discutir problemas, projetos, ações que visem o desenvolvimento da área e do setor. Então em relação ao ambiente mesmo, a gente tem um papel forte. Tem muito a ser feito, mas comparado com 2000, nós somos uma outra coisa, uma outra cidade, outro território. Porque em 2000, mal tínhamos restaurantes, mal tínhamos empreendimentos, mal tínhamos centros culturais de qualidade, e número que temos hoje. Hoje nós temos cerca de 19 centros culturais no bairro do Recife. Em termos de centros culturais, cinema, teatro, centro cultural mesmo, galeria de arte, atelier. Enfim, é uma mudança muito radical. Em 14 anos, de pouquíssimos centros, teatros, museus, cinemas, nós temos agora mais de 20. Na verdade temos mais de 20. Então ouve uma revitalização forte. O cidadão vem para o bairro no domingo passar o domingo, passear, andar de bicicleta. Existe um trabalho forte para isso, da Prefeitura, do próprio Porto Digital.

Gabriela: Vocês participam de algum conselho municipal?

Carla: Sim, em algumas instâncias sim. Por exemplo, existe no Conselho de Turismo. Em termos de ações voltadas para o desenvolvimento do setor nós temos participação sim. Nós somos um dos principais vetores de desenvolvimento econômico da cidade e do Estado. Então sim, a gente está bem presente junto com os nossos representantes em várias ações.

A2)

Entrevistado: Guilherme Calheiros, diretor de inovação do Porto Digital

Entrevistadora: Gabriela Macedo

Local: Cais do Apolo, 222, 16º andar - Porto Digital, Recife

Data: 08/08/2014

Horário: 11:00

Duração da entrevista: 18:26

Gabriela: Guilherme, eu queria que você falasse um pouquinho como foi criado o Porto Digital, e os atores que participaram dessa decisão.

Guilherme: O Porto Digital surge de uma convergência de interesses comuns que vieram da academia, do poder público e do mercado a partir das empresas de tecnologia da informação que aqui existiam, que em conjunto começaram a trabalhar na construção de uma política pública que viesse a apoiar o desenvolvimento do setor de tecnologia da informação aqui no Estado. Então o Porto Digital nasceu dessa construção, de se buscar uma política pública e essa política pública se estruturou a partir de um parque tecnológico. E para operar esse parque foi criada uma instituição chamada Núcleo de Gestão do Porto Digital que é uma organização social, entidade privada sem fim lucrativo, que firma contratos de gestão com o Estado para operar políticas públicas não exclusivas. Então a gente opera e faz a gestão do parque tecnológico que foi definida para funcionar no bairro do Recife. Então desde a sua origem conceitual e de mobilização, até hoje há uma participação conjunta de representantes da academia, do poder público e das empresas na gestão do parque. Isso é representado hoje no nosso conselho de administração.

Gabriela: E por que o Porto Digital decidiu se estabelecer no Recife Antigo?

Guilherme: Isso teve um direcionamento muito forte por parte de Claudio Marinho, que era o Secretário de Ciência e Tecnologia na época, urbanista, e que conseguiu convencer todos que estavam à frente do projeto do Porto Digital de que ao invés de você construir um condomínio empresarial ou um condomínio para laboratórios e empresas próximo ou dentro das universidades, como funcionam normalmente os parques tecnológicos, devessem se estabelecer aqui no bairro do Recife, que é um bairro histórico, é um bairro simbólico para a

cidade do Recife e que estava degradado, com muita área disponível a baixo custo, além de ser uma área central e uma ilha, o que facilita o entendimento do contexto de espaço.

Como urbanista ele viu que se a gente vai fazer uma política pública de desenvolvimento do setor, porque não vincular essa política pública também ao resgate urbanístico de uma área histórica da cidade através dos investimentos que vão ser feitos, ao invés de investir e construir algo novo, recupera algo histórico? Você tem os prós e os contras nisso tudo. E obviamente os prós demonstraram ao longo dos anos que foi a melhor estratégia e a melhor decisão que poderia ter sido tomada pelo Porto Digital em qualquer tempo. Primeiro porque isso traz um simbolismo muito grande para o porto para ser pensado e conhecido pela cidade e pelo Estado. Se você faz uma política pública de desenvolvimento de um setor a partir de um parque tecnológico, essa mesma política pública está resgatando um bairro, dinamizando um bairro, está devolvendo um bairro histórico e muito simbólico para a cidade. Então isso é muito forte para gente no que tange a imagem do Porto Digital. Por outro lado, tem toda a parte de infraestrutura. Então se a gente ocupa uma área da cidade e interage com a cidade, você também herdou toda a infraestrutura que já existia de saneamento, toda a infraestrutura de iluminação pública, até toda a infraestrutura de energia. Então se eu faço um condomínio, eu tenho que fazer todo o saneamento do condomínio, toda a infraestrutura viária, a infraestrutura de transporte, que já existia no bairro. Possui deficiências? Sim. Mas já existiam. Então não tinha que criar uma nova linha de transporte urbano, nenhuma nova infraestrutura urbana para esse novo parque tecnológico porque ela já existia. Porque o bairro já operava, com as suas deficiências, mas ele já operava. Então você herdou isso já na estrutura da cidade. Essa decisão foi muito acertada porque a gente conseguiu ao longo dos anos ocupar o bairro, não só com empresas de tecnologia da informação e economia criativa, que são empresas vinculadas diretamente ao parque, mas também com atividades que vieram se incluir na cadeia produtiva dessa duas áreas, ou seja, escritórios de advocacia, escritório de contabilidade, que prestam serviços a essas empresas ao longo da cadeia, como comércio, como restaurante, como lojas e serviços que vieram ocupar o bairro devido à retomada econômica do bairro. Então essa foi a decisão de ter vindo para cá e não para qualquer outro lugar da cidade do Recife.

Gabriela: E como surgiu a ideia de criar o selo de indicação geográfica do Porto Digital?

Guilherme: O selo casou diretamente com três interesses que a gente tinha quando a gente buscou o selo, que é inclusive a própria compreensão da existência de uma indicação de procedência que é: proteger a marca e aqueles que a utilizam; ao mesmo tempo, promover a marca, você reconhece e protege essa marca, você projeta essa marca; e definir padrões para

quem utiliza a marca, para quem utiliza o selo. Então com isso a gente conseguiria preservar a marca e a imagem do Porto Digital legalmente, a gente conseguiria projetar essa marca para o Brasil e para o mundo, e a gente conseguiria definir critérios mínimos de qualidade de diversas áreas e atributos que as empresas deveriam ter para poder receber esse selo. Como a gente é um parque urbano e aberto, então a gente não tem restrição de entrada de empresas. Como a gente está cravado dentro de um bairro da cidade, eu não tenho como dizer se a empresa faz ou não parte do Porto Digital a partir do nível de inovação e de qualidade que essa empresa tem. Se a empresa tecnologia de inovação, independente do seu porte, independente de seu produto e serviço que oferece, de qualidade ou não, ela passa a ser embarcada. Então como eu forço ela a aumentar seus níveis de competitividade? É a partir de um selo. É a partir de eu dizer: uma empresa para obter o selo de indicação de procedência do porto digital precisa atingir uma série atributos vinculados a cinco áreas, que a gente considera como áreas estratégicas para ganhar competitividade no mercado. Você já deve ter acesso a essa comunicação.

Então tem a parte de atributos de inovação, os atributos de qualidade de produção, os atributos de qualidade de capital humano, os atributos de mercado, de relacionamento e os atributos de responsabilidade socioempresarial. As empresas precisam desenvolver um nível mínimo de atributos nesses conjuntos, nessas linhas, para poder obter o selo. Então a indicação de procedência nesse sentido casou perfeitamente. Por ter sido a primeira indicação de procedência para serviços. foi um grande desafio para a gente e para o próprio INPI que comprou junto com a gente esse desafio de aprender a montar um processo que pudesse reconhecer uma região de indicação de procedência na área de serviço.

Gabriela: E quais foram os atores, instituições que participaram desse processo?

Guilherme: A gente teve o apoio do CNPQ, do SEBRAE e do governo do Estado diretamente para obter o selo de indicação de procedência.

Gabriela: Vocês que buscaram essa ajuda?

Guilherme: Isso. Como o Porto Digital trabalha? A gente trabalha a partir da elaboração de projetos, captação de recursos e implementação de estratégia e de resultados para o nosso ambiente. Então a gente definiu que era estratégico para a gente obter essa indicação de procedência. Elaboramos um projeto de captação de recursos, nós submetemos isso para o CNPQ, para o SEBRAE e para o governo do Estado. Os três apoiaram essa iniciativa, financiaram uma série de custos envolvidos com a obtenção desse selo. Com isso foi possível obter esse selo, com o apoio do CNPQ, SEBRAE e governo do estado.

Gabriela: E como foram decididos os critérios?

Guilherme: Teve um estudo, um trabalho que a gente desenvolveu aqui com consultores, com especialistas da universidade e do mercado que levantaram que atributos seriam importantes para serem definidos como estratégicos para as empresas da área de tecnologia da informação do nosso ambiente. Foi todo um trabalho. Demorou meses para a gente discutir esse trabalho.

Gabriela: Quanto tempo?

Guilherme: Não me lembro. Devem ter sido seis meses de trabalho, de discussão, de rodada de teste, de validação. Construiu o conceito, levou para as empresas, levou para o ambiente, discutiui, reajustou, colocou de novo até afinar ele, discutiui com INPI, discutiui com o SEBRAE, que já tinha uma experiência muito longa na parte de indicação de procedência, mas não para serviço. Então teve uma discussão muito forte com diversas pessoas para chegar nos atributos finais, os quais foram submetidos ao INPI para aprovação.

Gabriela: E existe atualmente alguma empresa preparada para receber o selo?

Guilherme: Cinco empresas estão pré-qualificadas para obter o selo.

Gabriela: Eu cheguei ver numa reportagem do Estadão sobre isso, mas quando eu conversei com a Carla, a Carla disse que isso ainda não tinha avançado muito, que ainda estavam fazendo um processo de avaliação etc.

Guilherme: Isso. Teve um pouco de limitação na parte de recursos e a gente está retomando isso agora.

Gabriela: E as multinacionais podem participar desse processo?

Guilherme: Pode. Qualquer empresa embarcada no Porto Digital pode obter o selo de indicação de procedência. Provavelmente as multinacionais terão maior capacidade de atingir os atributos porque são empresas já consolidadas, já estabelecidas. Então os critérios mínimos de qualidade e de atendimento eles vão atender.

Gabriela: Está ótimo. E uma das questões que é relevante, principalmente na questão da indicação geográfica aqui no bairro do Recife antigo, é a capacidade de influenciar na transformação urbana. Então como tem acontecido essa transformação urbana?

Guilherme: Por que a gente decidiu implantar o parque tecnológico no bairro? O bairro tinha área disponível, tinha área não pronta, não estabelecida para se trabalhar. Você tinha diversos imóveis, casarios, prédios que estavam abandonados ou estavam em condições precárias, que com algum investimento se conseguiria atrair empresas. Então criou-se uma infraestrutura básica, se criou os dutos de conexão para passar cabo de fibra ótica no bairro, você montou os empresariais iniciais, trouxe o CESAR, como instituto de pesquisa para cá. E com isso a gente estabeleceu as condições mínimas para começar a atrair empresas, para começar a adensar o bairro com pessoas e empresas e começar a dinamizar isso aqui. E fizemos o trabalho da parte

de promoção da marca do Porto Digital para atrair investimentos, como toda a parte de gerar benefícios para aqueles que aqui estavam - benefícios fiscais, benefícios tributários e benefícios de programas e projetos de apoio ao empresário de melhoria da qualidade de software, programa de melhoria do processo produtivo, de qualificação de pessoas. Então você for ver os cinco atributos os quais a gente exige que a empresa tenha para a obtenção do selo, nos cinco atributos nós temos dezenas de projetos de suporte às empresas para aquelas que não tenham os atributos poderem se qualificar para obtê-lo. A gente tem o atributo que a empresa precisa tem um nível básico de controle do processo produtivo e tem um programa de melhoria do processo produtivo e certificação MPS-BR. Se a empresa trabalha numa determinada linguagem de programação precisa ter pessoas qualificadas e certificadas naquela linguagem que ela trabalha. Então temos programa de certificação e de qualificação pessoas. Se a empresa diz que a empresa é inovadora, que produz inovação, a gente tem programa de incentivo de desenvolvimento e fomento à inovação. A gente diz que a empresa tem que ter projetos e ações de responsabilidade socioempresarial - precisa ser empresa responsável com ambiente, com o espaço e o serviço que ela está produzindo - e a gente tem um projeto e uma ação específica de responsabilidade socioempresarial para as empresas. A gente tem uma exigência de uma relação com o mercado, a gente tem toda uma estratégia, um trabalho de construção de acesso aos mercados estruturados e apoio a internacionalização. Para cada um dos atributos, a gente tem projetos e serviços que dão suporte a isso. Com isso você torna o ambiente atrativo para atrair empresas, atrair investimentos produtivos, sejam que não estavam na ilha, estavam em outras áreas da cidade de Recife, seja de outros estados, seja de outros países. Com isso, se essas empresas vêm, elas precisam ocupar um espaço. Se esse espaço está degradado, ela precisa requalificar. E qual é a maior importância de requalificar um espaço como esse quando uma empresa recupera? Porque ela mantém. Independente do investimento público. Então eu recupero um imóvel que está caindo e não mantenho atividade sustentável lá dentro daquele prédio e que depois de 10 anos aquele prédio já está em ruína novamente porque eu botei lá um museu, botei lá um instituto que mal consegue pagar seu custeio e muito menos manter o seu investimento para manter a infraestrutura daquele prédio. Então como você colocou dentro dos prédios históricos, dentro da região, atividades produtivas sustentáveis, então eles recuperam esse imóvel, mantém esse imóvel em operação, num nível de qualidade de operação no bairro de Recife. Então quanto mais empresa eu trago, mais imóveis eu consigo requalificar e mais imóveis eu devolvi para a cidade. Sejam empresas diretamente, como eu lhe disse, da área de tecnologia e informação e economia criativa, ou sejam empresas como restaurantes, como bares, como serviços que vem pela

reocupação da ilha. Então eu entendo que a política de desenvolvimento urbano veio a partir daí. Uma vez que eu reativei a ilha economicamente, eu reanimei isso aqui, aos poucos se verifica ao longo desses 14 anos de operação do Porto Digital o conjunto de imóveis e de requalificação que você tem no bairro a partir do investimento privado e público porque eu reocupe e eu tenho que melhorar a iluminação pública, tenho que melhorar estrutura viária, preciso melhorar a estrutura de segurança urbana e daí por diante. Então devolvo um bairro histórico para a cidade a partir de uma atividade econômica que foi fomentada para esta região.

A3) Entrevistado: Jarbas Vasconcelos (PMDB). Ex-prefeito de Recife (1986-1988; 1993-1996), ex-governador de Pernambuco (1999-2006), atual Senador de Pernambuco (2007-_),

Entrevistadora: Gabriela Macedo

Entrevista – Via Email

Postagem das questões: 19 de agosto de 2014

Postagem das respostas: 15 de Setembro de 2014

Gabriela: Como o sr. Senador define as principais potencialidade e fragilidades da cidade de Recife durante as décadas de 1980 e 1990, período em que foi prefeito da cidade?

Jarbas: Infraestrutura para o transporte coletivo e educação eram fragilidades importantes nos anos 80 e 90. Havia um problema de morros, com deslizamentos mortais, mas conseguimos melhorar muito isso. Não tínhamos aeroporto e o porto de Suape andava a passos lentos. Também melhoramos muito. Hoje o Recife tem o melhor aeroporto do Brasil, que ajuda muito nos negócios (a revista EXAME traz matéria sobre a sua importância para criar um ambiente que atrai empresas para Pernambuco). Entre as potencialidades, sempre tivemos boas universidades, com a UFPE, a Rural e a UPE. Isso foi fundamental para a criação do Porto Digital, hoje o maior e melhor parque tecnológico urbano do Brasil.

Gabriela: Qual(is) foi (foram) o seu(s) principal (is) desafio(s) como prefeito da cidade de Recife?

Jarbas: Infraestrutura urbana (drenagem e sistema viário) e revitalização do Centro da cidade. O Porto Digital, implantado no bairro do Recife durante a minha gestão como Governador em 2000, só foi possível porque começamos a revitalização do bairro na minha primeira gestão como Prefeito, de 1986 a 1988.

Gabriela: Quando e porque começou-se a pensar em investir no setor de tecnologia da informação e comunicação em Recife?

Jarbas: Começamos a apoiar as empresas de TI do Recife já em 1993. No Governo do Estado, depois de visitar a UFPE e ver de perto o empreendedorismo do professores e aluno do Centro de Informática, vi que era a hora de apoiar mais efetivamente o setor, aceitando a proposta

feita pelos professores e pela Secretaria de Ciência e Tecnologia para investir no bairro do Recife para atrair novas empresas e revitalizar a área. Em 2000, havia apenas 2 empresas de TI no bairro do Recife, hoje são mais de 250, empregando 7 mil jovens.

Gabriela: Já como governador de Pernambuco, como se deu o processo de elaboração de uma política voltada para o investimento no setor de tecnologia da informação e comunicação? A priori imaginava-se instalar um parque tecnológico em área de preservação histórica ou isso foi uma contingência?

Jarbas: Foi uma ideia amadurecida desde a minha segunda gestão na Prefeitura. Houve um planejamento criterioso, razão maior do sucesso do projeto.

Gabriela: Quais eram os consensos e dissensos relacionados a essa política?

Jarbas: Sempre houve uma grande convergência entre o Governo, as empresas de TI e a universidade. Isso foi fundamental.

Gabriela: Como o sr. Senador relaciona tecnologia e desenvolvimento?

Jarbas: Sempre tive a convicção, como gestor público, que a educação de qualidade e a tecnologia são peças chaves para o desenvolvimento. Nenhuma nação desenvolvida pode prescindir das duas.

Gabriela: Por fim, qual é o principal desafio para o desenvolvimento de Pernambuco atualmente?

Jarbas: Continua sendo a educação de qualidade em tempo integral, formando jovens qualificados para o mercado de trabalho cada vez mais exigente. Além disso, é preciso ver que somos um Estado 85% urbano, com cidades grandes e médias exigindo mais atenção dos governos, em especial para o problema da mobilidade urbana. Sem uma infraestrutura adequada para o transporte público e privado, fica difícil atrair empresas e criar mais empregos para os pernambucanos.

A4)

Entrevistado: Cláudio Marinho, ex-Secretário de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente de Pernambuco (SECTMA/PE), ex-Secretário de Planejamento do governo de Pernambuco (SEPLAG/PE) e atual empresário da empresa de consultoria Porto Marinho.

Entrevistadora: Gabriela Macedo

Local: Rua da Guia, 142, Recife Antigo, Pernambuco

Data: 00:40:21

Gabriela: Cláudio, como surgiu o projeto de criação do Porto Digital e o que ele tem a ver com a política estadual de ciência e tecnologia da época?

Cláudio Marinho: O Porto Digital surge lá atrás, ele surge em 2000 efetivamente como uma política pública estadual que articulava interesses da política pública de ciências e tecnologia e inovação com a academia e com as empresas. Então ele é tipicamente o que na literatura se chama de um projeto Triple Helix, que envolve os três componentes, academia, empresa e governo e se caracteriza especialmente por estar tratando de um território muito particular, como o lugar que se propôs instalar um parque tecnológico na área de tecnologia da informação que é o centro da cidade, mais ainda o centro urbano do Recife, o centro histórico do Recife, a ilha do Recife onde nasceu a cidade.

Então o que explica o Porto Digital, é um esforço que já vinha também da prefeitura do Recife em outra fase já nos anos 80 de revitalização do centro urbano do Recife, o centro histórico - 85, 86 -, tudo isso na administração do então prefeito Jarbas Vasconcelos, depois governador duas vezes, duas vezes prefeito e duas vezes governador. A ideia vai lá longe e tem a ver com pessoas, comigo em particular por ser parte da equipe de Jarbas como prefeito e como governador; tem a ver também com Silvio Meira da UFPE que procurou a prefeitura no segundo mandato de Jarbas como prefeito em 93 para articular um apoio para a criação do Softex, e eu fui o elemento de conexão e depois fui coordenador do Softex.

Em 93 já tinha projetos de pesquisa, desenvolvimento, criação de empresas, empreendedorismo, no Centro de Informática da UFPE e Silvio Meira era um dos líderes e surge o CESAR nesse processo. E eu trabalhava na Prefeitura na área de informática, era superintendente adjunto da empresa municipal de informática que se chama Emprel. A

Emprel foi o lugar em que o Softex teve seu primeiro abrigo e eu fui o coordenador adjunto do Softex.

Tem uma conexão que vai anterior aos anos 80 por causa das políticas de revitalização. Então é importante tentar explicar esse seu objeto de tese, porque para chegar a uma denominação de origem tem que ir lá atrás para a visão de território da política pública, tem que ter uma certa geografia humana. O meu papel nisso em particular. Eu já vinha da área de planejamento urbano, eu sou engenheiro civil, mas fiz mestrado em planejamento urbano, eu participei como diretor de planejamento da prefeitura, na chamada empresa de urbanização do Recife, durante os anos 80 - 86, 87- na primeira iniciativa de revitalização do centro da cidade. Eu coordenava esse projeto, e nós destacamos a Ilha do Recife como um lugar adequado para começar, até pela preservação mais ou menos rigorosa que já existia na época do casario.

Gabriela: Já havia o registro de tombamento?

Cláudio Marinho: Já! O tombamento vem em 78 através de um decreto corajoso da prefeitura, não era nem prefeitura eleita, era o prefeito Gustavo Krause, ele decreta o tombamento da área, não é tombamento exatamente, é preservação da legislação, o tombamento vem pelo IPHAN depois, mas tinha a preservação rigorosa. Então só poderia ter alguma instalação aqui de empresa ou de qualquer uso se tivesse mandado especial por um órgão da prefeitura, que eu dirigia. O prefeito então na época aceitou a ideia de um projeto de revitalização. Então a origem do Porto Digital nesse lugar histórico está enraizada nos anos 80.

Eu vou portando isso, do governo municipal para o governo estadual. Nos anos 90 com a Softex, conexão já com empresa de informática, nós tivemos em 97 e 98 a ideia de montar o ITBC, que seria talvez a “incubadora do Porto Digital”. Em 97/98 pelo Softex nós conseguimos da prefeitura a cessão deste imóvel, que era uma ruína de uma antiga gráfica da Indústria Pilar de Biscoitos que fica aqui no bairro. A prefeitura tinha esse bem e cedeu com autorização da Câmara para fazer aqui o Information Technology Business Center, o ITBC, que era a ideia de trazer empresa de informática para o centro da cidade para um prédio histórico e tal. Então a incubadora da ideia do conceito do território estava aqui nesse prédio, então nós tentamos, não conseguimos financiar a pesquisa para inovação, empresa, nós não conseguimos recursos.

Quando o governador Jarbas se elege em 98, 99, eu vou ser o secretário de ciência e tecnologia dele, e como secretário de ciência e tecnologia eu já vou levando a ideia de ir para o centro da cidade e aqui instalar empresas de informática, já com uma articulação muito

maior com o Silvio Meira do Centro de Informática, com as empresas, a Softex, a SERPRO. Nós propusemos ao governador e ele aceitou investir uma parte do dinheiro, bem pequena. Se você olhar a capacidade de alavancagem do porto, na época eram 33 milhões de reais que eu tinha do orçamento do estado para investir, por exemplo, na reforma desse prédio, criação e comprar imóveis antigos como o do NGPD, um casarão aqui que virou Porto Mídia agora na Rua do Apolo, que é a joia da coroa do Porto Digital em termos da política da economia criativa. Então esses dinheirinhos iniciais tem uma capacidade enorme de alavancagem, você não vai encontrar paralelo em qualquer desses investimentos em parques tecnológicos, que foi dinheiro na veia, dinheiro público que entrou nisso, naquele começo de 2000, para criar esses imóveis, manter a unidade de gestão do parque tecnológico, que era o núcleo de gestão, uma organização social.

É uma história muito particular, não é trivial você encontrar o que está encontrando aqui, e isso que vai explicar inclusive a aprovação do selo. É uma área histórica, um investimento inicial pequeno, ousado, que é uma área em decadência. Tinha o Porto de Suape, tinha muitos imóveis vazios, complicados, porque são coloniais, problemas de herdeiros, séculos aqui, mais o desejo de aproveitar a área preservada, revitalizar.

Eu gosto de dizer que tem três binômios que fazem parte da estratégia de lançamento do Porto Digital muito simples. A a indústria de TI, que é o primeiro binômio, ela precisa de visibilidade em escala, de pequenas empresas, para poder crescer precisa estar num ambiente adequado para isso, um ambiente, portanto, um território, um lugar para as pessoas da política pública, para poder ter aspas o Vale do Silício, precisa ter um ambiente adequado, com talentos, com ferramentas adequadas, capital de risco para financiar. Então como nós não tínhamos na região periférica como o nordeste, tinha que fazer um esforço de política pública ali, criar política pública é fundamental na partida. Era preciso visibilidade em escala, precisava sair da “garagemzinha”, para usar uma imagem. O segundo binômio que a gente dizia é que você precisava ter aqui um ambiente que você tivesse a possibilidade de cooperação entre as empresas que são pequenas. Faz tempo isso, tem uns quinze anos nessa história quase, cooperação e um outro termo que a gente usava, por exemplo, um encontro fortuito. É muito comum nessas áreas de inovação em território ter a ideia que você tem que ter um encontro fortuito, era articulação e cooperação, para que pudesse provocar um encontro de talentos, que de um encontro de ideias diferentes pudessem surgir projetos inovadores. Então essa ideia que hoje eu vejo com muito mais clareza aqui no ambiente do Porto Digital que você ia almoçar ali ia encontrar gente dos mais diversos lugares. Outro dia jovens de uma escola israelita de São Paulo tinham vindo ver a sinagoga, um turista peruano,

um outro que descobre que isso aqui tem museus, e tem empresas de software e tal. A ideia de ter esse outro binômio que era de cooperação e encontro fortuito. Cooperação no sentido formal, para as empresas conseguirem estabelecer parcerias estratégicas, para poder crescer.

E o último binômio era tecnologia e cultura, que você pudesse fazer conviver aqui no ambiente charmoso a indústria do futuro como a história da cidade, a cultura rica do Recife.

Isso você vai expressar como indicador o número de blocos de carnaval criado pelas empresas, deve ser uns 20, 30, 40, sei lá quantos, eu pelo menos acho que tem uns vinte. Aqui é o carnaval. Essa convivência do jovem talento ter o estímulo de ficar no Recife e não precisar sair, e criar sua própria empresa. Em 2000 tinha duas empresas de TI aqui, hoje nós temos mais de 250 empresas, pequenas, grandes, atraídas, Microsoft, outras mais, as empresazinhas geradas nas incubadoras por iniciativa da moçada. Então essa história ela vai contar para você como é que surgiu, a importância da política pública.

Tudo isso que eu estou dizendo é uma narrativa necessária para você entender porque nós entramos lá no momento que esses malucos resolveram achar que um negócio tão diferenciado desses pode valer uma denominação de origem. Não é trivial sair e encontrar um lugar como esse que que você tenha esse encontro de variáveis tão diversas, e daí deve surgir algo diferente, porque tem que ser denominado.

Gabriela: E qual era a noção de inovação?

Cláudio Marinho: Primeiro, nós estamos antenados com a teoria e com a prática de fazer inovação, isso por conta da universidade, sem nenhuma dúvida. O centro de informática é um verdadeiro ambiente, a gente chamava até o nome ecossistema de inovação, que tinha incubadoras, a incubadora Recifebeat, na época acho que era uma brincadeira com o movimento mangue beat. O pessoal é muito bom de ciar siglas, especialmente Silvio Meira, então beat, que é mangue beat, de todo um paralelo que tem que ser feito do que acontecia nos anos 90 aqui, o movimento mangue beat, Chico Science, essa moçada da universidade, maracatu, tudo isso, a classe média se apropriando de uma cultura que é uma cultura popular e reprocessando o caso do Chico Science, e outros, maracatu e classe média. Tem uma história que precisa ser contada para entender isso aqui, tem gente que escreve sobre isso, se você fizer busca na internet vai ver gente escrevendo exatamente sobre isso, há muita produção sobre isso.

No centro de informática você tinha um conceito e a prática de projetos inovadores, conceitos que estava conectados com a teoria Triple Helix, por exemplo, era uma coisa que era comum para a gente, vinha na teoria, os ambientes de inovação, Vale do Silício, em Boston, ou que

seja qualquer outro, vinham professores que tinham vivido isso no centro de informática, formados no exterior, e produziam, tinham literatura sobre isso. Então o Porto Digital, o ambiente do Porto Digital permitiu a eles, esses professores que empreenderam junto com o governo, comigo na época, o Silvio Meira e outros. Fábio Silva foi uma pessoa fundamental, um professor do centro de informática, foi o primeiro gerente do Porto Digital, foi ele que começou a implantar, fazer a reforma dos imóveis e de fato levar o conceito à prática, o conceito de um ambiente de inovação no centro urbano, um parque tecnológico muito *sui generis*, no centro da cidade e tal, um parque tecnológico aberto. Eu sugiro, para você entender isso melhor, que pegue a literatura produzida no encontro da IASP aqui, e IASP, International Association for the Study of Pain, ele aconteceu aqui o ano passado, em 2013.

Gabriela: Isso está na internet?

Cláudio Marinho: Procure lá, você vai ver vários papers sobre ambientes de inovação urbanos, porque o tema foi science parks shaping new cities, isso é interessante para sua área de pesquisa, porque é exatamente o tema, science parks shaping new cities. A ideia foi do Porto Digital. Parque tecnológico tradicionalmente está dentro da universidade, como o Fundão no Rio de Janeiro. Nós estamos no centro da cidade, é um parque aberto, onde é que fica? Onde está o parque, qual é o portão, quem é o porteiro? Não tem.

Inovação é uma coisa que a gente tinha na veia na teoria e na prática do dia a dia, e criou um laboratório para esses professores aqui. O CESAR veio para cá, Silvio Meira puxou eles para cá para conviver com tudo isso que eu falei há pouco, um ambiente de tecnologia e cultura. Isso foi fundamental para retroalimentar a pesquisa, ter viabilizado as pesquisas tratando do tema tem muito a ver com esse acúmulo de teoria e prática, uma política de inovação, no território. Isso nunca foi dissociado do território, mas o território tem importância, o lugar, eu tenho toda uma reflexão sobre lugares, isso uma vertente mais de planejamento urbano, minha maneira de fazer cidade é baseada minha visão é baseada em paisagem, textura e afeto, formas de fazer cidades.

Então a paisagem tem importância nesse ambiente, a textura, contato com a história, com a escala humana da cidade que a cidade colonial permite, você poder caminhar, toda essa história que está vindo de Walkability, Bikeability, a bicicleta está entrando na recuperação de tema das cidades como lugar, como lugar que a gente quer, discussão das cidades, todo movimento que tem, Ocupe Estelita, tudo isso que está acontecendo no Recife está tudo enraizado numa história de urbanismo. Se você quiser olhar para Nassau, a invasão holandesa, a primeira cidade planejada das Américas é o Recife, foi 1634, Maurício de Nassau, faz o

desenho da cidade Mauricio, que ele queria implantar aqui, e tem uma tradição de vários séculos de urbanismo no Recife, no século XX você vai encontrar coisas muito interessantes no modernismo, a Avenida Guararapes, abertura, a própria abertura dos Boulevard do Bairro do Recife, Marquês de Olinda, Rio Branco, que leva o marco zero, que demole em 1910, 1920, o casario colonial para fazer isso, toda essa tradição urbanística a gente está incorporando, essa ideia de poder fazer isso só, assim, sem falsa modéstia, só poderia acontecer no Recife e no Rio de Janeiro. Mas no Rio de Janeiro tardiamente, agora no Rio Porto maravilha, que é a revitalização daquela área é numa escala diferente, evidentemente, mas o que a gente está fazendo aqui, criar um centro cultural no topo do prédio, a gente tem nove centros culturais aqui, aquilo era um banco, eu sugiro você visitar o centro cultural da Caixa.

Gabriela: Já fui, muito legal.

Cláudio Marinho: Tem clarabóia, a visita ao prédio já é importante, porque era um banco. Eu gosto de dizer isso é o indicador de sucesso também no Porto Digital. Nós transformamos quatro prédios de banco em prédios de empresas de TI, são quatro prédios de bancos, um que você visitou, o Bandepe, depois Santander, que ainda é no térreo, aquele prédio inteiro era do banco do estado, o governo cedeu ao Porto Digital. Você vai ver logo que nos prédios das empresas do Porto Digital só tem o térreo com o banco, tem outro que virou uma escola, escola do Porto Digital, era o Banco Econômico, o banco Citibank, é no térreo e tem toda a parte superior e empresas, tem um que era do banco Itapu e foi comprado pelo CESAR. Essa revitalização, reabilitação urbana para outros usos, todos esses conceitos que estão voltando “à moda” na discussão do urbano, do que é a cidade que nós queremos viver. Aqui temos um belo de um laboratório para isso, então a inovação nossa não é só na tecnologia, na empresa processos, produtos, é na própria criação do lugar, o lugar que estimula inovação à criatividade. Tem um lugar que você vai almoçar, tomar um café e vai encontrar gente de todo mundo, vai ter uma experiência de uma exposição que abre, em evento que seja, e não é um lugar isolado na universidade, pega o Fundão, por exemplo, essa é a ideia.

Gabriela. É verdade. Agora, você falou de alguns artigos seus. Eles estão disponíveis na internet?

Eu escrevo. Eu não sou da academia, eu venho da gestão da política pública, durante vinte e oito ano. A Porto Marinho é uma empresa de consultoria, desde 2006 nesse sala. Estou me apropriando do Branding, meu nome é Claudio Marinho, mas eu trabalho em consultora para

empresas, gestão estratégica da inovação, cenários etc. Esse é meu negócio hoje, a Porto Marinho, e eu sou residente, eu gosto de dizer, no Porto Digital, a minha porta está aberta para você e para outros para contar essas histórias, que eu já sou parte dessa história aí. Então eu não escrevo, de vez em quando alguém me pede, mas eu tenho preguiça para escrever, então deve ter alguma coisa minha, talvez tenha lá atrás mesmo, mas é outra experiência era na Emprel ainda, mas se fizer uma busca assim, Claudio Marinho entre aspas, Recife, vai encontrar mais coisas.

Gabriela: Foi assim que eu encontrei o site da Porto Marinho, mas nunca encontrei nenhum texto.

Cláudio Marinho: Texto não vai encontrar.

Gabriela: E esse que você falou sobre paisagem, textura e afeto. Eu fiquei curiosa.

Cláudio Marinho: Isso é uma apresentação. Tu mandaste um e-mail e eu vou ver se eu consigo. Ela precisa ser escutada, porque é uma conversa com alguns slides.

Gabriela: Já existia um consenso sobre os benefícios que a instalação de um parque tecnológico traria em termos de revitalização urbana ou foi algo construído ao longo do tempo?

Cláudio Marinho: Não. É muito difícil falar essa coisa porque eu era portador disso, eu tinha exercitado o conceito de revitalização nos anos 80, nos anos 90. No ano 2000, o negócio foi levado mais lá para do governo. Vamos, vamos trazer a universidade, vamos trazer Softex, empresas e outras coisas, além do investimento da revitalização. Eu e Silvio Meira formulamos a chegada do Porto Digital e ele insistiu que a gente poderia fazer isso na várzea ou então na Universidade Federal de Pernambuco. A várzea da universidade é um enclave num bairro residencial que nunca mudou. Aí nós fomos procurar algumas coisas ali, perto da Sudene, alguma coisa para instalar o que seria o Porto Digital, não tinha esse nome ainda, instalar um aglomerado de empresas. No momento que Silvio se irritou com a burocracia da universidade que sempre complica a vida de todo mundo, e eu fiz a pergunta: - Silvio, me diga um restaurante aqui em volta da universidade onde a gente possa levar um visitante de uma empresa. Ele disse: - Se olhar não tem mesmo não, você vai ter bons restaurantes para tomar cerveja e tal, comer uma coisinha rápida. Mas você não tem um ambiente de centralidade urbana, que é fundamental. Em alguns outros lugares você vai ter isso. Parques empresariais que não tem alguma centralidade, eles estão construindo centralidades, esse é um

fenômeno bem curioso, para poder reter talentos. O jovem precisa sair, e vão para onde? Vão ficar dentro ou vão só para cafeteria, ou vão não sei o que. Eles estão mudando radicalmente a forma, vamos dizer assim, de estabelecer esses novos empreendimentos que possam atrair talentos, e a centralidade, o lugar onde você vai encontrar a rua, restaurante onde vai encontrar as pessoas normalmente no controle corporativo isso é um valor, é algo que é agregado à capacidade criativa dessa moçada. Então eu vi muitas mudanças radicais em ambientes internos e externos de empresas. O objetivo da viagem para o Vale do Silício era só isso, era, por exemplo, os ambientes de trabalho para tornar uma coisa mais *Google like* e você ter uma coisa mais solta na maneira de sentar, as paredes que você pode escrever, eles estão tirando tudo que é forro clássico para deixar uma coisa meio *undermaking* e as paredes todo mundo pode escrever, é como se fosse um jardim de infância, criar um ambiente para estimular a inovação e tal.

O binômio era tecnologia e cultura, quer dizer, o contato dessas empresas que são empresas da economia do futuro, economia digital, com a história do Recife com a riqueza do Recife, com arquitetura, com ambiente. Daí eu chego à textura, onde estão valores, está na origem, estão comigo, e foram sendo entendidos, absorvidos e nós evoluímos juntos, os professores.

Gabriela: Na época quais foram os maiores desafios para instalação do parque tecnológico em área de preservação?

Cláudio Marinho: Muitos. Ainda são hoje por conta das leis rigorosas e felizmente são rigorosas para fazer reforma desses imóveis. Esse aqui levou doze anos, e olha que tinha dinheiro público, levou doze anos por conta da exigência de manter essa fachada, mas nós resolvemos enfrentar isso porque isso é um valor que se incorpora, senão você não teria vindo aqui, entendeu? Essa a razão, você ia para outro lugar, Santa Catarina para ver um parque dentro da universidade. Isso aqui tem uma razão e resolvemos enfrentar e reformamos cinquenta mil metros quadrados, isso é um resultado significativo, cinquenta mil metros quadrados foram reformados por essas empresas.

Gabriela: Como você avalia os resultados da política estadual de ciência e tecnologia da época que deu origem ao Porto Digital?

Cláudio Marinho: Ela teve uma decisão estratégica, eu fui o autor dela como secretário, eu fui secretário por oito anos. A escolha estratégica de um segmento dentro da universidade a área de TI, que era mais empreendedora, e concentrar todo esforço nisso. Nós não tínhamos bolsa na época para academia, o dinheiro que tinha era para financiar política pública que chegava

às empresas tanto aqui quanto no interior, então era dois pontos, o parque tecnológico daqui e os centros tecnológicos no interior, cada um associado a uma cadeia produtiva, isso é outra história, mas é assim, foi feita uma escolha nessa época aí.

Gabriela: Mas o que você acha desses resultados dessa política?

Cláudio Marinho: Eu defendo com resultados. Nesse caso aqui é evidente o resultado e os outros cada vez mais hoje, que algumas coisas no interior começam a amadurecer. A reclamação dos empresários, eu acompanho por que eu sou consultor, é que esse centro tecnológico que nós criamos, são cinco, eles precisam cada vez mais ser voltados para a indústria, que de alguma forma são aprisionados por programas mais acadêmicos, ou não vinculados à cadeia produtiva. Então eu acho que está amadurecendo agora, agora que está chegando a hora de o que nós conseguimos aqui, conseguir no interior também, tanto que o governador atual pediu a Porto Digital para levar o que eles estão chamando de armazéns da inovação, que são unidades que encapsulem essa ideia do Porto Digital para duas cidades, para Caruaru e para Petrolina. Então está conseguindo já exportar para o interior.

Gabriela: E como você avalia a contribuição do Porto Digital para o fortalecimento de APLs no estado de Pernambuco?

Eu acabo de dizer, ele hoje passa a exportar para os APL e interior a experiência daqui. Quando eu falo cadeia produtiva que é termo que a gente usava no interior, leia-se APL, então o APL do gesso, da agricultura irrigada, laticínio, confecções, cada uma associada ao diferencial da região.

Gabriela: E por último, na sua opinião, quais são os maiores desafios do setor de tecnologia e informação de Recife e Pernambuco atualmente?

Cláudio Marinho: Ganhar escala. Nossas empresas precisam crescer, são muito pequenas, empregam bastante gente, sete mil pessoas nessas duzentas e cinquenta empresas, é significativo, gente qualificada, um salário médio mais alto da região e tal, mas a gente precisa crescer. Precisamos ser comprados, entrar no mercado de venda de empresas bem sucedidas, *start ups* que começam a ser promissoras e alguém vem e compra como a Google comprou o Whatsapp por dezesseis bilhões de dólares. Nós não temos nenhum caso de compras de alguns milhões de dólares, mas precisam ser compradas, algumas empresas já foram compradas de professores da universidade e tal e bem vendidas, cresceram.

A5)

Entrevista via email

Entrevistado: Péricles Negromonte – Analista do SEBRAE/PE.

Enviada em: 17 e 18 de novembro de 2014.

Recebida em: 17 e 18 de novembro de 2014

Gabrila: Péricles, quando e como o SEBRAE/PE recebeu a demanda de apoiar o processo de concessão do selo de indicação geográfica do Porto Digital?

Péricles:Foi através do convênio que tinha na época com o NGPD.

Gabriela:No que consistiu o apoio do SEBRAE/PE nesse caso?

Péricles:Apoiar financeiramente a contratação de consultoria para elaboração da documentação de defesa do selo.

Gabriela: Foi necessário fazer adaptações para atender o setor de serviços? Se sim, quais foram as adaptações relativas à norma e conceito?

Péricles:Não tenho essa informação, procurar Guilherme Calheiros – NGPD.

Gabriela: O SEBRAE/PE participou do processo de elaboração dos critérios do Porto Digital para uso do selo? Como?

Péricles: Não participou

Gabriela: Como foram construídos os critérios de uso do selo de indicação geográfica do Porto Digital?

Péricles:Não tenho essa informação, procurar Guilherme Calheiros - NGPD

Gabriela: Quais foram as maiores dificuldades encontradas nesse processo?

Péricles: Não tenho essa informação, procurar Guilherme Calheiros - NGPD

Gabriela: Quais foram as potencialidades percebidas pela instituição?

Péricles:Não tenho essa informação, procurar Guilherme Calheiros - NGPD

Gabriela: Quais são as expectativas da instituição em relação à possibilidade de incentivar as indicações geográficas de serviços?

Péricles: É o segundo setor que o sebrae apoia (frutivicultura e TI), entendemos como uma ação de fortalecimento dos arranjos, tendo em vista o acesso a mercados e construção de uma imagem fortalecida das empresas que participam do arranjo.

Gabriela: Acredita que a indicação geográfica de serviço pode promover desenvolvimento territorial? Como?

Péricles: Sim, através do fortalecimento da imagem das empresas e dos serviços e produtos que fazem parte do seus portfólios

Gabriela: Na sua opinião, quais são os fatores determinantes na consolidação das IGs de serviço no Brasil?

Péricles: Creio que o principal fator seja a maturidade do mercado demandante, através de uma estratégia de seleção de fornecedores que tenham padrões definidos de produção que atendam requisitos de qualidade.

Gabriela: Para concluir, lembro que comentou que normalmente o SEBRAE acompanha as IGs depois do registro, mas no caso do Porto Digital isso não ocorreu. Por quê?

Péricles: Decisão administrativa.

Gabriela: Essa decisão administrativa foi baseada em quê?

Péricles: Não sei te responder. Creio que seja por motivos estratégicos.

A6)

Entrevistado: Luiz Cláudio de Oliveira Dupin, coordenador de fomento e registro de indicações geográficas do Instituto Nacional de Propriedade Industrial.

Entrevistadora: Gabriela Macedo

Local: Rua São Bento nº 1, 18º andar.

Data: 08 de outubro de 2014.

Horário: 14:00

Duração: 00:50:13

Gabriela: Para começar, eu gostaria que você falasse um pouquinho do contexto no qual as indicações geográficas surgiram no Brasil.

Dupin: Você sabe que indicação geográfica é um conceito que nasceu basicamente na Europa e foi desenvolvido mais no século XX, principalmente na França. Na França tem um dos sistemas legislativos mais pioneiros. Foi o francês que surgiu mais ou menos com Champagne através de uma demanda dos produtores por uma demarcação das terras e uma proteção ao vinho espumante. Mas antes disso a gente já tem a Convenção de Paris (CUP), que se falava em repressão às falsas indicações de procedência. Nessa ocasião, em mil oitocentos e cinquenta e pouco, devido ao aumento do comércio internacional, começa a surgir a necessidade de uma proteção maior à propriedade intelectual, principalmente dos países líderes naquela ocasião, a França, Inglaterra, e como eles estão aumentando os seus mercados e os países de terceiro mundo começam também a se preocupar com a proteção à propriedade intelectual. O Brasil foi um dos primeiros signatários. Na Convenção de Paris você tem proteção ao direito de autor, proteção às patentes, às marcas, entre outras cita-se a repressão às falsas indicações de procedência para tentar evitar as cópias e a pirataria principalmente daqueles produtos que já atingiram um grau de reputação mais alto, basicamente os vinhos europeus e principalmente aqueles da Europa Latina, Portugal, França, Itália e Espanha, que já tinham uma tradição que advém do império romano na produção de vinhos e de produtos com determinadas características.

Então isso evolui para o acordo de Madrid ainda no século XIX, que ressalta a necessidade de proteção à repressão as falsas indicações de proveniência. O Brasil também é signatário desse acordo e em princípio por pressão de Portugal que é um produtor tradicional de vinhos.

O próximo evento importante na França, como eu te falei, já no início do século XX, aproximadamente em 1914, o pessoal da região de Champagne começa a pressionar por uma legislação que proteja os vinhos feitos na região. Eles delimitam a região e ali a gente tem nascendo as primeiras indicações de origem, com uma estruturação mais voltada para ao que atualmente se chama indicação geográfica. Esse modelo ele foi bastante exitoso na França e depois transbordou para outras áreas, outros setores, como, por exemplo, os laticínios, queijos e etc.

Então a OMPI no pós guerra, acho que em 1958, temos o acordo de Lisboa, que é um acordo sobre proteção às denominações de origem. Esse é um acordo que ele é administrado pela OMPI onde integram vários países que aderiram a esse acordo, eles tem produtos de denominação de origem e é mais ou menos um sistema internacional de proteção. Os países trocam informações e listas e se protegem mutuamente. O Brasil não faz parte e esse acordo de Lisboa não teve muita aderência. Acho que hoje deve ter no máximo uns vinte e sete países que aderiram a esse acordo.

Depois outro marco que eu acho que é o marco mais importante com relação à propriedade intelectual é o acordo da OMC, que é o chamado TRIPS. Aí nós já temos um cenário mais contemporâneo que você tem um aumento das trocas comerciais devido à globalização, a intensificação da globalização, devido à melhoria dos transportes e comunicação, tem uma interpenetração de mercados. Os países detentores de propriedade intelectual, os países centrais pressionam o comércio internacional para aumentar o nível de proteção à propriedade intelectual e surge o acordo da OMC, TRIPS, que ele tem um patamar mínimo de proteção à propriedade intelectual no mundo considerando direitos de autor, patentes, marcas e também indicação geográfica. O Brasil é signatário desse acordo. A princípio ele viria a internalizar o acordo de TRIPS com a lei de 96. O acordo de TRIPS é de 94, e o Brasil, na onda de abertura comercial, introduz algumas novidades na nossa lei e passa a proteger patentes de medicamentos que até então não se protegia, se protegia apenas processo, passa a proteger também as moléculas, alimentos, também acho que organismos geneticamente modificados e indicações geográficas que passa a ser o título da nossa lei e passa a gozar de uma possibilidade de registro que até então não existia. Então, veja, na legislação nacional o termo indicação geográfica tem internalizado a partir da lei de 96, então daí começa nossa história sobre indicação geográfica. De 96 para cá o Brasil tenta internalizar o conceito. A

nossa legislação não internaliza literalmente o acordo TRIPS que tem uma definição sobre indicação geográfica. O Brasil resolve adotar outro tipo de definição. Bom, nesse caso nós temos, se não me engano no título quatro das indicações geográficas, que define aqui no Brasil a ideia de indicação geográfica que é um conceito lato, um conceito mais amplo. Enquanto que TRIPS define o que é indicação geográfica, aqui no Brasil indicação geográfica é quando você indica a origem geográfica de determinado produto ou serviço, e a TRIPS diz que indicação geográfica são indicações utilizadas em produtos cujas qualidades e características se devam ao seu meio geográfico. Já o Brasil define indicação geográfica atribuindo a definição a duas espécies, indicação de procedência e denominação de origem. É basicamente aqui que se define bem a diferença entre como você trata o assunto em outros países e aqui internamente no Brasil.

Então esse conceito de indicação de procedência é um conceito anterior à TRIPS, é aquele local que ele ficou conhecido por fabricar, produzir, extrair algum produto. Era muito utilizado para proteção de vinhos. Aqui no Brasil faz parte definição da indicação geográfica, e a outra espécie seria denominação de origem, que é o nome geográfico que designa o produto ou serviço cujas qualidades e características se devam ao meio geográfico. Então ele está mais próximo da definição de TRIPS, mais próximo também do que é feito na França e nos países europeus, que é aquele produto que ele guarda em si determinada distintividade em relação a outros devido ao seu local de produção. Aqui no Brasil a legislação fala em serviços enquanto que no acordo de tríplice não se fala em serviços, são só produtos.

Gabriela: Como e por que o setor de serviços foi incluído na legislação e nas ações de indicação geográfica?

Dupin: E tenho para mim que no código da propriedade industrial anterior, que é de 71 se não me engano, já se falava em indicação de procedência e já se falava em serviços naquela época. Então eu acho que quando se internalizou as definições de indicação geográfica, se copiou do que já vinha sendo feito. Então nós temos aqui no código da propriedade intelectual a definição de indicação de procedência, então eu acho que o que o legislador foi pegar esse conceito. Não se introduziu nenhuma novidade, só se pegou essa definição e passou a se definir isso como uma das possibilidades de indicação geográfica, e aqui já falava em serviço. Para efeito desse código considera-se lugar de procedência o nome da localidade que seja notoriamente conhecido como centro de extração, fabricação de determinada mercadoria, produtos, mercado, marcas, destino. Isso aqui era uma forma de você evitar o pedido de marca para determinado local que havia se tornado notoriamente conhecido, a questão do serviço eu

acho que ele está muito mais relacionado com o fato da nossa legislação ter um cunho repressivo, ela evita você utilizar determinados nomes de locais que se tornaram conhecidos por alguma atividade econômica. então o legislador nesse caso, quando ele inclui serviços, é para evitar que solicitem marcas que possam fazer referência a esses locais. Como marcas serve tanto para serviços quanto para produtos, então você pode explicar a adição dessa atividade econômica para indicação de procedência para evitar conceder marcas para serviços, porque a legislação de marcas estabelece que você pode ter marcas de produtos e marcas de serviços. Então outro fato importante que você pode mencionar é que aqui nas disposições preliminares da lei no artigo segundo, ele fala que os direitos relativos a propriedade industrial ela tem um cunho de interesse social e desenvolvimento tecnológico no país e se efetua mediante concessão de patente ou registro de desenho industrial, registro de marcas e repressão às falsas indicações geográficas. Então, a propriedade intelectual e industrial tem como fator marcante a possibilidade de você excluir terceiros de utilizar determinados signos, ou no caso de inventos, e a nossa legislação ela tem esse cunho. Então indicação geográfica aqui no Brasil, para efeitos de propriedade intelectual, ela tem esse viés de repressão. Isso aqui não está ligado, diferentemente de países europeus, não está ligado a uma estratégia, por exemplo, de desenvolvimento, ou uma estratégia de valorização, por quê? Isso aqui advém do acordo de TRIPS, onde os países centrais pressionaram os países em desenvolvimento para aumentar os níveis de proteção à propriedade intelectual. Por isso eu considero que a nossa lei tem um cunho repressivo. Apesar de no artigo segundo falar que é para o desenvolvimento social, econômico e tecnológico, você observa nitidamente que a preocupação do legislador é o ambiente onde você protege essa propriedade intelectual e, como o Brasil na ocasião não tinha indicações geográficas, pelo menos não sabia ao que se referia, eu acho que ela vem atender à esse pleito principalmente dos países detentores desses ativos intelectuais.

Bom, o tempo passa e o que serve para fora serve aqui para dentro, e a gente começa a trabalhar esse conceito de indicação geográfica para beneficiar os produtores, mas o que a gente observa é que a gente esbarra na falta justamente de uma política. Enquanto na Europa você tem uma política de desenvolvimento rural que valoriza os produtos regionais, os produtos locais, aqui no Brasil você não tem esse viés no caso agrícola, e você observa que a nossa legislação é muito genérica e muito aberta, ou seja, ela abarca todas as áreas das atividades econômicas, não só os agroalimentares, como é na Europa. Você então possibilita o registro como indicações geográficas e todo aquele efeito econômico que possa ser atribuído a uma origem, então aí inclui também serviços.

Gabriela: Acha que essa legislação de 96 foi uma resposta à demanda externa?

Dupin: Sem dúvida.

Gabriela: Não uma demanda interna.

Dupin: Não, de forma alguma. Na época nós temos uma forte abertura de mercado, principalmente nos países periféricos, devido a uma demanda que na ocasião, sem viés político, por uma abertura comercial no mundo e demandado principalmente pelas empresas dos países centrais que querem atingir novos mercados. Elas pressionam esses países em desenvolvimento para abrirem seus mercados e nós temos todo aquele movimento de liberalização da economia. Nós temos aqui no Brasil os governos de Fernando Collor e Fernando Henrique, tem diminuição da proteção interna dos mercados e você começa a receber produtos importador com a ideia de que isso iria trazer uma concorrência e uma melhor inovação no mercado interno. Esse é um argumento, mas existe um argumento muito forte de que os países centrais em busca de novos mercados eles querem liberalização dos seus mercados. Então a nossa lei da propriedade intelectual reflete esse movimento que já vem desde a década de noventa que culminou com o acordo da OMC no qual os países aderentes passam a ter que aumentar o nível de proteção da propriedade intelectual. Se você antes tinha uma economia fechada e passou a ter uma economia mais aberta, porque o mercado internacional pressionou, então é uma demanda externa. Existem benefícios buscando uma competitividade no mercado interno? Sim, é uma retórica que também é factível. Mas eu acho que isso não teria acontecido se não fosse uma pressão da comunidade internacional, da comunidade comercial internacional. Isso você pode verificar com todos os movimentos feitos a partir da década de noventa, aumento do comércio internacional e um aumento das trocas. Aumentando as trocas, você quer um nível de proteção para os seus ativos intelectuais, era natural que isso acontecesse.

Gabriela: A instituição, o INPI, apostava em alguma atividade econômica específica para o setor de serviços para receber a indicação geográfica?

Dupin: Não, eu creio eu não.

Porque como eu lhe falei o legislador quando ele fez essa lei, no meu entender ele tem esse cunho mais repressivo e acho que a ideia de se introduzir serviços era mais para proteger de repente a possibilidade de você pedir marcas relacionadas a serviços de locais que tinham uma certa notoriedade.

Gabriela: E como é que o INPI recebeu essa licitação do Porto Digital?

Dupin: Foi o primeiro pedido de indicação geográfica para serviço; foi uma novidade total, tanto é que nós tivemos que criar as formas de examinar essa demanda. Mas particularmente eu acredito que você tem um local que gera um determinado serviço que agrega valor e quer se distinguir de outros parecidos. Então na indicação geográfica o registro oficial, o reconhecimento como um local que se tornou conhecido, eu acho que é uma forma de você proteger. Embora eu ache que no caso do Porto Digital, o interesse era de se destacar, utilizar isso como uma referência para o mercado de que ali existia uma diferenciação dos seus serviços em relação aos outros parecidos. Então foi uma experiência interessante e única até o momento.

Gabriela: E por que o INPI aprovou o pedido de concessão do Porto Digital?

Dupin: A nossa legislação é muito sintética. Ela define o que é uma indicação geográfica por essas duas espécies e estabelece como se define cada espécie, indicação de procedência, aquele local que tenha se tornado conhecido como centro de extração, produção ou prestação de determinado serviço. A artigo 82 no parágrafo único, a lei estabelece que o INPI determinará as condições de registro. O INPI então vem desde 96 estabelecendo uma série de regras para que seja possível o registro da indicação geográfica. Então você atendendo as condições de registro do INPI e a lei estabelecendo possibilidade do serviço, o INPI vai registrar. Nós aqui no INPI não fazemos a lei, quem faz a lei é o legislativo, o INPI aplica a lei, dentro de um entendimento de que isso vá trazer algum nível de proteção e também algum retorno a sociedade. Analisando sob esse aspecto, o registro do Porto Digital como indicação de procedência está totalmente dentro das condições estabelecidas, não havia como você não aceitar isso.

Gabriela: Vocês participaram do processo de elaboração dos critérios de avaliação.

Dupin: Não, os critérios de definição já estão estabelecidos a partir do momento que a lei dá ao INPI a responsabilidade de estabelecer as condições de registro. Então o INPI estabeleceu as condições de registro para qualquer tipo de demanda de indicação geográfica, desde que não seja nada que atente contra a lei. Se você seguir as condições de registro, você pode conceder o registro. Na realidade eles tiveram que se adequar às condições do INPI, não o INPI às condições deles.

Gabriela: Conversando com eles, eles me mostraram o regulamento de uso no qual eles definiram alguns critérios - inovação, capital humano, relação com o cliente, a questão do mercado - e que a partir desses critérios eles iam definir se a empresa poderia receber o selo ou não. Estou perguntando em relação a esses critérios do Porto Digital para realmente conceder o selo para a empresa.

Dupin: Na realidade, o registro ele tem um cunho de proteção daquele nome, daquele signo distintivo. Em resumo para que serve o registro? Registro serve para você definir quem pode e quem não pode usar determinado signo distintivo. No caso das marcas é aquela empresa que solicita o registro, no caso da indicação geográfica nós temos aqui uma região, um local, esse local é definido como uma área territorial delimitada. Nós entendemos que o uso da indicação geográfica é restrito aos produtores que estão naquela região delimitada. Isso diz a lei. Então existe uma demanda de uma coletividade para esse registro para evitar que aquele nome que se tornou conhecido seja utilizado para fora dos limites. Uma das condições que o INPI estabelece para o registro é que tem que existir um substituto processual dessa coletividade de empresas, ou seja, nós entendemos que o Porto Digital é uma região, não é uma administração. É uma região e ali existem várias empresas que reunidas elas formam uma associação ou algum empreendimento que no caso é designado como Porto Digital, parece que é uma entidade jurídica. E essa entidade jurídica ela tem o legítimo direito e o interesse em proteger esse signo aqui chamado de Porto Digital. Então o INPI solicita que na demanda para o registro você tenha que estabelecer essa representatividade das empresas. Isso foi o que nós falamos para eles na ocasião, você tem que definir quem são essas empresas, que são as empresas reunidas que querem o registro. Eles mostraram que existem empresas que se interessam, eles criaram o que você chamou de selo, que na realidade para a gente indicação geográfica é o nome do local. Se você quer atrelar isso a um determinado signo, um selo, por exemplo, isso é de responsabilidade exclusiva dos produtores, se ele quer agregar algum tipo de regulamento a esse selo continua sendo responsabilidade desses produtores ou prestadores de serviços organizados, porque no final das contas indicação geográfica protege o nome do local, o restante é só condições para registro.

Bom, então dentro da sua pergunta sobre a gestão, sobre a forma como vai se regular a utilização desse selo ou não isso é de responsabilidade única e exclusiva dos produtores, o que o INPI pede como condição para o registro é que isso seja estabelecido e seja aberto a todos os produtores que estão no local.

Gabriela: E foi necessário fazer alguma alteração na norma ou conceito de indicação geográfica ao longo desse processo?

Dupin: Indicação geográfica, pelo que define a lei é o nome geográfico que se tornou conhecido ou aquele que designa um produto ou um serviço que tem características locais. O cunho da proteção é você dar a exclusividade do uso desse nome para aqueles que estão envolvidos naquela região delimitada. Uma das condições para o registro é você ter uma delimitação também. A questão sobre a forma como você vai criar regulamentos, certificações, isso é algo complementar a indicação geográfica, porque a ideia principal é apenas proteger aquele nome. Se existem condições de uso desse nome, isso é da responsabilidade dos próprios produtores que estão envolvidos nessa demanda. O INPI não entra nesse mérito sobre que tipo de certificação, que tipo de regra vai utilizar, a gente só solicita para condição de registro que exista alguma definição de como vai ser utilizado esse nome geográfico, basicamente isso.

Geralmente a norma serve para todos. Nós não alteramos na norma em função de demanda de um determinado setor. Nós aplicamos a lei, o INPI não faz a lei, a não ser as nossas condições de registro que são internas. A lei é bastante sintética e ela define algumas coisas. Então tudo que está aqui na lei, o INPI respeita dentro das condições de registro, quer dizer, a gente não pode extrapolar o que está aqui. A mudança da lei ela só pode ser feita através do congresso.

Gabriela: E as multinacionais podem receber o selo de indicação geográfica? Podem participar desse processo?

Dupin: Sim, eu acredito que todas as empresas que estejam naquele local produzindo. O artigo 182 da lei estabelece o seguinte: o uso da indicação geográfica - leia-se indicação geográfica o nome geográfico - é restrito aos produtores e prestadores de serviços estabelecidos no local, exigindo-se ainda em relação à denominação de origem o atendimento de requisitos de qualidade. No caso da indicação de procedência, qual é o requisito para você utilizar a indicação geográfica? É você estar no local produzindo, não existe nada aqui na lei que você possa fazer algum tipo de qualificação. A gente não entra nesse mérito. Conclusão, todas as empresas que estão instaladas ali formalmente pagando seus impostos e dentro do regulamento criados pelos próprios produtores e prestadores de serviços locais podem usar ou não esse selo. Veja, o nome geográfico, é bom fazer uma distinção entre o selo e a indicação geográfica em si nada mais é que um nome geográfico. O nome geográfico é restrito a todos aqueles que estão no local. O INPI reconhece apenas o local como indicação geográfica, não existe uma titularidade dada ao gestor da indicação geográfica para regular o uso do nome

geográfico. O INPI reconhece a região como indicação geográfica e o uso dessa indicação geográfica é restrito aos produtores que estão no local. O selo, esse signo distintivo criado pelo requisitante que está atrelado a um regulamento e normas, isso é de responsabilidade deles, mas o uso desse nome é restrito a todos que estão ali, independente se vai usar selo ou não vai usar selo.

Gabriela: E quais foram as maiores dificuldades para atender o depósito do Porto Digital?

Dupin: Na nossa instrução normativa, nós solicitamos, por exemplo, que seja um nome geográfico. Isso foi um dos problemas também, porque para a gente não entendia o que era Porto Digital. Eles explicaram que Porto Digital fica no Recife Antigo e foi nomeado pela prefeitura de Recife como essa região chamada Porto Digital. Isso é uma exigência nossa, o nome e a delimitação deve ser feita por um órgão oficial, ele tem que existir, você não pode inventar. E eles comprovaram isso. No regulamento do uso o nome geográfico foi estabelecido através dos critérios que eles criaram. O instrumento oficial que delimita área a geográfica foi expedida pela prefeitura de Recife. A parte figurativa é de responsabilidade dos próprios demandantes. E tem também que comprovar que o local ficou conhecido, no caso da indicação geográfica. Eles comprovaram que existiu desde a década de oitenta todo um movimento que levou a uma certa distinção do local por prestar esse serviço. A estrutura de controle, você tem que comprovar que os produtores estão naquele local. A dificuldade básica que nós encontramos foi como você caracterizar esse serviço, por exemplo, eles trouxeram uma lista de não sei quantos serviços de TI. Eu falei, caramba, como a gente vai caracterizar isso. Então eu acho que a grande dificuldade para serviços é você caracterizar o serviço, o que é soluções de TI? Isso foi um problema, e nós solicitamos que eles descrevessem uma lista de todos os serviços ali, isso está no processo, e está definido todos os serviços que eles consideram como aqueles que representam a indicação de procedência. Eu acho que talvez tenha sido o entendimento mais complicado, porque você caracterizar um produto, ele é amarelo, ele é redondo, ele é alto, ele é baixo, o serviço ele é imaterial, então caracterizar isso é um complicador.

Gabriela: E quais são as expectativas em relação ao Porto Digital após essa concessão de indicação geográfica?

Dupin: A expectativa é que eles utilizem esse reconhecimento oficial como forma de abrir novos mercados e obter o reconhecimento do consumidor para os serviços. A outra ideia da indicação geográfica nos moldes que ela foi feita é que você tivesse cada vez mais aderência

de novos participantes no mesmo local, tanto que depois eles mostraram que houve uma transbordamento daquela região para uma região lateral. Na dinâmica da indicação geográfica a partir do momento que você restringe o nome a determinados produtores de uma área geográfica e eles definem regras de prestação de serviços, essas regras elas tem visibilidade no consumidor, o consumidor passa a valorizar aquele tipo de serviços feitos no local, isso atrai novos entrantes. Então a ideia de indicação geográfica é que ela evolua para um serviço de qualidade agregando cada vez mais novos prestadores. A expectativa é essa, mas nós não temos acompanhado e a gente não sabe como está essa dinâmica, pelo que eu sei a indicação geográfica no Brasil ainda é algo muito inicial, então talvez vá demorar algumas décadas para que a gente possa verificar se o efeito é aquele esperado, de evolução, tanto em termos de qualidade quanto em termos de quantidade de novos entrantes.

Gabriela: E agora essa região de transbordamento lateral, inserida no bairro de Santo Amaro, também poder ser classificada como Porto Digital, ou o INPI tem algum problema com isso?

Dupin: Nós estabelecemos as condições para o registro, ponto. Os interessados vem aqui, solicitam o registro e o INPI verifica se realmente o local se tornou conhecido, é uma indicação de procedência, e acabou a parte do INPI. Claro que a gente sabe que isso é dinâmico, isso vai evoluir. Nós ainda não temos previsão de como fazer essa alteração da área delimitada, porque dentro do sistema de indicação geográfica brasileiro falta uma contraparte, talvez um órgão regulador, um órgão fiscalizador. A gente não sabe exatamente qual seria esse órgão que pudesse trabalhar em conjunto com os produtores e pudesse respaldar junto ao INPI esse possível aumento das áreas delimitadas. Eu acredito que daqui a alguns anos, se isso vier a ocorrer vai ter que ser demandado talvez a abertura de um novo processo solicitando uma nova delimitação comprovando as novas condições, ou seja, os novos entrantes, a reputação que transbordou, mas atualmente na etapa que nós estamos hoje de evolução, nós não temos ainda previsão para isso, mas acredito que com o tempo vamos ter que nos adaptar a essas demandas.

Gabriela: E na sua opinião quais são os fatores determinantes na consolidação das IGs de um modo geral no Brasil?

Dupin: O Brasil não tinha essa cultura, passou apenas a partir dos anos dois mil através do SEBRAE e do Ministério da Agricultura internalizando o conceito que passou a se disseminar entre os produtores. Para quê? Para poder se diferenciar, principalmente aqueles pequenos que não tem condições de competir no mercado por preço, ele te que se distinguir

por características de qualidade para poder também ter seu nicho de mercado. Isso vem num crescente, a partir principalmente da segunda metade dos anos dois mil. Ainda estamos em dois mil e quatorze, temos um histórico ainda pequeno, eu creio que estamos evoluindo rápido, mas o sistema ainda é muito mal compreendido pelo consumidor e muito mal entendido também pelo sistema produtivo. Nós acreditamos que com o passar do tempo, com a massificação das informações através da mídia, da diferenciação do mercado. Um dos grandes problemas do serviço é que enquanto o produto você vai no mercado e você escolhe aquele que melhor atende às suas necessidades seja de origem, seja de marca, no serviço isso não ocorre, você não compra serviço na gôndola do supermercado, você vai ter que escolher o seu serviço através das informações que você tem. Se existe um local que presta um serviço legal, presta um serviço diferenciado, então a dinâmica é um pouco diferente e a nossa expectativa é de que as indicações geográficas no Brasil na medida em que elas se tornam mais conhecidas e mais valorizadas você vai ter uma evolução tanto qualitativa como também na diversidade de indicações geográficas, quando o consumidor passar a escolher o seu produto ou serviço pela origem. Quando ele começar a enxergar isso - quando eu falo consumidor, é o consumidor mediando - você vai ter nichos de mercados que vão valorizar, vão se dispor a pagar um pouco mais por essa distinção. Então eu acredito que a evolução vai por aí, mas nosso sistema ainda é um sistema incompleto, ainda é um sistema que está se estruturando, então acredito que ainda vamos ter aí algumas décadas para trabalhar isso.

Gabriela: Então você acredita que o reconhecimento do consumidor é o fator determinante nessa consolidação das IGs?

Dupin: Eu estou falando isso do ponto de vista econômico. Do ponto de vista de propriedade intelectual a coisa é proteger aquele ativo intelectual que foi construído através de muitos anos, que é a reputação, ou através das condições ambientais vinculadas aos fatores humanos. A proteção da nossa legislação é para isso, excluir aqueles que não tem direito a esse uso, é claro que isso numa dinâmica econômica isso tem outros aspectos, quando você restringe a utilização de determinado signo a um determinado grupo você cria uma certa escassez porque outros não vão poder utilizar e se aquele produto é distintivo, ele tem qualidade, os consumidores vão ter ele como referência, então aumenta a demanda, e aumentando a demanda os preços melhoram. Mas para isso o consumidor tem que valorizar, mas nós estamos ainda numa crescente, embora muito inicial, isso só vai se consolidar, creio eu, quando o sistema ficar mais compreensível para o consumidor.

Gabriela Incluindo também o setor de serviços, você acha que é o mesmo caso?

Dupin: Creio que sim. A ideia de indicação geográfica para serviços é uma novidade que poucas legislações existem no mundo, inclusive para alguns até meio incompreensível, a partir do momento que principalmente na Europa que é o modelo principal você só tem indicações geográficas para produtos agroalimentares e vinho. Agora que está extrapolando para artesanato. Então você ter serviço é um passo muito adiante na prática internacional. Mas falta aqui no Brasil uma política de estado, uma política clara sobre para que nós vamos usar essa proteção? Nós vamos alavancar mercados, nós vamos criar visibilidade, então essa parte não compete ao INPI, então por isso que eu te falo que o sistema é incompleto, falta uma articulação melhor sobre os outros atores econômicos, que são o governo, as entidades de fomento, e assim vai. Nós temos avançado muito com o pessoal do SEBRAE e com o pessoal do Ministério da Agricultura, e as secretarias e estado, mas isso ainda é muito embrionário, estamos falando de dez anos de trabalho, começando a desvendar essas possibilidades.

Gabriela: E você acredita que a indicação geográfica de serviços pode promover desenvolvimento territorial?

Dupin: Toda atividade econômica que você consegue a partir do momento que ela tem uma visibilidade, ela cria uma relação com o consumidor de confiança e permite a entrada de novos participantes, ela cria uma dinâmica e um círculo virtuoso, porque o consumidor ele passa a reconhecer uma boa prestação de serviços dentro de regras claras, quem está de fora desse movimento passa a se interessar em aderir, e se essas condições para se aderir passam pela formalização, passam por uma empregabilidade, passa por você utilizar conceitos de sustentabilidade, conceitos de valorização eu acho que você cria um desenvolvimento sim, cria um desenvolvimento, e aí você vai me perguntar, a indicação geográfica leva à isso? O registro apenas não, mas se isso vier acompanhado de um apoio financeiro, apoio governamental e também de uma aceitação do seu mercado consumidor disposto a pagar um pouco mais para algo que seja confiável, aí sim você tem todos os ingredientes para que isso evolua. Eu chamo isso de desenvolvimento.

Continuação da entrevista via email:

1. Estava organizando as informações sobre as IGS brasileiras e notei que a partir de 2010 aumentou muito a quantidade de IGS registradas. Por que isso ocorreu? Quais foram os principais fatores que influenciaram nesse processo?

Quanto a questão nº 1

Devido a dificuldade do INPI em examinar os pedidos de registro de IG, que se intensificaram a partir de 2005, houve um grande acúmulo de pedidos não examinados até 2010. A partir de 2011, com o melhor aparelhamento de recursos materiais e humanos foi possível diminuir o estoque de pedidos não examinados, por isso o grande nº de concessões em 2012.

2. Outra questão se refere a distribuição regional das IGs no Brasil. A região Sudeste abriga quase a metade das IGs brasileiras, em oposição à região Norte, que abriga apenas 5% das IGs. Como e porque ocorreu essa distribuição desigual de proteção? A que se deve esse cenário?

Questão nº 2 - A distribuição regional tem haver com a maturidade dos grupamentos produtivos. Os estados do RS e MG foram pioneiros na solicitação de registro de IG com as experiências do Vale dos Vinhedos e Região do Cerrado Mineiro que se tornaram modelos para outras iniciativas. Por serem estados com grande tradição em produtos regionais, o pioneirismo incentivou o aparecimento de outras iniciativas. Outro fator foi a existência de instituições de apoio e fomento. No RS, pode-se destacar o trabalho da EMBRAPA em regiões produtoras de vinhos. Em MG, o apoio do SEBRAE-MG foi importante na disseminação do tema no setor do café. Os dois estados juntos possuem atualmente 17 IG(s)(8 em MG e 9 no RS). Outro estado que vem se destacando devido ao trabalho do SEBRAE é o ES com 3 registros e mais 3 pedidos em exame.

3. A última questão se refere a concentração no estado do Rio Grande do Sul. Além do seu pioneirismo, o RS é atualmente o estado que reúne a maior quantidade de IG, 7 indicações de procedência e 2 denominações de origem. Porque o RS possui tantas IGs? Quais são os principais fatores que tornaram isso possível?

Questão nº 3 - Acredito que esta questão tenha sido respondido na resposta à questão nº 1.

A7)

Entrevista com Silvio Meira – ex-professor do Cin-UFPE, ex-diretor presidente e ex-cientista chefe do CESAR, onde atuou por 18 anos, e atual professor da Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas.

Endereço: Escola de Direito. Praia de Botafogo, 191 – FGV

Data e Hora: 29 de setembro de 2014, às 14:00

Então para começar Sílvio, você poderia apresentar a história do CESAR incluindo a relação com o Cin, o Centro de Informática da UFPE, e com o Cláudio Marinho, que foi o ex-secretário?

Olha, o CESAR foi criado, a ideia do CESAR era um mecanismo de intervenção socioeconômica para fazer com que o Centro de Informática tivesse contexto socioeconômico, por conseguinte. Então a ideia básica é o seguinte, o conjunto de professores do Centro de Informática resolveu criar uma instituição dentro da economia de informática de Pernambuco que atraísse para Pernambuco projetos muito mais complexo do que as empresas que já existiam atraíam. Por quê? Porque uma boa parte dos estudantes que estavam se formando está vindo embora, não porque não tivesse emprego, mas não tinha os projetos e o grau de sofisticação que eles achavam que deviam estar resolvendo em função da qualidade da educação que a gente tinha passado a dar para eles em função do conjunto de mudanças que ocorreu a partir de 1985. Em 1985 a gente mudou completamente a graduação e pós-graduação em informática. Isso mais ou menos dez anos depois estava levando uma mudança dramática de percepção do que nós os estudantes queriam ver no mundo, e do que existia ao redor. O CESAR foi criado para fazer isso. O CESAR é uma instituição sem fins lucrativos, totalmente autossustentável, civil, sem nenhuma conexão com o UFPE, sem nenhuma conexão com o Centro de Informática nem nada, e hoje é um negócio de cem milhões de reais, e o maior instituto de inovação independente do Brasil, pega, sei lá,

seiscentos e tanto engenheiros, coisa assim. O CESAR por sua vez foi um dos elementos de partida para concepção do Porto digital. Por quê? Porque nós, e aí já na economia e na sociedade, mas não só na universidade, nós começamos a entender que era preciso muito mais do que um CESAR para fazer o que a gente queria, e outras pessoas, instituições já estava entendendo isso, quer dizer, a universidade estava atrasada, não e que a gente estava na frente e quando chegamos lá chegamos com as tábuas da lei vinda de um monte qualquer e todo mundo: - oh! Acabou de chegar ao pessoal. Quando a gente chegou lá, já tinha uma galera, como o Cláudio Marinho; como José Cláudio de Oliveira, que é da Procenge, um dos empresários mais antigos de informática do Brasil; tinha Pedro Sérgio Cunha, que era diretor da Empresa Municipal de Informática, que era o cara para quem o Cláudio Marinho trabalhava, que já tinha uma concepção de que era não só preciso, mas era possível fazer muito mais. E daí veio o contexto que a gente usou para criar essa ideia de Porto Digital, que de novo se você tivesse deixado só o pessoal da universidade fazer, o que a gente tinha feito era mais um parque tecnológico dentro da universidade. Aliás, essa era a ideia original da gente. Cláudio Marinho gastou toda inteligência e foco e capacidade de convencimento que ele tem - e ele tem muito disso - para convencer a gente da universidade que a gente não devia fazer uma coisa de “girico” como um parque ecológico dentro da universidade. E foi daí que surgiu efetivamente o Porto Digital, um parque tecnológico urbano inserido, imerso no caos e na complexidade urbana como elemento de redesenho desse caos e dessa complexidade. Isso no começo obviamente foi um choque para muita gente, para nós inclusive que estávamos convencido do que tinha que fazer, porque nós não sabíamos que ia ser tão difícil, mas isso espantou e afastou muita gente dessa partida. Por exemplo, o Centro de Informática passou um tempo longe desse negócio de Porto Digital, porque no entendimento da gente, a gente tinha que levar o Centro de Informática – nós, os convencidos -, o Centro de Informática para o centro da cidade, e o Centro de Informática não só não quis ir, mas nunca foi, está lá no lugar dele até hoje. Era muita ingenuidade nossa querer que ele fosse.

Mas eu fiquei com uma dúvida. Você era professor, atuava no Cin antes?

Eu era do CIN até julho desse ano. Eu fui professor do CIN de 78 a 2014. Foram trinta e seis anos. Porque o CESAR foi fundado por professores do CIN.

E por que o CESAR se instalou no Bairro do Recife, não ficou próximo a universidade?

Porque de novo, o CESAR por nós que estávamos liderando o CESAR naquela época - também eu não estou mais no CESAR, eu também sai do CESAR agora - o CESAR é um

elemento essencial. O CESAR é como se fosse uma âncora, se você pensasse um cluster, um pólo, um sistema local de inovação, como o um shopping, o CESAR é umas das âncoras desse negócio. E era óbvio que ele tinha que ir para lá, era lá que ia estar a demanda, era lá que ia estar os problemas, a energia criadora, a possibilidade de formar redes com as outras organizações, que faziam parte da economia de software. Então o CESAR saiu na partida. Aliás, tinha acabado de construir um prédio na universidade que tinha custado mais de um milhão de dólares na época que dólar era dólar, e milhão era milhão, e a gente doou para universidade e fundou o centro. Nunca nos arrependemos por sinal.

E o que significa ser uma instituição âncora como você disse?

Uma âncora Do Porto Digital é como uma âncora de shopping. Se você estiver um shopping com uma porrada de pequenas lojas, elas tem uma variedade muito grande, mas não tem nada que todo mundo olha assim: - se eu for nesse lugar aqui tem um monte de coisas só nele, até para comparar com os outros. Então o CESAR, o fato da gente ter conseguido articular a partir do Porto Digital, a ida para lá do CESAR, da IBM, da Microsoft, logo depois da Accentury, da Ogilvy e da Procenge, que é uma grande empresa de informática também, isso criou uma massa crítica que a partir da qual outras muitas empresas foram atraídas.

E como funciona essa intermediação entre o mercado e academia que o CESAR faz?

Na realidade o CESAR não faz isso nesse sentido objetivo. O CESAR é um instituto de inovação. O que o instituto de inovação faz? O instituto de inovação faz mudanças para negócios, então negócios que estão lá na economia. Pegue, por exemplo, um cliente do CESAR, a Samson. A Samson contrata o CESAR para resolver um problema dela. Se o CESAR souber resolver esse problema sozinho, ele resolve sozinho, se ele precisar de insumos que estão em outros institutos de inovação, às vezes em outras empresas ou na universidades, ele traz desses lugares formando redes, formando consócios para solução de problemas, às vezes laboratórios compartilhados, projetos em comum, independente de ser com a universidade federal ou não. O CESAR é uma instituição completamente independente. Tem problemas de empresas que o CESAR resolveu que foi, por exemplo, o CESAR e o ITA. O CESAR acabou de fazer um helicóptero para o setor elétrico, um helicóptero não tripulado, que o consórcio que trabalhou nesse programa era o CESAR e o ITA, o CESAR em Recife, o ITA em São José dos Campos. Aí você diz, por que o ITA? Porque o ITA entende de coisas que voam, o CESAR entende de controle de coisas, quaisquer coisas, junto o controle de quaisquer coisas com coisa que voa você monta um helicóptero

que voa sozinho. Tem uma espécie de uma visão de mundo no Brasil de que essas instituições, elas tenham que existir para criar espaço para os professores universitários darem consultoria. Longe disso! Professor universitário não resolve nada, o principal papel de um professor universitário é educar pessoas. Se você entregar um projeto que tenha uma alta demanda por criatividade, inovação e necessidade de empreendedorismo para botar no mercado e entregar para um professor universitário, ou para ele e um conjunto de alunos dele, muito provavelmente não vai acontecer nada porque essas pessoas tem outro “time”, elas tem outra visão do mundo, elas tem outra agenda, e outro conjunto de demandas, elas estão lá para produzir conhecimentos, elas estão lá para educar pessoas. Na realidade na minha visão e na visão que nós tínhamos no CESAR desde do começo, o papel da universidade na sociedade é educar pessoas, ela faz pesquisas, ela tenta entender o mundo, ela faz perguntas complexas, porque ela tem uma demanda de continuar aprendendo. Se você não continuar aprendendo, você não consegue criar oportunidade para os outros aprenderem, você nem sabe como é o processo de aprendizado. Então na nossa visão em particular a universidade ela não ensina nada, em potencial também, ela está o tempo todo aprendendo, por isso que ela cria oportunidade de todo mundo aprender junto, mas o CESAR não é um mecanismo de fazer essa ponte, quando a gente diz na missão do CESAR é a transferência autossustentável do conhecimento, entre tecnologia de informação, entre duas coisas, curiosamente lá embaixo a gente diz que é entre a sociedade e a universidade, o CESAR é um mecanismo de capturar problemas complexos na economia, na sociedade, e ao tentar resolver gerar demandas para a universidade, isso foi objeto obviamente de muita confusão e de debates infundáveis, o CESAR, o processo de fundação do CESAR nunca partiu do pressuposto que a universidade detém alguma coisa para entregar para a sociedade, muito ao contrário ele partiu do pressuposto de que a universidade desconhecendo completamente, o que acontece na sociedade, na economia ao redor dela, ela precisava de um mecanismo que capturasse esse conhecimento na forma de problemas para levar para a Universidade, assim que o CESAR funciona, O CESAR não é um mecanismo... Eu sei um bocado de coisa da universidade vou vender lá fora, muito pelo contrário, um mecanismo de que problemas tem lá e eu detenho ou não conhecimento para resolver, se eu não tiver, aí eu tenho problemas com a universidade.

Mas no caso o CESAR também incubava a empresas vindo da universidade, não é isso, ou não?

Não, o CESAR tem um papel. O papel da incubação da empresa no CESAR que ele faz até hoje, mas só que hoje ele não tem mais incubadora dentro do CESAR, ele faz isso com a

incubadora do Porto Digital, e que tudo que o CESAR sabe, veja, o que é instituto de inovação? O instituto de inovação é uma galera que está sempre aprendendo a fazer coisas novas, se eu sou um instituto de inovação, todo o problema que eu pego é diferente, se eu começar a pegar problemas parecidos, que pegou um problema que tem essa forma, pega um outro tem essa fórmula, mas é feito do mesmo material, pega um outro tem essas duas formas aqui, de repente a desculpa por um monte de coisas em comum a isso que cria um cluster de conhecimento, e de pessoas competentes, nesse conhecimento que o ponto de vista diz especificações, de execução, de negociação, de comercialização, que habilita você a gerar um novo negócio a partir daquilo. Então, o que o CESAR fez e faz estruturalmente é o seguinte, tudo que o CESAR sabe muito ele não precisa saber mais, que é o princípio fundador, pelo menos nos dezoito anos em que eu estava vivendo com ele, em um instituto de inovação, se eu sei muito de alguma coisa, eu sou o instituto de inovação, eu não preciso saber mais daquilo, porque senão vira um centro de Delivery, uma espécie de uma lavadeira de roupa, eu estou lá você me entrega uma roupa para você lavar, lava, fica me pedindo, bonitinho o escambau, mas isso daí não é um instituto de inovação, o CESAR por definição ele está à procura de resolver novos problemas com novas soluções, o que ele já sabe fazer ele bota fora na forma de novos negócios, nos últimos cinco anos certamente seis ou sete deles.

E quantas empresas mais ou menos foram incubadas no...?

Na história do CESAR aqui umas trinta e poucas...

Trinta?

Trinta e cinco, trinta e seis.

E quantas ficaram no Porto Digital?

Todas...

Todas?

Todas que não faliram. Porque veja, o fato de você criar uma empresa que tem gente que sabe das coisas, não significa que elas vão funcionar para sempre, então você tem empresas fantásticas que nós criamos, a primeira empresa brasileira de jogos móveis My Time foi criada pelo CESAR, em função de um projeto da Motorola, a gente aprendeu a fazer como a Motorola, mas a My Time não deu certo, a My Time faliu, a My Time faliu. Já se você pegar

por exemplo, a Neurotech, a Neurotech foi a primeiro negócio brasileiro em redes neurais com análise de risco de crédito, e a Neurotech não só deu certo, mas ela acabou, ela já tem mais de dez anos, ela acabou de receber um investimento de quase trinta milhões de reais, e você tem outras coisa muito mais novas, por exemplo, pega a SODLT, a SOLDT foi um negócio que foi gerado a partir do CESAR há três anos, aí o STOR foi gerado a partir do CESAR dois anos, e o que é a SODLT é o pessoal que era do grupo de redes sociais do CESAR, o que é STOR? Era o pessoal que era do grupo de armazenamento e de distribuição de informação do CESAR, por que esses caras saíram de lá? Porque eles começaram a fazer coisas num certo grau de performance de entrega de resultado para o mercado a partir de métodos dos processos e padrões estabelecidos, são empresas inovadoras, são empresas inovadoras, mas com o instituto de inovação não, o instituto de inovação é aquele cara que eu lhe disse, ele de preferência só pega problema que ele não sabe resolver, se ele souber resolver o problema que ele pegou para resolver, ele está no negócio errado.

E o que é inovação?

Inovação é a mudança do comportamento de agentes no mercado como fornecedores e consumidores de qualquer coisa. Então na hora que eu chego para você e eu proponho para você que ao invés de você usar essa perface aqui no tópico que você vai usar proximidade, olha, está vendo, você vai usar essa interface por proximidade, eu estou mudando um comportamento seu, eu estou tentando mudar um comportamento seu, você pode dizer que você não quer, disser assim, não eu nunca vou querer esse negócio aqui, eu posso aqui graduar a proximidade que eu quero, se eu fizer assim ele fecha e por aí vai. Então o que tem, inovação é essa tentativa de eu mudar um comportamento seu, e para mudar um comportamento como consumidor eu tenho que mudar o meu como fornecedor, certo? A definição do CESAR é muito mais prática e objetiva tudo isso, a definição que eu criei para o CESAR está no meu livro, eu não sei se você já viu o meu livro, não?

Não.

Tem um livro meu sobre a história todinha, o meu relato dos meus dezoito anos de CESAR...

Ah, poxa vida.

Chama-se “Novos Negócios no Brasil”, Silvio Meira - Editora Casa da Palavra, Outubro/2013. Se eu soubesse eu teria trazido para você ler, boa parte dessa conversa que a gente está falando aqui está lá....

Ah, mas eu vou dar uma olhada.

Você pode ler esse livro, e você vai descobrir um bocado de coisa lá sobre essa nossa conversa aqui, a definição do CESAR muito mais objetiva e aplicada e dentro do contexto, e que inovação é a emissão de mais e melhores notas fiscais, porque você quer mais mercado, se eu estou atingindo uma parcela do mercado e quero atingir muito mais, eu vou ter que mudar o comportamento dessas pessoas para usarem o meu produto, o meu serviço o que for, e melhores por que, porque mesmo que eu fique com a mesma quantidade de mercado que eu tenho o que é uma nota fiscal melhor, uma nota fiscal onde eu aumento a diferença entre preço e custo, preço aqui em cima, custo aqui embaixo, ou aumentando preço, ou diminuindo custo, ou fazendo os dois ao mesmo tempo, porque inovação é um negócio que você usa para ganhar competitividade, o que é competitividade? E o produzir pouco, vender muito, atingir muita gente, dar uma percepção de valor ao meu produto que as pessoas estejam dispostas a me pagar caro e ainda achar que isso é razoável, por causa da qualidade do serviço que eu presto, por causa da qualidade da solução do programa que eu dou para elas, assim por diante.

Está ótimo. E como é que você avalia a relação, continuando nesse fato, a relação entre mercado e universidade no ambiente do Porto Digital?

Olha, a relação... As principais universidades brasileiras do ponto de vista de conhecimento que a gente chama de intrínseco na qualidade, intrínseco dos seus professores, alunos, é estatal, e as regras que se aplicam aos professores das universidades estatais são draconianas em relação ao fato de que você tem a vasta maioria desses professores em regime de dedicação exclusiva que praticamente proibi esses professores de interagir com o mercado, enquanto você não mudar esse conjunto de regras, enquanto não se perceber, se reinterpretar que os professores das áreas práticas precisam estar no mercado, não e que eles precisam ser do mercado, precisam estar no mercado e no mercado o tempo todo para interagir com agentes do mercado, para construção coletiva de conhecimento entre academia, institutos de inovação empresas, órgãos reguladores, assim por diante, no Brasil não tem futuro nessa área não, isso aí é patético.

Inclusive o SIM ficou distanciada?

É, em qualquer lugar as regras são as mesmas para todo o mundo, você tem a regra atual dos professores universitários, eu acho que você tem a disposição do professor algumas dezenas

de horas de consultoria por ano, poucas por sinal, enquanto que se você imaginar por exemplo que você vai ter os professores contribuindo efetivamente, fazer alguma coisa no mercado, você está imaginando que eles vai gastar 15, 30% de todo o tempo deles fazendo isso, e fazendo isso dentro do sistema legalmente com conhecimento do sistema, o sistema hoje simplesmente proibi isso, o professor universitário é um cara que fica preso num convento, nas letras e nos números, e deve morrer lá sem fazer nada com a sociedade e principalmente com a economia, porque se a sociedade atrapalha, que é todo uma fonte de ruído, a economia então é uma fonte de sujeira, tem dinheiro de professor universitário, mas não pode ganhar dinheiro com que sabe, se você for professor universitário, você é professora universitária?

Não.

Se for professor universitário você ganha um posto de gasolina, um motel e um restaurante, está tudo bem, se você for professor de computação, mas de repente você for investidor no negócio de computação, está tudo mal, você está ganhando dinheiro com o que você sabe, o professor universitário ganhando dinheiro, ele tem que ganhar dinheiro com que ele não sabe, que é um contrassenso, está certo, e mais umas das coisas totalmente ridícula desse país.

Eu li em alguma reportagem do jornal que o CESAR tem uma parceria com uma escola técnica Cicero Dias, e a Escola de Referência do Ensino Médio do Porto Digital?

Sim.

Sim. E como é que funciona esse investimento em mão de obra do setor de ticket dessas escolas...?

O CESAR concedeu a nave, o núcleo avançado da educação junto com o Instituto do Futuro concedeu e opera até hoje, não e só lá no posto digital, tem uma nave aqui em Botafogo, aqui no Rio de Janeiro e você pode visitar, procura aí, chama “Nave” ...

Que o CESAR apoia?

Não ele opera, ele concebeu e opera a parte de tecnologia da escola, a Nave, se você mandar um e-mail para fabio.campus@cesar.org.br, ele aponta diretamente para os meninos que tomam conta do pedaço aqui, ainda era o CESAR que operava até eu sair do CESAR, eu acho que isso não mudou, e você visita eles lá para ver o que eles estão fazendo, a ideia...

Qual o nome da escola?

Hã?

Você sabe o nome da escola?

Aqui eu não sei, mas é Nave, NAVE, Nave Rio, e lá em Recife é a Nave Recife, são três escolas na realidade, são essas duas Naves, mas essa escola técnica de referência lá do Porto Digital. E a ideia básica aí é a seguinte, o CESAR acredita, sempre acreditou desde começo que é absolutamente fundamental que as pessoas comecem a ter um pensamento algoritmo, ou seja, comecem a pensar a estruturalmente na forma resolução computacional dos problemas, desde da idade mais jovem possível, e essas duas intervenções da gente são nessa direção, mas a gente está trabalhando hoje, a gente não, o CESAR está trabalhando hoje, tu saís a pouco tempo, eu estou falando a gente. O CESAR está trabalhando hoje para descer isso a nível de escola fundamental para você começar aprender computação como se fosse uma língua estrangeira, linguagens de programação como se fosse um Mandarim de Espanhol, por exemplo, isso é parte do processo de você transferir esse conhecimento para a sociedade.

E tem alguma outra ação de investimento em mão de obra, de formação de mão de obra na área de TI?

O CESAR em si tem, o CESAR Escola, o CESAR tem o mestrado profissional autorizado pela CAPES e bota dezenas de especializações por ano, tem um agora que está rondando em designer de produtos, que eu acho que está para começar a qualquer momento, cesar.edu.br, tem uma especialização em, designer de produtos que está... mestrados profissionais, olha aqui, tem cursos de Unity 2D, que é um negócio para fazer games, Curso de Desenvolvimento Android, tem o curso de Visual C#, tem outro Desenvolvimento Android Básico, quer dizer, o CESAR está o tempo todo fazendo coisas que tem haver com o cumprimento da missão dele, que é a tal da transferência autossustentável de conhecimento, olha aqui a quantidade de coisas que tem, vamos supor se for Web Design, cursos online, tem dezenas de cursos, o CESAR em si se pensa como escola, e o que ele faz, ele faz coisas que... Esse slogan daqui, já que você está falando dos professores, esse slogan daqui é uma brincadeira aguda com a universidade, entende? Você sabe aquela história da universidade, quem sabe faz, que não sabe ensina, então aqui o CESAR a ideia é aprenda com quem faz. Por definição os professores do CESAR são pessoas que são engenheiros dessas coisas, são designer dessas coisas, então você não tem... Deixa eu ver se aqui tem, que é o professor desse curso aqui, professor, assim aqui, Desenvolvimento Android Intermediário, Professor

Felipe Ferraz, esse cara daqui é o meu amigo no Doutorado, por acaso, certo, ela acabou o mestrado aqui, engenheiro e aluno de Doutorado. Então o que ele faz aqui, ele cuida do CESAR, ele cuida no CESAR isso aqui, Arquitetura do Sistema de Computação Segurança Security Patterns Engenharia de Software, desenvolveu e participou de projetos com a tecnologia Android e durante 3 anos trabalhou com JAVA e .Net na execução de sistema de grande porte. Todos os professores de qualquer coisa do CESAR eles fazem o que eles estão ensinando aí, entendeu? E como você fazer um curso de neurocirurgia com neurocirurgião, essa é a ideia que está por trás do negócio do CESAR, os professores do CESAR fazem o que eles estão tentando ensinar, não é aquele negócio, o cara está dando aula de um troço que leu num livro, isso não existe no CESAR, os professores do CESAR... Eu tenho muito orgulho de ter criado isso, o CESAR, eu tenho muito orgulho de ter criado esse negócio.

Eu também estou falando vocês como se fosse do CESAR, uma coisa que durou tanto tempo, fica um pouco, e teve uma participação tão significativa, não é só o tempo, mas... E aí continuando, o CESAR tem relação...

C.E.S.A.R – Chama-se CESAR mesmo, como Júlio Cesar...

Está bom.

Não tem o acento, mas pronuncia como Júlio Cesar. A ideia eu não sei se contaram para você alguma hora que a gente tinha que escolher um nome, e a ideia original era dominar o mundo, para dominar o mundo tem que ser um cara que domine o mundo, e então você podia usar Átila, mas esses caras todos tem um bad prest report da porra, Átila mesmo era um sanguinário, e Cesar apesar de ser um sanguinário ele ficou um good prest report, aí a gente escolheu CESAR, o que significa Cesar? Esse foi o problema que apareceu depois, eu sabia o que era, obviamente que é Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife.

Perfeito, a frase encaixa. Então o CESAR ele mantém relação de interação e cooperação com outras empresas e universidades, ONGs, Institutos, Instituições Públicas?

Sim. Privadas no Brasil e fora do Brasil, a lista de instituições com as quais o CESAR trabalha e colabora, até porque o CESAR não é mais uma instituição Recifense, o CESAR está em Curitiba, está em Sorocaba, está em Manaus, tem sempre desenvolvimento nesses quatro lugares, Centro de Design e Desenvolvimento desses quatro lugares, então Curitiba você está junto com a PUC do Paraná, você está junto com instituições outras com a federação das indústrias, em Sorocaba o CESAR é âncora, na incubadora de empresa da

prefeitura de Sorocaba, é âncora do Parque Tecnológico de Sorocaba. Eu já lhe falei, Sikorsky fez um helicóptero junto com o ITA, a gente trabalha junto com (00:25:27), em suma, quem trabalha em inovação pode escolher com quem trabalhar, trabalha com todo mundo que aparece, desde que as pessoas cumpram preceitos e propósitos básicos de ética, de moral no seu comportamento de negócios, e tenha competência para fazer, trabalhar com competente também.

Claro. E o CESAR possui e pratica projetos de natureza social sustentável?

Não, o CESAR não faz um troço, tipo, veja, o CESAR é autossustentável, o CESAR não recebe doação de ninguém no espírito de uma ONG clássica para ele tocar um projeto que tenha acesso a internet na comunidade tal do Pilar, o CESAR não é esse tipo de organização, e um negócio sem fins lucrativos que como qualquer negócio tem que ser autossustentável, mas o CESAR não trabalha com doações, o CESAR realiza projetos, ele desenvolve soluções para quem tem a demanda por essas soluções, não tem uma operação do CESAR do tipo, ah, nós vamos resolver o problema de acesso à internet na Caatinga de Pernambuco, o CESAR não faz esse tipo de projeto.

Vocês também têm algum envolvimento com esses projetos de integração da rede de APL's de formação ou não?

Isso aí quem faz é o Porto Digital.

Tinha mais alguém fazendo isso que agora não estou lembrando. Como você avalia hoje a participação do Porto Digital no mercado de software?

Olha, Porto Digital hoje é um dos mais expressivos e relevantes clusters de informação do Brasil inteiro, do ponto de vista e você pensar no sentido clássico do arranjo produtivo local ou num sistema local de inovação imaginando como o conjunto de princípios norteadores, de políticas e de estratégias de incentivos, o conjunto de instituições amplas de gestão e de animação do sistema produtivo local ou do sistema local de inovação, como você quiser, o território onde essa coisa acontece, não tem muito exemplos no Brasil que parecem com o Porto Digital, se disser assim, São Paulo tem mais empresas e tecnologia, tem, sim, estão espalhadas na cidade inteira não existe um locus, um conjunto de políticas de promoção e articulação e manipulação que leve aquele conjunto de empresas a fazer muito mais do que elas podem, se você olhar, por exemplo, ao norte de São Paulo ou ao norte do Rio de Janeiro, talvez nem vá até o norte de São Paulo, não tem nenhum cluster até você chegar aos Estados

Unidos do tamanho do Porto Digital, ele não aconteceu por acaso, aconteceu um pequeno desenho por trás, porque tem investimento de política pública, tem investimentos em infraestrutura em promoção, em treinamento, em gestão, melhoria da qualidade dos processos dos negócios, o Porto Digital educa e certifica, por exemplo, gestores, o maior programa de treinamento público de gerentes de projetos no Brasil está no Porto Digital, o Porto Digital treina as pessoas que são de programação para falar inglês no telefone por causa de clientes internacionais, ele tem um amplo processo de certificação de qualidade de empresas, ele faz um negócio totalmente diferente do que todo mundo faria, eu mudaria a pergunta assim, se não fosse o Porto Digital qual seria o tamanho da economia de informação do Recife? Seguramente ela seria alguma coisa entre 10 e 30% do que ela é hoje, exatamente a existência do Porto Digital que multiplicou essa economia nos últimos anos como fator de três a dez, e aí você perguntaria, certo, mas se a gente esperasse muito tempo, mais de dez anos, podia chegar no tamanho que o Porto Digital chegou hoje? Sim, seria simples, mesmo sem Porto Digital, não estou dizendo que Porto Digital resolveu todos os problemas, e é a fonte de todas as soluções não, não é isso, é a fonte de alguns problemas também, que quando você faz política pública obviamente você vai tentar atender um conjunto de interesses mais amplo e vai contrariar alguns interesses menores, política é isso, você faz escolhas, estratégia é você fazer escolha, na hora que eu escolho que eu vou para a direção X e não para Y quem acha que você deve ir para Y obviamente vai se sentir prejudicado, maltratado e são escolhas que você tem que fazer e tem que arcar com as consequências delas, em cima dessas escolhas você tem que ser transparente, você tem que mostrar os resultados, você tem que mostrar como os recursos foram gastos e por que eles foram gastos do jeito que foram gastos, daí o que a gente fez até agora, Porto Digital tem todo esse grau de transparência, mas eu acho que se a gente não tivesse feito o que a gente fez não só a gente teria uma economia muito menor e muito menos gente trabalhando no Recife, mas talvez outros lugares não tivessem a oportunidade principalmente de aprender com os erros da gente, eu não acho que se aprende nada com os acertos dos outros tentar fazer, por exemplo, um Porto Digital no Rio, não vai dar certo, da mesma forma fazer um Silicon Valley no Recife também não vai dar certo, você tem que olhar para onde foi o que os outros erraram, e pegar o conceito que você tem para botar no seu lugar e pelo menos tentar não errar do mesmo jeito, e isso eu acho que a gente está conseguindo fazer, não errar do mesmo jeito dos outros.

Bacana. E na sua opinião quais são os maiores desafios para o setor de Ti no Recife e Pernambuco atualmente?

Crescer de forma sustentável dentro das transições tecnológicas que estão aí o tempo todo, quando se tem uma evolução contínua e rápida, e principalmente se manter crescendo de uma forma sustentada dentro de um país que é burocrático, que é anti inovador, que é burro do ponto de vista da sua economia, enquanto a gente está globalmente na economia do conhecimento, no Brasil a gente está na economia da burrice, muito mais vale você fechar um mercado com apoio do governo criando reserva e mercado num lugar para o seu negócio, do que tentar estabelecer bases de ser competitivo globalmente a partir do Brasil, a segunda opção é o que devia ser feito, tentar ser competitivo a partir do Brasil através de processos de aumento de complexidade e sofisticação da minha performance combinado com redução dos custos estruturais de fazer um negócio no Brasil em função de investimentos em infraestrutura em contexto de educação, e assim por diante, o que se faz é criar monopólios e oligopólios semi fechados em reserva de mercado, isso é uma economia, burra, ela não vai para frente, ela não tem futuro, ela sobrevive localmente em função de barreiras, não necessariamente tributárias, à competição internacional, mas não habilita a gente a ser mais do que o mercado brasileiro, parece que o Brasil está sempre satisfeito em achar que eles tiver suas empresas nos seus mercados isso é bom o suficiente contra países como China, Taiwan, Israel, Estados Unidos, e a Europa inteira que acha que não, o melhor mercado para eles é o mercado dos outros, no Brasil não, acha que por ninguém conseguir falar ou quase ninguém conseguir falar uma fraque o nosso mercado é melhor do que o conjunto de todos os outros mercados somados, isso é uma estupidez, está todo mundo na economia do conhecimento e nós estamos na burrice.

Eu conversei com o Eduardo, eu acho que é Paiva o sobrenome, da Softex, Recife, e a Softex surgiu justamente com essa intenção de tornar a economia competitiva globalmente.

Mas não deu.

A8)

Entrevista com Sérgio Cavalcante – superintendente do CESAR e professor do Cin – UFPE.

Via skype

Data e hora: 04 de maio de 2015 às 9:00.

Você ainda coordena os projetos de cooperação da universidade?

Se eu coordeno o projeto de cooperação da universidade?

Com as empresas, não?

Não. Eu era dedicação exclusiva até 2005, e eu fui o primeiro coordenador de cooperação do centro de informática do CIN da UFPE, que foi um cargo que foi criado justamente para melhorar a interação das empresas com o centro de informática, mas em 2005 eu fui convidado para se tornar um superintendente do CESAR, no final de 2005, outubro ou novembro, por aí, e aí eu passei ser tempo parcial para universidade para conseguir me dedicar ao CESAR...

Entendi.

Aí deixei o cargo de coordenador da cooperação, deixei a diretoria da sociedade brasileira de computação, chefe de rede de departamento, deixei tudo, e virei professor tempo parcial.

Então, eu vou aproveitar essa sua experiência tanto no CESAR, quanto no CIN, para fazer algumas perguntas sobre as duas instituições, tá?

Está bom.

Então para começar Sérgio, eu gostaria que você apresentasse a história do SIN, incluindo o papel do centro na criação do Porto Digital?

Tá. O centro de informática na verdade ele era um departamento que nasceu em 1974, e nasceu com o curso de graduação e curso de mestrado em ciência da computação, eixo, que começaram em 75. E em 85 um grupo de professores se juntou, que tinha voltado recentemente o Doutorado, Silvio Meira, Paulo Cunha com apoio de outras pessoas que já estavam lá Galamba, Agamenon Lopes e tal, e eles decidiram mudar o departamento de informática, eles queriam que o departamento, se tornasse um departamento de (...). Até então nesses dez primeiros anos do departamento, onze anos do departamento, o departamento era um, vamos dizer, um seguidor das demandas no mercado, então se o mercado precisava de gente formada para a COBOL, para NATA etc, era isso que o departamento formava. O que foi feito a partir de 85 foi o planejamento de 15 anos, então o planejamento visava o ano 2000, para que o departamento se tornasse um departamento de classe mundial, e eu acho que esse é um diferencial do centro de informática, e de ter feito um planejamento de 15 anos, departamentos acadêmicos de universidades públicas de um modo geral não fazem isso, e ter seguido esse planejamento também, porque fazer planejamento é uma coisa, a outra é seguir, né, executar. E aí o que foi pensado nesse planejamento, foi o que é que o departamento teria que entregar de classe mundial. Então uma coisa é a formação de gente de qualidade de todos os níveis, nível de graduação, nível de mestrado e nível de doutorado, e a outra era o conhecimento também de nível mundial, geração de pesquisa de resultados a nível mundial. Para isso acontecer era necessário fazer uma reforma na grade curricular do curso de graduação, tornar ele mais avançado do que o mercado, então, por exemplo, quando o novo curso começou a funcionar em 87, que aí tem toda reforma curricular etc, demora um para a universidade, então quando o curso começou a operar em 87 ele já tinha na sua grade a orientação objeto, e naquele época nem se falava em orientação objeto, mas tinha uma linguagem chamada *Salto*, que tinha sido criada recentemente e começou a fazer parte da graduação dos alunos, então era um curso de cinco anos, não era um curso de quatro anos ou três, e bastante tenso, vamos dizer assim, novas tecnologias com novas ideias, que deu origem na sua (...).

Desculpa...

Isso da graduação, o mestrado também foi reformado, naquela época o mestrado a média nacional de conclusão do mestrado era cinco anos em computação, não havia curso de doutorado em computação praticamente no Brasil, tinha muito poucos, o departamento de informática não tinha curso de doutorado, e aí a ideia era fazer com que... Bom, a média do mestrado do centro de informática era três anos e meio, o Brasil era cinco, mas a média era

no centro de informática três anos e meio, e ele queriam que o mestrado se tornasse também mais produtivo, então queriam o limite máximo para dois anos e meio, e tentar fazer com que todo mundo concluísse em dois anos, e também uma outra meta era criar o doutorado, e para ter gente para executar tudo isso era fundamental que se fossem atraídos pelo menos 20 doutores, já do departamento de informática já, que só tivessem mestrado, eles deveriam ter... Aqui está acusando um problema na conexão, tu está me ouvindo?

Estou, estou ouvindo sim.

Tá. Então aqueles que tivessem só os mestrados deveriam ser incentivados a fazer o doutorado. Então, como eu disse, o novo curso de graduação em 87 começou a formar, o mestrado também, e o doutorado foi implantado em 92, em 92 já tinha os 20 doutores, então o planejamento inteiro ele foi executado em bem menos tempo do que os 15 anos previstos, em 92 também o departamento de informática já era considerado umas das 5 instituições mais relevantes da informática no país, então nesse aspecto já tinha sido batido as metas. E eu me formei em 86 em eletrônica e comecei a fazer mestrado na informática em 88, terminei em 90, e aí por isso que eu me engajei mais na informática depois, e 92 sai para o meu doutorado fora do país. E aí quando, mais ou menos 90, 91 por aí, talvez um pouco, é, por aí, o departamento começou a incentivar a criação de empresas, porque o que aconteceu foi que os alunos egressos do centro de informática eles todos estavam indo embora do Recife, não haviam empresas de alta tecnologia aqui, havia empresa de informática, mas não de alta tecnologia, empresas que conseguissem empregar a competência que eles tinham, então, por exemplo, a turma de 93 100% foi embora, e aí a gente foi entender porque eles estavam realmente acima da competência exigidas das empresas daqui, e resolviam ir embora, e aí foi criado dentro do departamento de informática uma incubadora, que era chamada Recife BEAT, é Base de Empreendimento de Alto Tecnologia, e essa incubadora criou muitas empresas também, só que, como o mercado não estava aqui, e em Network é fundamental, como é que você vai fazer o seu contato para vender o seus produtos, os seus serviços, o que aconteceu foi que a maioria dessas empresas não deu certo, elas tem bons produtos, mas não conseguiam chegar nos consumidores porque elas não eram empresas geralmente BEAT C, elas são empresas BEAT B, e o mercado não está aqui em Pernambuco, o mercado BEAT B está no Rio, em São Paulo, no sul e sudeste de um modo geral, mesmo que nós tenhamos empresas hoje aqui (00:09:11), o poder decisório não está aqui, então se a gente quiser vender alguma coisa para a empresa daqui, se tem uma fábrica aqui a gente tem que ir para o Rio ou para São Paulo, para o sul, de um modo geral, Rio Grande do Sul também tem muitas empresas, para que

(00:09:29). Então por conta disso naquela época Recife não era conhecido como celeiro de alta tecnologia, e os jovens que estavam nessas empresas na época iam vender os seus produtos no Rio, São Paulo, não tinham credibilidade, tinham reputação para conseguir vender, para ter acesso a quem fosse comprar, e o pessoal começou a ir embora de novo, daí foi (...) só um minutinho. Só um minutinho Gabriela.

Tá.

Então, a gente começou a criar as incubadoras e tal, o negócio, do ponto de vista em criar essa empresa deu certo, mas do ponto de vista delas terem bom resultado deu errado. Aí vem a história do CESAR, O CESAR foi criado em 96 com a proposta de criar empregos e empresas de alta tecnologia aqui no Recife, então por que a gente achou que o CESAR ia ser diferente na incubadora? Porque o CESAR ia agregar todas as competências, as ideias, as empresas estavam sendo criadas num único lugar, então teve um *greend* de fazer com que o pessoal dissesse, ah, isso aqui veio do CESAR, então tudo bem, porque uns dos problemas que a gente tinha era justamente fazer com que as empresas pequenas da época que estavam sendo ampliadas dentro do centro de informática elas tivessem acesso a quem fosse comprar. Então o CESAR foi criado dentro do departamento de informática, teve uma postura de mercado, o CESAR é uma associação civil de interesse privado sem fins lucrativos, mas é privado, então quem são os associados? Os associados são alguns professores do centro de informática que decidiram criar essa iniciativa, então como o CESAR constitui um papel sócio econômico, vários institutos hoje estão por aí, institutos de empresas ou são institutos focados em outros papéis. Então a gente decidiu, eu na verdade eu digo a gente, mas eu estava, eu estava no meu doutorado na época, mas em voltei em 97, sai do projeto em 96, e comecei já me engajar, eu achei a ideia interessantíssima, e eu sempre quis fazer coisas relacionadas com o mercado, com papel social, essas todas, então tudo que... Invés de fazer com que cada ideia, cada problema viesse para ser resolvido por um grupo separado, esses grupos todos estariam dentro do CESAR, então o superintendente do CESAR, centro de informática, mas o superintendente como eu não precisa ser, o superintendente anterior não era professor do centro de informática, e aí o CESAR saiu crescendo, sempre contratando pessoas, profissionais do mercado, os professores tem sempre um papel muito forte do ponto de vista da assembleia, eles fazem como a associação, a assembleia que decidem, tem reuniões pelo menos duas vezes por ano para decidir o que foi feito, e aprovar ou não o planejamento do ano seguinte, e aí a gente tem um conselho também abaixo da assembleia que não é formada só por professores, pelo contrário, tem mais gente não é professor, do que professores. Em

90 o CESAR começou a crescer e tal, mas houve a necessidade de fazer uma conexão maior com o governo, o CESAR nunca teve essa conexão, o CESAR não... Hoje por exemplo, nesse momento a gente deve ter um projeto só com o governo, e é o Exército na verdade, o resto todos os projetos (...), a gente nunca dependeu do governo, a gente tem essa vantagem, que é autossustentável, não temos nenhum *greend*, nenhuma bolsa, nada do governo, o que dá para a gente uma autonomia muito grande, a gente não tem que ficar à mercê de nada desse tipo, e nem contratar filhinho do deputado, nem nada disso, não tem nada disso aqui, está bom, aqui as coisas funcionam por mérito, e aí é mais interessante de trabalhar, eu acho, mais para mim. Então, o CESAR a gente achou que já tinha, o CESAR já tinha criado quando começou a pensar em produto digital, já tinha criado umas dez empresas talvez, e aí o próximo passo seria ter um marco tecnológico, ou seja, ter um ecossistema maior, trazer as empresas mais antigas que estavam por aqui e vendo o movimento também, atrair novas empresas, não ficar um movimento de um único instituto, se uma única coisa, por outro lado, havia o bairro do Recife antigo que estava ficando cada vez mais degradado, porque esse bairro, essa ilha onde a gente está, tem o Porto original da cidade do Recife, e o Porto Suape começou a operar, mesmo naquela época já operava, já estava acontecendo coisas interessantes no porto, e era natural que os navios grandes passassem a sair daqui e fossem para lá, até porque aqui, esse porto dentro da cidade nunca coube, por exemplo, um petroleiro no caso, não tem calado suficiente para isso, então era natural que as atividades do porto fossem para a sua parte, com essa ida toda área portuária de modo geral era uma zona de baixo, de uso complicado, tem prostitutas, tem um comércio complicado, ou seja, aí ele já tinha esse problema (...), havia um interesse do governo que estava na época de revitalizar ele, Jarbas Vasconcelos que era o governador na época da criação do Porto Digital, ele tinha sido prefeito do Recife, e ele tinha feito a tentativa através do turismo de revitalizar, então ele baixou o IPTU de quem fizesse reformas, se mobilizasse para reformar os seus prédios, e os prédios da prefeitura ele reformou, para que as pessoas viessem como podia ficar, e deu incentivos assim, do tipo, ele criou festival da seresta, festa (...), aqui na ilha, sempre na expectativa que houvesse uma revitalização, realmente foram criados muitos bares naquela época, só que a ilha durante o dia não tinha vida, era muito mais a noite, e aí a coisa também não funcionou nesse aspecto. Então, quando ele se tornou governador ele levou para secretaria de ciência Cláudio Marinho, na minha opinião foi genial, porque Cláudio Marinho não é. Eu não vou dizer que ele é um cientista, porque ele é, ele estudou para caramba, gente estudada, vamos dizer assim, mas ele é economista de profissão, e aí ele é pelegador, ele olhou pouco para ciência e tecnologia, habilitador de um desenvolvimento socioeconômico, e não com seu

nome, você pega a secretaria de ciência de tecnologia da maioria dos estados por aí, na verdade eles ficam dando bolsa para academia para academia ficar feliz, e não incomodar o governo, eu sendo professor do centro de informática acredito que o estado tem que pegar, tudo bem, pesquisa básica é fundamental, não tem como, mas tem que haver uma orientação para a gente resolver problemas locais, problemas regionais, problemas do Brasil, e não ficar desenvolvendo coisas para levar o homem à lua, porque a gente vai levar pelo menos a curto prazo, e aí nesse aspecto o setores de esforços para criar o Porto Digital, então ele levou o governador na época ao centro de informática para conhecer o centro de informática e o CESAR, porque o CESAR na época era lá no centro de informática, e aí Jarbas disse agora entendo porque você queria me trazer aqui, puxa, ver as coisas é diferente de ouvir falar, parque ecológico urbano, a diferença da maioria dos outros parques é essa, muitos parques estão sendo criados no Brasil na minha opinião eles tem um problema de (...), esses parques que eu vou mencionar que eles são muitos distantes da cidade, por ser uma área geográfica só feita para o parque, eles tem um programa de origem, eles não tem bares e restaurantes, não tem uma infraestrutura de serviços, eles não tem ônibus, não tem transporte, eles não tem uma universidade do lado, é fundamental que academia esteja junto, eles tem massa, parece uma área que você coloca disse assim, agora cresça o parque, isso vai demorar uns dez, vinte anos para acontecer de fato, enquanto que aqui tem teve a vantagem o seguinte, quando as empresas começaram a vir para cá e claro que tinha muito mais dificuldades do que a gente tem hoje, até fibra ótica o Porto Digital na época, por gestão do Porto Digital passou fibra ótica na ilha toda, de sair e colocando a infraestrutura para que as empresas pudessem vir para cá, e esse prédio que a gente está aqui pertence a gestão do Porto Digital, MGPD, e eles reformaram o prédio e trouxeram... Ofereceram para a gente do CESAR vir para cá, com uma vantagem de alguns anos de carência de aluguel, hoje em dia a gente paga, porque a gente estava saindo de uma estrutura que era nossa dentro da universidade, então claro que a gente aqui ia ter mais gastos, por outro lado a gente vindo para cá a gente ia estar num sistema que podia expandir, podia ter mais empresas também, e para eles, para o Porto Digital também era importante, porque ao vir para cá o CESAR trouxe dez empresas, as empresas que estavam sendo criadas por nós na época, e já tinha sido criadas também, então já povoou de certa a forma a ilha de uma forma muito rápida, e depois outras empresas começaram a perceber que valia a pena vir para cá. Então, levanta o Parque Tecnológico Urbano, e que já tinha a parte de transporte toda resolvida, porque a prefeitura fica aqui do lado, a Receita Federal fica do outro lado aqui, tudo aqui perto, ou seja, a questão de transporte estava resolvida, ou pelo menos bastante evoluída em relação a partes normais, o

CESAR vinha para cá, e verdade que não tinha faculdade aqui na ilha, mas o CESAR vinha para cá trazia uma relação com as universidades. Agora a gente está criando a Faculdade CESAR, vai começar no início de 2016, a gente já teve aprovação e tudo, fazendo o dever de casa de estruturar melhor as coisas, já tinha os restaurantes que são fundamentais para a pessoa ir andando, e não ficar comendo quentinha o tempo todo, e um campo onde desce muito barco, ou seja, já tinha esse ambiente, tem as dificuldades da ilha de ser uma ilha histórica, e aí qualquer prédio que você for mexer, se achar uma ponta de flecha pare, porque o IPHAN vai chegar, o que é positivo, mas eles podiam ser um pouco mais ágeis, nas análises deles, e obviamente a ilha tinha um outro uso, o uso era de realmente transporte, aqui tem muitos e muitos galpões que são depósitos de mercadorias, isso começa a mudar agora, até porque a quantidade de caminhões que passa aqui gigantesco, porque o porto continuou funcionando, o porto tem desembarque de automóveis, de máquinas pesadas ainda, e grãos, que são coisas que a gente está tentando mexer aqui, eu acho que o porto devia ter um outro uso hoje dia, e muito mais, só para turismo, as pesquisas da universidade é oceanografia e outras coisas, até porque metade da ilha, essa ilha tem cerca de 100 hectares, exatamente metade 52 hectares é usado pela sociedade normal, assim normal, a sociedade de um modo geral, e a outra metade dos 48 hectares é usado para o porto, então imagine se o porto sai daqui, e a expansão que a gente iria ter aqui, aí toda área do porto não é tombada, e aí você pode (...), não é para construir espigões, eu não acho que tem que construir nada espigões aqui, mas eu acho que tem um outro uso que pode ser feita para a ilha bem mais interessante. Então, o Porto Digital ele veio trazer um suporte de políticas públicas a um movimento que já estava acontecendo, movimento de efervescência da criação e empresa de alta tecnologia em Recife, a partir do Recife, de manutenção de gente aqui, e não só manutenção, mas a gente estava conseguindo atrair de volta pessoas que tinham deixado Recife, e também pessoas de outros lugares, aqui no CESAR nós temos três americanos, um francês, um indiano trabalhando, gostaríamos de ter mais, mas xenofobia brasileira é muito complicada, a maioria deles que tem aqui é porque eles conseguiram casar ou já estavam casados antes de eles virem para cá com uma brasileira, ou vice e versa, então eles conseguem trabalhar no Brasil, depois tem que sair do país, o que é uma pena, porque essa multiculturalidade é importante para o nosso pessoal saber tratar com pessoas de outros lugares, até porque tem fatores bem passionais, e aí é importante que eles saibam por que surgiu (...) então a questão do CESAR e do Porto Digital é uma simbiose interessante, Instituto âncora aqui do Porto Digital, e o porto traz recursos que o CESAR não tem para conseguir fazer, por exemplo, Porto Mídia, porque pessoas agora que são da área Tecnologia Objetiva (...) seja muito caro,

então tem que trazer pessoas com novas ideias, etc, eles podem chegar e usar o laboratório do Porto Digital e a partir daí criar novas empresas também, não só da área de informática em sim, mas usando tecnologia como habilitadora para essa nova indústria, o que a gente está tentando fazer agora Gabriela, é que, veja, Pernambuco está passando por três revoluções, uma do século XIX, que é a revolução industrial, então Pernambuco já teve indústrias, nós tivemos indústrias interessantes aqui, mas quando houve a globalização a maioria das indústrias daqui foram vendidas para Rio, São Paulo e exterior, então mesmo elas ainda existindo elas não são mais nossas, no sentido de ter acesso a esse pessoal, para entender os problemas deles eu tenho que ir para Rio e São Paulo, por isso que a gente tem escritórios em São Paulo, a gente tem filial em Sorocaba, Curitiba e Manaus, Manaus tem muita indústria também, e a gente resolve muito tardiamente, as indústrias estão voltando para cá por conta do porto e etc, a gente faz parte da revolução do conhecimento, a parte da tecnologia de informação e comunicação, só que a gente tem que separar a revolução do conhecimento, na minha opinião em duas partes, uma é a revolução do conhecimento de desenvolver, é conhecimento? É, você não precisa de máquinas pesadas, não é uma indústria, mas é de certa forma quase que uma indústria de software, então você está desenvolvendo sombra para alguém que já trouxe o problema e a solução, e só quer que se implemente a solução, isso é o que uma fábrica de software normalmente faz, algumas vezes ele está desenvolvendo seus produtos próprios, mas de modo geral o problema já foi detectado, e a solução também, ou às vezes eles querem que a gente participe da solução e as empresas daqui vão desenvolver sua... O resultado, embora tenha empresas aqui, principalmente as empresas que o CESAR criou tem produtos próprios, ou seja, eles na época nós aqui do CESAR encontramos alguns problemas principalmente com as empresas que não tinham sido ainda adquiridas por grupos de fora de Pernambuco, então a gente tinha um acesso muito forte, por exemplo, ao Banorte, ao Bompreço, Bompreço hoje é o Wal-Mart, então eu vou falar com que, na Califórnia? Você perde um pouco da capacidade de encontrar os outros apenas porque eles estão lá, a não ser que você queira pegar os problemas periféricos, os problemas periféricos das empresas estão aqui, mas aí você vai resolver os problemas, mas não vai de fato desenvolver alguma coisa diferente, que crie uma nova empresa, então a gente, segunda revolução que eu falei, essa do conhecimento, de software e tal, mas a terceira é da concepção, e é essa que o CESAR tem mais a ver, a revolução da concepção é a revolução do design, o design não no sentido que o brasileiro enxerga, não, normalmente brasileiro enxerga design como design gráfico, a gente está falando design é concepção, é você chegar e dizer assim, tem um problema aqui, primeiro, identificar o problema, as pessoas de um modo geral não conseguem identificar o

problema, esperam que alguém traga o problema para ser resolvido, tem uma palestra que eu dou de cultura de inovação onde eu saio pontuando cada um dos problemas do Brasil no contexto brasileiro de inovação dizendo como que a gente deve tentar resolver cada um deles, porque um deles é o nosso modelo pedagógico, que é tudo de bandeja, outro é a pauta de investidores no meio, ou seja, tem uma série de fatores que tem que ser tratados para que a gente consiga pegar um modelo de concepção, a NIKE é uma empresa de concepção, ela não tem uma fábrica, a Apple é uma empresa de concepção, também não tem nenhuma fábrica, quem fabrica para a Apple é a Fox.com, a Apple é uma empresa de design, uma empresa da terceira revolução, então é isso que a gente está tentando trazer para cá, que a gente agora está começando, quer dizer, o CESAR faz isso já há bastante tempo, as empresas do grupo fazem isso também, mas do ponto de vista de isso ser percebido como um ativo regional, começa a ser percebido agora, quando a Fiat traz para cá não a fábrica, a fábrica é ótimo, sem dúvida, muito importante, mas na minha opinião mais importante que a fábrica é o centro de inovação automotiva que eles estão trazendo para cá, então eles estão trazendo um centro de inovação e engenharia automotiva que é gente pensando, concebendo coisas novas, a partir do momento que Fiat faz isso os seus fornecedores de primeiro nível tem que fazer também, porque na hora que a Fiat decide que vai desenvolver uma certa parte deles, o fornecedor daquela parte tem que estar junto, porque ele vai ter que trazer um novo produto para a Fiat, então eu acredito que isso vai dar uma movimentada gigantesca, o desafio é a gente conseguir formar gente suficiente para isso, então a gente está correndo atrás para a universidade dar forma, mas normalmente a questão é limitada por ser pública, ela não pode simplesmente aumentar a quantidade de cursos de uma hora para outra, mas o CESAR pode, o CESAR, o SENAI, que a gente está começando curso para eles, a gente está tentando fazer, eu acho que eu falei pra caramba, mas eu tentei dar uma visão geral da história, como é que o centro de informática se conecta com o CESAR, como é que o CESAR se conecta com o Porto Digital, na verdade o centro de informática se conecta com o Porto Digital, as pessoas confundem muito o papel do CESAR com o papel do Porto Digital, mas eu prefiro dizer assim, eu acho que a melhor forma de identificar esses papéis é dizer que a relação do CESAR com Porto Digital é a mesma da C&A com o Shopping Barra, a C&A está no Shopping Barra, mas ela não pertence ao Shopping Barra, nem sei se está, eu peguei um exemplo do Shopping Barra, mas é a única coisa que eu conheço no Rio de Janeiro de nome, então eu estou querendo dizer o seguinte, claro que nós temos uma relação, claro que nós temos, eventualmente o shopping faz uma propaganda junto com a C&A, a gente também faz, a gente faz projetos conjuntos, mas o CESAR é o CESAR, o MGPD é outra, o CESAR simplesmente em Recife está centro do Porto

Digital, mas, por exemplo, em Sorocaba o CESAR está dentro do parque ecológico de Sorocaba, esse outro conselho do Porto Digital que já está no Porto Digital, como também Chico Saboya, que é presidente do Porto Digital está no conselho do CESAR.

Está certo. Deixa eu só voltar um pouquinho nessa sua fala, você falou do planejamento de 85, no CIN, quem estabeleceu as metas desse planejamento, quem fez esse planejamento, que elaborou isso?

O principal mentor de tudo isso foi Silvio Meira, ele que puxou realmente essas inquietações tanto do ponto de vista do centro de informática, o CESAR e o Porto Digital, mas obviamente que tudo isso tem o papel de outras pessoas dependendo de onde era, por exemplo, no centro de informática Silvio foi fundamental, mas Paulo Cunha também foi, então Nilton Galamba também foi, então tem pessoas, e eles conversavam muito, talvez Silvio ele é mais conhecido, mesmo porque ele dá muito mais palestras, mas nesse ponto do centro de informática Paulo Cunha foi muito importante.

Todos são professores? Todos eles são professores.

Professores do centro de informática, todos, em 96 mais uma vez, em 96 eu tenho dificuldade de dizer exatamente o que aconteceu porque eu não estava no Brasil, mas em 96 foram oito professores (...) do CESAR, então Paulo Cunha estava lá também, Silvio Meira, outros seis professores, eram professores que na época tinham cargos de chefia e coordenação dentro do centro de informática, era uma forma de manter uma coesão para criação do SESI, no caso do Porto Digital foi Silvio Meira, mas importantíssimo Cláudio Marinho, Fábio Silva, por exemplo, no caso do SESI também foi importante, em, 96, o tripé do SESI em 96 foi Silvio Meira, Fábio Silva e Ismar Kaufman, Ismar Kaufman não era professor, era aluno de mestrado eu acho, mas ele era muito ligado a mercado, então entrou nessa criação, se você olha o Porto Digital tem um papel muito forte de Cláudio Marinho, de Silvio Meira... Eu acho que somente desses dois, e talvez Fábio Silva também que também era professor do centro de informática da mesma forma que ele foi presidente do CESAR ele foi o primeiro presidente do Porto Digital, Fábio Silva, ele foi o cara que tinha que desbravar e colocar as fibras óticas, reformar prédio histórico, uma confusão danada, então o centro de informática, se todos os professores ficassem achando que tinham que ficar dentro da sua redoma acadêmica (...) um departamento de classe mundial, muito bem o que é se tornar um departamento de classe... Em periódicos, etc, está em cima, você tem uma produção científica relevante (...) já tinha em 92, então eles podiam muito bem ter ficado parados, já fizemos nossa parte, se o mercado

daqui não está contratando as pessoas é um problema do mercado, não um problema da universidade, só que como eles não ficaram parados, eles fizeram mais do que era esperado para docente na universidade pública, o Recife BEAT primeiro, depois o CESAR e depois o Porto Digital, porque o cara tem que ir a tudo, se a gente... Existe uma coisa muito forte aqui que eu diria que é ideológica, é idealismo, a gente quer que haja um... Isso é importante, porque do jeito que estava todo mundo ia educar seus filhos para falar inglês ou para ir para outro estado que aqui não rolava nada, ainda tem muita coisa para acontecer, mas já melhorou demais, em relação ao que tinha no passado, entendeu?

Recife BEAT e o CESAR.

O Recife BEAT de certa forma ele foi a precursora do CESAR, porque o Recife BEAT foi incubadora, em primeiro lugar não tinha nem CNPJ, era uma coisa interna do departamento, e o Recife BEAT ele não foi feito para falar com o mercado, Recife BEAT era uma incubadora dentro da acepção da palavra mesmo, havia um espaço físico para os professores ou os alunos, quem quisesse, no centro de informática deveria criar a sua empresa, porque o laboratório lá com máquinas, e tinha softwares que eles podiam usar, etc, e eles poderiam trabalhar essa empresa, veja, Recife BEAT não tinha um gerente de negócios, não tinha ninguém da área de negócios, Recife BEAT não tinha ninguém... Nós, qual a diferença do CESAR, nós temos 30 designers aqui dentro, nós temos 400 engenheiros, ou seja, nós fazemos, o CESAR tem o seu pessoal, no momento cerca de 550 pessoas, então nós temos o nosso pessoal, nós fazemos projetos direto com as empresas, o Recife BEAT não fazia, Recife BEAT era incubadora, então cada uma das empresas que entrasse elas iam se virar com o seu programa de negócios, com suas ideias, não era nem uma aceleradora, não havia (...) numa certa direção.

Não havia...?

Oi?

Desculpa, não havia o quê?

Não havia gente no Recife BEAT para orientar as empresas em uma direção, era mais um espaço de criação de empresas, mas onde cada um ia se virar para criar a sua, quando o CESAR foi criado, não se pode enumerar todo... Em vez de ter uma empresa aqui, outra ali, outra ali, não, tinha o CESAR, para que essas empresas se tornassem... Quando o projeto do CESAR se tornasse forte o suficiente ia ser criada uma empresa e essa empresa ia estar sempre... Até hoje as empresas que fazem parte e que o CESAR ainda tem ações tem no

cartão de visita deles “uma empresa CESAR”, e não é porque a gente pede não, é porque para eles é importante, como o nome do CESAR hoje é conhecido, quando eles vão se apresentar, olha, eu sou da (00:41:17) uma empresa do CESAR, então a gente conseguiu criar essa reputação que faz com que as pessoas recebam o nosso pessoal, diferente do Recife BEAT.

Eu quando montei o questionário eu fiz mais questões sobre o centro de informática, então a próxima pergunta eu gostaria de saber do objetivo da cooperação entre universidade, empresas e governos no projeto de Porto Digital e como ela está estruturada atualmente.

Bom, ela viu falar do ponto de vista do centro de informática, eu não vou falar do ponto de vista da ORPE como um todo não.

Tá.

Porque eu considero o centro de informática como uma ilha dentro do ORPE, mas isso é outra história. O objetivo do centro de informática no Porto Digital era ter... Veja, se cada um fizer o seu papel direito uns não precisam, fazer o papel dos outros, como o centro de informática fez na criação do Recife BEAT e na criação do CESAR, então eu acho que o que o centro de informática espera do Porto Digital é que haja um incentivo maior para atração, e também que essa atração faça com que as empresas vão procurar o centro de informática do ponto de vista de fazer pesquisas para essas empresas, melhorar a relação universidade – empresa, a partir do momento que o porto digital se torna conhecido como ele é hoje facilita para o centro de informática ser procurado pelas empresas, e facilita também para os alunos do centro de informática, os egressos do centro de informática que já está todo estruturado terem campo de trabalho aqui, então tem essa via de mão dupla, assim, os alunos vem para cá porque aqui não é só mais o centro de informática, os alunos vem e tem aulas de informática no centro de excelência, mas também em algumas vezes na expectativa de abrir sua empresa, de trabalhar numa empresa de classe mundial no nordeste, porque senão eles sabem que vão ter que sair daqui todos para o sul e sudeste, a gente aqui no nordeste, não posso falar no nordeste como um todo, mas nessa parte do nordeste a gente tem um certo bairrismo positivo, vamos dizer assim, com interesse genuíno de ficar por aqui, gente que gosta daqui e quer ficar aqui, só que a gente quer ficar aqui de uma forma digna, de uma forma legal, que tenha condições, de fato, de a gente trabalhar aqui, sem precisar recorrer a sair do país ou sair da região, então eu vejo que muita gente no nordeste olha para o CESAR e para o Porto Digital e para o centro de informática e fica, poxa, como é que eu faço para ter uma coisa desse tipo aqui na minha cidade? Eu já fui dar palestra a dar com pau aqui, na região, e as pessoas querem entender

como isso funciona, o único problema é que eles acham que pode construir isso em dois anos, através de um decreto qualquer, e não é assim, essa história tem trinta anos, então do ponto de vista do centro de informática se você for no centro de informática hoje em dia você vai ver a quantidade de projetos de cooperação que o centro de informática tem direto, não é através do SESI, o centro de informática tem direto nas empresas, então ele tem um projeto hoje com Motorola, projetos gigantes, Motorola, Sony, com a Apple, não sei Itautec implantou, eu não sei, mas tem projetos muito interessantes lá, e isso faz com que tenha outro retorno interessante, e aí do ponto de vista da cooperação em si, é que os alunos perceberam como começou a cooperação em 2000, os próprios professores perceberam também que as aulas ficaram melhores, na hora que chegavam na sala de aula dizia, olha, essa técnica aqui serve para isso aqui, eu já usei, é diferente de você dizer, essa técnica está no livro tal, então a vivência mudou completamente na sala de aula, são muitas vertentes, muitos vieses que tem em que é importante a presença do Porto Digital, a presença do CESAR, do centro de informática, para as empresas se chegarem.

Está certo. E quais então, na sua opinião, em suma, os principais benefícios do parque, do porto digital para o setor de software?

O parque ele oferece, bom, tem uma redução de ISS, embora eu não ache que é isso que as empresas estão buscando, que como o parque é uma área histórica ficar aqui é mais caro do que ficar em outro lugar, os prédios, o aluguel é caro, é mais caro do que o normal, tá? Se a gente estivesse, por exemplo, em outra área da cidade cheia de galpões e prédios mais baratos esse aspecto seria a se pensar, mas não, teve ISS reduzido, mas eu acho que o principal, bom, tem outros problemas também, você, certificação de empresas, você quer pegar o MPS-BR, quer fazer o CNMI, o Porto Digital dá subsídios, o Porto Digital tem sua incubadora, a gente também tem, agora o Porto Digital tem aceleradora, a gente também tem, mas assim, tem opções de aceleração, o Porto tem uma série de laboratórios na área de mídia, principalmente, uma série de laboratórios que você usa, não sei se de graça, ou com uma taxa baixíssima, como CESAR não trabalha nessa área eu não sei, mas uma série de vantagens nesse aspecto e tem também certificação em cursos de inglês, curso de Java, uma série de cursos que são extremamente subsidiados também, então quando a empresa vem para cá tem todas essas vantagens, agora, outra vantagem é que as empresas elas estão próximas, então eu posso ter um problema que já foi resolvido por uma segunda empresa né? E aí no café, no almoço, nesses encontros e tal há uma troca muito interessante de informações, no caso do CESAR isso acontece naturalmente ainda geralmente com as empresas que nós criamos, ou às vezes a

empresa está no porte médio ou pequena ainda com 30 pessoas, 40 pessoas e não sabe lidar direito com gestão de projetos aí o nosso pessoal do (00:48:35) vai lá dar uma ajuda que a gente tem uma experiência de dezenove anos, então a gente vai a ajuda, informa como deve ser feito, no caso, por exemplo, de criação de empresas a nossa aceleradora é diferente de uma aceleradora que seja só aceleradora, agora estou falando do CESAR, mas como o CESAR está dentro do parque, funciona de certa forma como um ativo do parque, nesse aspecto, então, por exemplo, a nossa aceleradora do CESAR todas as empresas que estão aqui dentro elas tem um mentor que geralmente não é do CESAR, é uma pessoa das empresas do entorno, então essa é uma vantagem também, a gente tem um momento hoje mentores muito fortes aqui, então os mentores eles querem participar porque eles querem achar uma oportunidade e eles não veem nada, às vezes que eles querem achar uma oportunidade, às vezes que eles querem ajudar realmente empresas na nascente, eles querem de alguma forma participar daquela empresa no futuro, comprar uma participação, eu não sei, mas muita gente topa ser mentor, então esse mentor ele também tem apoio de duas pessoas do CESAR, um gerente de negócios e um gerente de projetos, desculpa, e um consultor interno, veja que isso é diferente de quem só faz aceleração, quem só faz aceleração não vai achar uma pessoa de negócio, uma pessoa interna, um cara técnico tão facilmente, como nós temos o CESAR, o CESAR é dividido em três partes, design de engenharia, educação e empreendedorismo, então se a gente separar isso aqui seria péssimo, é ótimo que empreendedorismo possa contar com educação, os nossos empreendedores aqui eles podem fazer os cursos que o CESAR oferece com desconto, e também eles podem como eu disse, usar o pessoal de design e engenharia, então se o cara está com uma dúvida técnica nossos consultores, tem uns consultores aqui que são absolutamente ninjas realmente, então ou eles mesmos resolvem o problema, ou eles sabem quem sabe, nesses 400 de engenharia aqui, vai alguém conversar com eles lá, então é uma aceleração bem diferenciada que a gente tem aqui, então, supondo, uma pequena empresa está aqui e resolve que vai ser incubada no porto, mas precisa ser acelerada no CESAR, esse ecossistema é muito interessante, poder conversar com pessoas que já criaram empresa, pessoas que fizeram sucesso, pessoas que já pagaram em muitos eventos aqui de coisas desse tipo e seria difícil ter... É muito pulverizado né?

Sim.

Como aqui na ilha, eu acho que hoje está em torno de 240 empresas eu acho na área de informática então tem todo tipo de empresa por aqui, todo tipo de experiência.

Você já disse um pouco, mas não sei se você quer acrescentar, você já disse um pouco sobre isso, mas não sei se você quer acrescentar, que seria como ocorre a interação entre as empresas nesse ambiente, você quer acrescentar?

Existem algumas interações formais que não são, nesse aspecto o MGPB não está fazendo muito, isso está acontecendo mais pelas próprias empresas, ou por eventos que são feitos por terceiros, por exemplo, a gente tem um parque de Hubel, um dos Hubs do parque de Hubel fica aqui na ilha e eles fazem muitos eventos de cooperação, o pessoal software também faz, e pessoal do CESAR também faz, a gente traz intervalos técnicos, o pessoal vem e pode se inscrever, pode participar e tal, então tem muitos eventos de interação e também tem obviamente o fato de se encontrar de uma forma informal, se encontrar num restaurante para resolver problemas desse jeito, mas tem muito evento aqui, evento até demais às vezes, para o pessoal participar e tudo, mas já se tornou parte do ecossistema esse tipo de coisa, o pessoal da Perestroika chegou aqui também, o pessoal da Endeavor está aqui há bastante tempo, ou seja, tem um bocado de gente fazendo coisas ao mesmo tempo e aqui já está bem efervescente, então não é por falta de espaço para se encontrar, tem espaço pra caramba, tem evento pra caramba.

E como é que você avalia a relação entre o mercado e a universidade no Porto Digital, qual a sua avaliação?

O mercado, universidade e Porto Digital?

No Porto Digital.

Mercado e universidade no Porto Digital. Veja, aqui no porto tem algo ali que está muito... Praticamente inexistente, o seguinte, o porto, estou falando do ponto de vista geográfico, tá?

Tá.

Do ponto de vista geográfico a universidade não está presente aqui, a universidade está a quinze quilômetros daqui e nessa distância, pode parecer pequena, mas é importante, termina não havendo tanta parceria quanto poderia, se você pensar que a universidade de uma certa forma o centro de informática está representado através do CESAR aí tudo bem o CESAR está aqui, o CESAR tem muita parceria com empresa, o que o porto fez ano passado foi um movimento de aproximação com o centro de informática, o porto agora tem um núcleo dentro do centro de informática...

Tá.

Com viés justamente de identificar os alunos que fizeram empreendedorismo, pelo que eu entendo, eu não conheço muito desse núcleo ainda, mas esse núcleo ele está lá para apoiar disciplina de empreendedorismo, disciplina de projetar, que é uma disciplina em que se cria muitas ideias, tem gente de informática, designer, medicina, arquitetura, uma disciplina multidisciplinar que o centro de informática criou em 2000, então o porto está com um núcleo lá para diminuir essa distância física, então nesse aspecto está havendo essa cooperação, eu não estou vendo muitos alunos hoje em dia saindo para criar empresas no centro de informática, tem mais de outros lugares, tenho impressão que infelizmente a oferta de concursos públicos atrapalha bastante, acredito que isso não é um problema só do Recife, a diferença é que vocês no Rio e em São Paulo tem um conjunto de universidades gigantescas e a população também é bem maior, e aí você tem uma oferta mais... Essa questão do concurso público o valor que está sendo pago nos salários públicos é bem complicado, como é que você vai concorrer, porque inclusive os salários públicos eles não fazem diferença regional, enquanto que os salários privados tem diferença regional porque o custo de vida daqui é menor do que o daí, por exemplo, os salários públicos eles dão geralmente para órgãos federais, eles são iguais em qualquer lugar do Brasil, então o cara vai ganhar como, sei lá, auditor, ou ele vai para o Banco Central para ser analista de sistemas ele vai ganhar uma fortuna para trabalhar seis horas por dia, e aí vai entrar em depressão, mas vai ficar... Vai ganhar bem.

Está certo. E o que o CIN entende por inovação?

O que a gente entende por inovação?

O centro de informática. Se você conseguir falar dessas duas coisas.

Na verdade essa inovação do CESAR e centro de informática é a mesma, o que a gente entende é a mesma coisa, inovação é criatividade versus execução ou retorno, então se você tem só criatividade, você tem uma ideia, você pegou sua ideia e executou, você tem uma invenção, agora, se você tem sua ideia, executou e dá retorno, tem interesse da sociedade, então você tem uma inovação.

Ok. Você já falou um pouco dos formados da universidade de informática, como está a situação desses formados, eles têm ficado realmente em Recife, Pernambuco, tem saído, e

além dos formados, as pessoas, e as empresas incubadas tem ficado também no Recife, Pernambuco, ou tem saído?

Olha, no caso dos formados eu teria que perguntar como isso está lá no centro de informática, eu estou participando bem menos hoje em dia, eu vou, dou minhas aulas e eles vem para cá, mas eu não saberia dizer como é que eles estão do ponto de vista do mercado, se eles estão ficando, se eles estão indo embora, eu acho que alguns estão indo para o exterior, eles querem ter uma experiência fora, alguns vem aqui para o CESAR e outros abrem suas empresas, eu teria que fazer um levantamento, agora, do ponto de vista das empresas elas vão ficando aqui, o que acontece é que a maioria dessas empresas daqui, pelo menos que o CESAR criou tem alguém em São Paulo, então elas ficam aqui, mas ou já tem gente em São Paulo, gerente de negócios, o próprio CEO da empresa está morando em São Paulo, ou o CEO, assim, o negócio fica aqui e o CEO em São Paulo, porque se você quiser vender qualquer coisa para uma empresa, mesmo que ela esteja aqui, você não vai conversar com ninguém aqui, você vai conversar em São Paulo, os escritórios de negócios estão lá, tanto é que, por exemplo, nossas filiais elas estão em Sorocaba, Curitiba e Manaus, mas tem um escritório de negócios em São Paulo, capital.

Está certo. E o CIN e o CESAR possuem projetos de inclusão digital?

De inclusão digital?

É.

Não, o CESAR não tem, pode ser que o CIN tenha, a gente tem projeto de inclusão social, inclusão digital não.

E o que seria esse projeto de inclusão social?

Por exemplo, na verdade nós participamos, e isso é importante que fique claro se você for escrever sobre isso, pelas permissões que nós temos em falar desse projeto.

Ah, está bom.

Nós temos um projeto do Instituto Oi Futuro, que é um projeto do Instituto Oi Futuro, vamos deixar bem claro, se eu disser que o projeto é do CESAR e sair desse jeito, e vou ter problemas com o Instituto Oi Futuro, eles são muito rígidos com relação a isso, então o CESAR é um executor do projeto, vamos falar o que o CESAR é para o projeto e o que o CESAR faz de fato, para o Instituto Oi Futuro nós somos um fornecedor, por estarmos

fornecendo o ensino lá na NAV, para que nós desenvolvemos toda a metodologia educacional, desenvolvemos todos os cursos e executamos esses cursos, os professores que dão aula são do CESAR, profissionais do CESAR, então hoje tem duas escolas, uma no Recife e outra aí no Rio que são escolas chamadas NAV, Núcleo Avançado de Educação, já ouviu falar?

Eu acho que o Silvio Meira comentou sobre isso.

Esse núcleo avançado de educação são escolas de ensino médio e o Instituto Oi Futuro fez uma parceria com o Rio de Janeiro e com Pernambuco, ele queria uma no Rio, porque a Oi fica no Rio inclusive, Rio e Pernambuco, e o CESAR fica aqui e ficava mais fácil de fazer os testes, o que a gente faz é que a gente dá um treinamento para os meninos do ensino médio e eles saem técnicos em desenvolvimento de software de informática ou técnicos em design, isso aqui no Recife, no Rio tem três vertentes, tem desenvolvimento de software, design e tem... Uma terceira, que no Rio é diferente, aqui no Recife o CESAR faz tudo, o estado continua dando as aulas de português, matemática, física, química, os professores do estado, o CESAR dá o extra, não é no contra turno porque a gente conseguiu fazer de uma forma integrada, a escola abraçou bem isso aí, e a gente faz de forma integrada, então assim, de manhã começava as aulas normais e de tarde são as aulas de informática, não, tem aulas no meio do caminho, e aí como a gente precisava de designer de engenharia os meninos saem e a atração para isso é fazer com que eles queiram desenvolver jogos, por que jogos? Porque eles gostam de jogar, então em gostar de jogar fica mais fácil querer que eles queiram desenvolver jogos, porque eu não sei se você sabe, mas há uma dificuldade muito grande em todos os países, não só os em desenvolvimento, mas países (...) então a forma que a gente achou de atração foi fazer com que eles queiram desenvolver jogos, você gosta de jogar, porque você não vem desenvolver um jogo aqui com a gente? Então eles aprendem primeiro jogos analógicos, eles aprendem a desenvolver jogos analógicos, depois eles vão para fazer jogos digitais, e aí tem tanto a parte de design do jogo, personagens, etc, como também a codificação do jogo em si, (...) muito bons, nós temos 30 egressos da área de Recife trabalhando aqui no CESAR e não é porque a gente é bonzinho não, é porque eles são bons mesmo, e para gente é o maior orgulho porque alguns deles estão no ciência sem fronteiras nos Estados Unidos, também eles decidiram, os três que foram para o ciência sem fronteiras agora, eles decidiram ir para o Estados Unidos, não quiseram ir para Portugal como muita gente está indo, eles viram a oportunidade de aprender (...) então esse é o objetivo de inclusão social, a primeira turma que veio apresentar aqui no CESAR eles ganham, praticamente todo

ano eles ganham prêmios no simpósio brasileiro de Gates, SP Gates, eles vão concorrer com universitários, com, empresas, e ganham, então eles agora foram para o Anima Mundi mais de uma vez, não é fácil Anima Mundi, eles foram selecionados etc, então a primeira turma que se deu bem que tinha ganho um prêmio eu convidei para vir dar uma palestra aqui no CESAR, eram oito alunos, quando terminou a palestra eu mandei contratar os oito, os caras tomaram, mas como, eles acabaram de sair do ensino médio, eu disse, olha, minha vantagem é que eu só tenho que decidir contratá-los, você tem que saber como, se vai contratar como melhor aprendiz, se é como estagiário, sei lá como você vai fazer, mas entrei, e o que aconteceu? Eles não tinham dinheiro para pegar o ônibus para vir trabalhar, na verdade ele não tinha dinheiro para fazer a apresentação, a gente que pagou para ele ir, e a gente antecipou o primeiro salário deles para eles poderem vir trabalhar, eu acho isso fantástico.

Com certeza.

Inclusão social na veia mesmo, agora além disso a gente participou, não sei se você conhece, Conectiva Coca Cola?

Não.

É uma iniciativa do Instituto Coca Cola e eles queriam fazer uma ação nas favelas do Brasil, mas nas piores favelas e nos piores lugares das favelas, dar treinamento em logística, ponto de venda, a prestação básica, o básico, de forma que esses jovens conseguissem ajudar nas favelas aos seus pais, tios, para vender o serviço de melhoria de uma pequena loja, e com isso eles pudessem ganhar algum dinheiro, e isso deu muito certo, quando a gente saiu do projeto estava formando vinte mil por ano, o CESAR saiu porque ficou grande demais, a gente já tinha criado a metodologia, já tinha plantado, fez os ajustes todos, agora é uma questão muito mais de colocar replicadores, isso não é o nosso papel, e aí a gente passou para a Fundação Roberto Marinho, que opera hoje, tem o centro de juventude também em Belo Horizonte, tem a Plug Minas também, que é para pegar jovens também de comunidades, em Minas era a antiga FEBEM e o Governo de Minas decidiu transformar num lugar de nascimento, de geração, então chegaram à conclusão de pegar a FEBEM para dar experiência e tornar os meninos protagonistas e perceber que eles são capazes, aumentar a autoestima deles, e fazer com que eles percebam que tem doze estações lá, eles podem escolher o ciclo, e até desenvolvimento de software também, mas por acaso, não é porque é o CESAR que tem que ser desenvolvimento de software, colocou circo, tem teatro, tem dança, uma série de coisas lá que eles podem se identificar, passam alguns meses em cada uma dessas aí para ver o que eles

gostam, então tem depoimento de menino que era transportador de drogas em pontos de venda, e ele achava que ele não estava fazendo nada de errado porque ele não estava vendendo drogas e ele não era drogado, ele ganhava mil e quinhentos reais por mês, quatorze anos de idade, ganhava bem pra caramba, eu saí hoje, ele disse, olha, eu venho do sul de Minas (...) Então ele deixou, vem para cá que eu vejo agora outra percepção para meu futuro, mas também se não vier eu não tenho medo, que eu não faço mais entrega de drogas, (...) então são histórias que eu acho que ressalta o papel socioeconômico do CESAR, quando eu falo papel socioeconômico o social não tem a ver só com essas comunidades, as conversas com a gente são fantásticas, mas o fato de o CESAR existir e estar criando empresas aqui para a gente é muito importante, porque a gente está dando condições das pessoas daqui ficarem aqui.

Ótimo. E na sua opinião... Só um momento.

Eu não sei se eu estou conseguindo responder ao que você quer não...

Está ótimo, está excelente, está indo além inclusive. Qual a importância do investimento em tecnologia e ciência para o desenvolvimento local?

Para o desenvolvimento o que, global?

Local.

Local. Olha, do ponto de vista da... A gente está tentando fazer agora (...) As empresas que o CESAR criou, a grande maioria delas tinha uma base tecnológica e científica, elas ainda publicam, inclusive, artigos, além de serem empresas que publicam artigos, estar produzindo coisas novas, se você perceber, por exemplo, a Neurotec, é uma empresa de redes neurais que foi criada a partir de (...) análise de crédito, para análise de fraude em pontos de energia elétrica, etc, e isso na época era uma novidade, porque (...) antigamente não se usava completamente como é o caso da rede neural, mas e a gente não tivesse um grupo de rede neural forte aqui no centro de informática não teria conseguido fazer isso, a Tempes também tinha um grupo de segurança e informação extremamente forte, na (...) a ponto de lançar seu primeiro chip aqui na 01 para colheita de energia usando (01:10:44) pequenos, também é um tipo de conhecimento que nem todo mundo tem na esquina, você faz o design do chip, então eu acho que a importância é muito grande, acho que poderia ser melhor direcionada, acho que a gente atira para todos os lados, eu não concordo com o modelo de autonomia universitária que se tem aqui no Brasil, qualquer professor pode fazer o que bem quiser, eu acho que você

tem que ter focos, eu vejo muito pouco, por exemplo, a minha área, sistema de tempo real, se você perguntasse há alguns anos atrás, hoje em dia eu estou um pouco enferrujado, claro, mas se você perguntasse alguns anos atrás eu teria dito exatamente à você os principais centros do mundo em sistema de tempo real, agora, você pega uma universidade brasileira de um modo geral ela é especialista em tudo, então você não chega e diz assim, tá, a UFRJ é um pouco diferente porque a UFRJ tem influência da Petrobras, então você tem todo já um trabalho de óleo e gás por conta da influência de um grupo gigantesco, mas eu não sei se isso aconteceria se não houvesse a Petrobras do lado, eu acho que termina havendo uma pulverização muito grande, e aí você termina, se você centrasse mais os esforços nessa direção você teria UFRJ especialista em alguma coisa, centro de informática especialista em outra coisa, algumas coisas, mas não precisa ser em tudo, e aí significa muito pouco, porque você tem falta de profundidade em certas áreas e na verdade fica tudo superficial, essa é outra coisa também que eu acho, nós estamos perdendo tempo e dinheiro tentando resolver os problemas da NASA, problemas que não são nossos, acho interessante, por exemplo, a postura da COPPE, porque a COPPE está resolvendo problemas nosso, do petróleo, gás, nós temos aqui, mas que outras universidades você conhece realmente conectadas com problemas nacionais, por que ninguém está pesquisando sobre água? Como é que ninguém está pesquisando profundamente sobre segurança? Pelo menos eu não conheço, técnicas, tecnologia para segurança, como é que ninguém está... E estou falando de água em diversos sentidos, como é que as tecnologias de irrigação por gotejamento aqui de Petrolina, do vale da fruticultura que é fortíssimo, vem de Israel, seca no nordeste desde que eu nasci eu ouço falar disso, então como é que não tem gente trabalhando em cima disso, eu acho que falta foco, eu acho que fica tudo superficial e também faz parte dessa palestra que eu falo sobre controle e inovação que é a questão da Mercadofobia Universitária., o medo do mercado que vem da ditadura e de uma série de coisas aí, se você olhar de 81 a 2009, o último que eu olhei, 1981 até 2009, em 81 o Brasil, eu tenho os dados de 81 até 2001, vinte anos, o Brasil aumentou em 450% o número de publicações, (...) o mundo só aumento 67% então o Brasil beleza, está indo bem, porque isso aconteceu? Controle político do governo, melhoria da qualidade acadêmica, através de incentivos e publicações de referencia, ficou o foco apenas em publicações, e não em produção de... E não no resultado, e como se a publicação fosse o resultado final já, a publicação não é o resultado final, e para que ela serve, aquele conhecimento foi gerado para que, né? Então fica se criando conhecimento onde o resultado final é artigo, tem que gerar no resultado final, seja emprego, renda tecnologia, inovação, o artigo é apenas uma forma de você dizer, oh, estou indo nessa direção aqui. Então se você olhar o Brasil aumentou 450%

em 20 anos, que no mundo 67%. Em 81 a Coreia do Sul publicava 33 patentes internacionais, 53, certo? Publicava 113, de 53 passou para 113, a Coreia do Sul passou de 33 para 3.472, aí em 2009 o Brasil passou para 450, e a Coreia do Sul passou para mais de 8.000, não estou dizendo que patentes, patente não mede inovação, patente mede invenção, mas é um indicador, eu acho que faltou conectar a política científica com a política social, a política econômica do país, o que é que você quer fazer com a ciência? Ciência por ciência eu não acho que é por aí, ficar só publicando, legal, deixar ver que você está com as suas bolas CNPq, todo mundo feliz, mas todo mundo está feliz mesmo, a população não, então é isso que a gente tenta fazer aqui, conectar essas pesquisas com coisa aplicada, então é papel do CESAR, por exemplo, já que a gente tem essa área de negócios todo identificar o que é que o centro de informática usou a tecnologia que está sendo desenvolvida no centro de informática para fazer um negócio aqui, certo, fica observando esse tipo de coisa também, então mesmo o professor que era devagar sobre isso e aquilo, vamos tentar achar esse papel de indagação para poder a coisa realmente trazer um resultado para sociedade.

E como o ambiente do Porto Digital poderia contribuir com o desenvolvimento local?

Como o ambiente do Porto Digital pode contribuir com o desenvolvimento regional, né?

É, isso.

Em primeiro lugar o porto tem a sua aceleradora, como eu falei, incubadora, os laboratórios, que faz com que seja bem mais fácil hoje em dia para alguém que queira criar uma empresa, então se você está com uma ideia, a ideia seria mais o papel dentro do CESAR, o CESAR apoiam ideias, geralmente as aceleradoras não apoiam ideias, já apoia soluções, analisa a ideia, vê se tem (...) e coloca, mas o Porto em si, o parque como um todo tem incubadoras, tem aceleradoras, tem os laboratórios que as pessoas podem usar, tem incubadoras e incentivos, tem Startup Brasil que você pode estar fomentando a criação de novas empresas, tem também a parte educacional, se você tem (...), o próprio acordo dá bolsas, Beta Cursos de cursos básicos e tal, como o CESAR também que a gente tem vai abrir a graduação, mas a gente já tem dois mestrados, em 2016, tem Mestrado Profissional em Engenharia de Software, Mestrado Profissional em Designe, então tem os cursos aqui, também na ilha, a pessoa não precisa nem sair da ilha para fazer os cursos. Isso do ponto de criação de novas empresas, agora do ponto de vista de pegar a empresa já grande, o porto nesse aspecto tem que ter uma concentração de empresas, então existem espaços físicos, a minha empresa pode se instalar temporariamente, tem incentivos que o porto vai buscar junto ao governo,

funciona (...) do governo, para que essas empresas possam vir para cá, algumas vezes o CESAR é envolvido, então por exemplo, você viu que tem uma chamada agora no ar, não tem mais, porque foi até ontem, eu acho, para participar de uma residência de Software Powertrain, Powertrain é o núcleo do motor de automóvel, e hoje em dia ele é todo por software, computador, então o CESAR está fazendo a atração de pessoas para a gente treinar para essa área para eles trabalharem no centro de inovação automotiva da FIAT, então isso faz parte, porque a partir do momento que o porto consegui atrair um centro de inovação junto com o CESAR e o centro de informática, a gente vai tentar formar as pessoas e resolver todos os problemas que eles possam ter sucesso aqui, se a FIAT tiver sucesso aqui, a gente acredita que outras empresas vão trazer para o seu centro de concepção para cá também. Então tudo isso faz parte de uma articulação que funciona bem.

Ok. Para terminar, na sua opinião quais são as principais potencialidades e desafios para o setor de tecnologia e comunicação de Recife, Pernambuco atualmente?

Eu diria que o principal desafio do setor tecnologia em Pernambuco atualmente, e ser mais percebido... Eu vou olhar em vários véis...

Está.

Do ponto de vista público, e que eu acho que o setor tecnologia de informação deveria mais aberto (...), ser mais percebido pela secretaria de desenvolvimento econômico. Historicamente, acredito que isso aconteça aí no Rio na maioria dos estados no Brasil, informática ficou com ciência e tecnologia, só que informática é um setor de serviços, que deveria estar sendo visto pela secretaria de desenvolvimento econômico, que geralmente tem muito mais dinheiro, tem muito mais condições de fazer as coisas funcionarem, então acontece que a maioria das secretarias de desenvolvimento econômico existem, elas estão focadas na área industrial, atração de indústrias, e não atração de um centro de desenvolvimento como esse, por exemplo, da filtragem, então eu acho que do ponto de vista público local tem muito disso, a percepção da importância da área de informática, de criação, de concepção de um modo geral, como serviço e principalmente aqui no caso de Recife é fundamental, o município de Recife é o menor, é a menor capital do Brasil do ponto de vista geográfico, como ela é muito antiga ficou com um município muito pequeno, então não cabe indústria aqui, as indústrias estão nas outras cidades do entorno, então é natural que exista... Se veio se instaurar a capital de serviços de governo do estado não servirá para perceber a importância da área de serviços, a gente está com problemas, isso é uma parte.

Do ponto de vista... Eu poderia falar do ponto de vista do país como um todo, mas aí tanto faz se é aqui ou não, as questões do custo de mão de obra, aqui é caríssimo, e o insumo principal da área de designer, de concepção de informativa é gente, então a gente tem um custo altíssimo, aí tem uma dificuldade aqui também, como eu te falei, o mercado não está aqui, e como o mercado não está aqui, apesar dos cursos de desenvolvimento serem mais baixo por estarmos aqui, o custo de vida aqui é mais baixo, mas há um custo de transação, que é, se eu for fazer negócio com vocês aí na UFRJ, eu vou ter que mandar gente para aí, vocês vão ter que vir aqui para olhar e tal, então o custo não é só financeiro, e você se dispor a vir até aqui para conversar, para olhar e tal, quanto tempo você vai perder para vir para cá, então essa distância do mercado consumidor de fato, é uma agravante também.

E onde é que está esse mercado consumidor principalmente?

Oi?

Onde é que está esse mercado consumidor principalmente?

Está em São Paulo.

São Paulo.

A maioria das empresas que trabalham aqui elas trabalham BEAT B, não BEAT C, business/business, tem que fazer negócio com empresas, e aí você (...) negócio com empresa o poder decisório está em São Paulo, no Rio, mas não está aqui, tem clientes nossos lá no Rio Grande do Sul, não tem voo direto de Recife para Porto Alegre, então você leva oito horas para chegar lá, leva um dia, para ter uma reunião de duas horas e voltar, ainda não tem uma cultura muito forte na parte de vídeo conferência, nós temos vídeo conferência bom aqui no CESAR que poderia ser melhor usado, mas a maioria das empresas não tem, então isso que a gente está fazendo aqui não é tão comum como poderia ser, além do que, para nós, nós já percebemos que é fundamental que a pessoa visite o CESAR, porque ver é outra coisa, o pessoal fica achando que a gente está rodeado aqui de cana de açúcar, eu acho, a gente tem que mostrar que as coisas mudaram, isso é uma dificuldade. Então nós temos a dificuldade com o país inteiro tem, obviamente, que a mão de obra, etc, mas temos essa dificuldade também da distância, e da percepção local que eu também acredito que seja geral no Brasil, que tudo deve ser focado em indústrias e não em serviços, e em alguns lugares os serviços é muito mais importante do que indústria. A gente tem uma carência como todo mundo tem de mão de obra, mas que nós acreditamos que vamos resolver isso antes dos outros, porque a

gente tem um foco muito grande nisso aqui, o CESAR está criando a sua faculdade, e a gente deve estar entrando também com cursos técnicos no modelo que a gente acredita, que é um modelo muito de mãos à obra, não é você ficar ouvindo teoria, teoria, a gente já faz isso há muito tempo, o nosso mestrado é assim, a nossa especialização quando nós tínhamos é assim também, a gente tem um modelo de residência de software que é para residência médica, onde você tem a pessoa entrando para fazer um curso onde ele recebe para fazer um curso, porque ele está (...), ao mesmo tempo que ele está fazendo o curso ele está desenvolvendo coisas para prática, e quem recebe o que ele desenvolveu, a empresa que recebe paga por isso, então ele está recebendo treinamento e sendo remunerado ao mesmo tempo, e vem funcionando muito bem nesse modelo. Do ponto de vista, ou seja, em a questão da mão de obra também claro, mão de obra distância, a questão da percepção dos área de serviços, línguas, a gente está batendo muito forte nessa questão do inglês, precisa que as pessoas saibam inglês, principalmente no CESAR, e nas empresas que o CESAR criou, porque essas empresas são mais assim atiradas, vamos dizer assim, tem uma delas que até que já está com o escritório em Londres, por exemplo, é preciso de gente que fale inglês, os nossos clientes como eu disse 80% são internacionais, e aí a gente precisa que o cara esteja pronto para viajar a qualquer hora, só no CESAR viaja o tempo todo, acho que uma coisa que nesse aspecto é comum a todo mundo, mas para a gente seria interessante, essa questão de atração de estrangeiros para cá, vejam, o pessoal do Rio e São Paulo está mais acostumado a lidar com estrangeiros, aí no Rio você vai andar na rua bate num turista, a maioria das empresas que querem trabalhar com petróleo, gás etc, entre outras coisas vão fazer negócio aí no Rio, então você está o tempo todo lidando com culturas diferentes, São Paulo também acontece muito isso, Recife se você olhar o mapa, Recife está bem na pontinha do Brasil, na direita, né? A impressão que as pessoas tem às vezes, me parece que o pessoal daqui acha que (...) a gente tem que saber as deficiências, algumas vezes as pessoas daqui acham que a gente está fora do mundo, a fronteira mais próxima aqui de Recife fica uns quatro mil quilômetros, então a gente não está perto de fronteira nenhuma, e a gente não está inserido em nenhum ambiente que seja realmente multinacional, multicultural, acontece que o CESAR está, o CESAR não é uma multinacional, mas é multinacional no sentido dos seus clientes, o tempo todo tem aqui de outro país, a gente recebeu uma menina da Rússia veio passar dois meses aqui, o pessoal reclamando porque ela não tomava banho, problema é dela, dá um perfume de presente para ela, o indiano que chegou ele não sabia usar o garfo, o pessoal foi ensinar ele usar o garfo, eles comem com a mão, (...) indiano, então essas relações para mim só melhora, inclusive a capacidade de tolerância das pessoas fora daqui, quando você vê uma pessoa que

não sabe comer com o garfo, invés de você ri, você vai e ajuda, então cria uma outra tolerância, que reflete na tolerância aqui dentro também, mas não só a tolerância, mas reflete também na capacidade de você enxergar um mesmo problema de vários pontos de vistas diferentes, que eu acho que isso, por exemplo, é um motivo de... Uns dos motivos do sucesso dos Estados Unidos, claro, e isso daí, as universidades americanas elas são multiculturais, elas são multinacionais, então os Estados Unidos, o americano que está lá na Califórnia ele pode ter acesso a um problema brasileiro sem precisar sair de lá, porque um brasileiro que foi estudar lá levou o problema para eles, ou ele foi olhar para um problema de vários pontos de vista diferentes, americano visto por um indiano, visto por um russo, visto por um... E a gente não, a gente aqui vive num país que é completamente isolado do mundo, o que poderia ser a gente está isolado, então eu acho que é uns dos problemas também que a gente tem que quebrar um pouco aqui, incentivando que as pessoas vão para fora, nem que seja para apresentar um trabalho, qualquer coisa, para poder mexer um pouco com a cabeça deles.

Transcrição de Entrevista

Entrevistado: Eduardo Antonio Paiva de Almeida , coordenador executivo do Softex-Recife

Entrevistadora: Gabriela Macedo

Local: Rua da Guia, 142, sobreloja – Edifício Deputada Cristina Tavares – Bairro do Recife

Data: 26/08/2014

Horário: 10:00

Duração da entrevista: 58:07

Gabriela: Eduardo, você poderia apresentar um pouco da história da Softex.
Eduardo: Tudo bem. A Softex Recife foi criada em 1994, portanto ela vai fazer agora em outubro vinte anos. Inicialmente foi criada com a iniciativa do Ministério de Ciências e Tecnologia. Naquela altura, em 1993, o MCT lançou um programa para incrementar a atividade de software no Brasil que se espelhava na Índia. A Índia já era naquela altura um grande player, um grande produtor de software no mundo. Então a ideia era: “se a Índia pode, nós também podemos”.

A partir daí foi criado o programa chamado Softex 2000 e esse programa instalou alguns centros regionais. Então aqui no Nordeste foram escolhidos Salvador, Recife, Campina Grande e Fortaleza. Então foram instalados esses quatro centros, esses quatro núcleos do Softex. Naquela altura contou com o apoio do MCT que estabeleceu como uma meta a exportação de TI. Os números agora me escapam, mas digamos assim, a meta era até o ano 2002, o Brasil ter a exportação de alguns bilhões de software. Cada núcleo do Softex se organizou de uma forma particular. Por exemplo, o núcleo de São Paulo se chama ITS, é uma fundação; no Rio, eu acho que é Riosoft; em Minas Gerais é Fumsoft; em Porto Alegre é Softsul; e aqui tomou o nome de Softex-Recife.

Aqui no Recife o Softex foi organizado na forma de uma associação empresarial. É uma entidade sem fins lucrativos, na forma de uma associação de empresa e o objetivo é, dentro daquilo que foi lançado inicialmente, apoiar o desenvolvimento do software local. As metas estabelecidas pelo Ministério de Ciência e Tecnologia não foram cumpridas. O Brasil

não se tornou um grande player no mercado de TI e eu acho que seguramente não vai se tornar por razões muito particulares. Mas esse movimento, a despeito de não ter atingido as metas estabelecidas pelo MCT, constituiu-se num grande elemento aglutinador das empresas de TI. Então diz-se que tem hoje entorno de Softex mais de mil empresas associadas. Aqui em Recife nós temos entorno de 70 empresas associadas ao Softex Recife. Isso, como eu disse, não levou o Brasil a se tornar um grande player no mercado internacional, mas aglutinou entorno dele os interesses das empresas de TI.

Diz-se que o setor de TI tem um excesso de representação. Tem a Softex, tem a ABES, tem uma série de entidades, a ASSESPRO, que giram entorno do setor de TI. Então é um setor que tem, segundo o diagnóstico, a representação bem difusa. Mas entorno do Softex e também do Softex Recife está aglutinado as empresas de pequeno porte e médio porte. Se você for a São Paulo, a ABES aglutina as grandes empresas - a Oracle, a Microsoft - os grandes interesses das empresas de TI. Em Recife, as grandes empresas estão aglutinadas em outra associação, não na Softex. Então a Softex Recife hoje é uma entidade que reúne em torno de si as empresas de médio e pequeno porte. A Microsoft não é associada a Softex. Havia uma empresa aqui que se chamava WPD. Essa WPD era uma empresa que produzia software de gestão hospitalar e essa empresa foi adquirida pela Agfa, que fazia filme. A AGFA comprou essa empresa, a AGFA alemã, e desassociou a empresa. Digamos assim, empresa grande não vê valor, não vê interesse em se associar ao SOFTEX. Então o que nós temos hoje aqui? Nós reunimos empresas de pequeno e médio porte. As empresas maiores aqui são empresas que devem ter faturamento entre 150 e 200 milhões, que em termos de Brasil é até grande localmente, mas não na perspectiva internacional. Então a Softex é isso. Reuni interesses empresariais.

Hoje particularmente aqui no Recife fazemos uma separação de atuação. Por exemplo: o que for de reivindicação, lobby, coisas dessa ordem, fica por conta da Assespro. E o que for na área de tecnologia, na área de trazer benfeitorias de inovação, fica com a Softex. Porque isso? A Softex mantém relações de convênio, de parceria com o setor público. Então não ficaria bem, se precisar de algum embate com os governos, não fica bem a softex bater de frente. Quem vai na frente é exatamente a Assespro. A assespro pode brigar, pode falar mal e preserva o softex. Então por uma questão de preservação de identidade, nós não entramos em embates desse tipo. Nós não fazemos lobby, nós não fazemos pressão sobre políticos. Nós nos cingimos da questão do apoio ao setor na parte de trazer benfeitorias, trazer programas, trazer projetos que incrementem o setor. Desse ponto de vista político as coisas estão bastante separadas. E aqui a gente também reúne o sindicato, o sindicato patronal. Mas o sindicato

patronal, a única atuação dele hoje é discutir salário com os empregados. Então as coisas estão bem divididas: o que for ciência, for tecnologia, for desenvolvimento fica com o Softex; o que for representação, o que for lobby fica com a ASSESPRO; e a relação com o empregado fica com o SEPROP.

Gabriela: Você falou que o Softex oferece um apoio ao setor de TIC trazendo benfeitorias e incremento para o setor. Mas no que consistiria esse apoio?

Eduardo: Às vezes com o chamado projeto integrado. O que é isso? O setor público tem interesse num determinado projeto e esse projeto comportava expertises diferentes. Então o setor público ia fazer uma série de contratos específicos para cada um daqueles e ficava complicado gerenciar. Então via Softex, através de um contrato de prestação, de instrumento, ele contratava a Softex num processo que ele chamava de integração. Ou seja a Softex aparecia frente ao ente público e por traz dele tem um conjunto de empresas trabalhando. Por exemplo, nós fizemos aqui um trabalho grande, o PROMIB. O PROMIB é o programa de mobilização do setor de petróleo e gás. Com a chegada da refinaria houve a necessidade de conhecer, cadastrar para treinamento de mão de obra. Então se a Petrobrás contratasse cada um das empresas, ia contratar quatro, cinco. Então eles nos contrataram e nós, com o nosso parceiro, integramos o projeto. Essa é uma forma que nós atuamos. A gente faz a chamada integração de solução. Para chegar a essa solução, tem uma série de expertises específicas nas empresas via softex. É um sistema integrador de solução. Eu de fato faço o contrato com eles, eu entrego, eu sou responsável, sou o integrador de solução.

Outra linha que nós trabalhamos é na parte de qualidade de software. Alguns anos atrás nós percebemos que uma das dificuldades que os empresários tinham era na área de qualidade de TI. Ele desenvolvia o software e quando apresentava ao cliente dava erro. Aí ele ia lá e consertava o erro. Quando ele consertava o erro, aparecia um erro em outro canto. E quando ele consertava o erro em outro canto, aparecia outro. Então ele passava o tempo inteiro com o produto entregue e ele gastando recurso dele para consertar erros que poderiam ter sido prevenidos na fase de desenvolvimento. Então o que nós fizemos? Nós com o CNPQ – o CNPQ nos aportou um recurso relativamente pequeno – nós montamos aqui um núcleo de teste de software. Então qual era a nossa ideia? Testar o software antes que ele fosse para a rua. Nós temos aqui um núcleo que faz teste de software. Também já tivemos experiência de instalar uma célula de teste nas empresas. Numa empresa maior, nós temos o interesse de montar uma célula de teste. Então temos pessoas especializadas nessa área que entra na empresa e dentro da empresa instala a célula de teste. Isso tem sido uma ajuda muito grande porque evita retrabalho, evita desperdício de recursos, é uma coisa que trata da

eficiência da empresa, é uma coisa que a gente vem trabalhando, já vem consolidado. E a partir daí, nós começamos a trabalhar com a chamada MPS-BR – melhoria de processo de software. Naquela altura as certificações de processo de desenvolvimento era uma coisa chamada CMMI – capability maturity model integration – era uma certificação americana, internacional, mas que era muito cara para as empresas desse nível que nós temos aqui. Então o Softex nacional, que é em Campinas, conjuntamente com o MCT, desenvolveu uma certificação nacional chamada MPS-BR. E nós nos habilitamos para preparar as empresas para esse MPS-BR. O que nós fazemos? Nós fazemos consultoria de qualidade. Então como nós trabalhamos? Nós montamos um grupo de cinco, seis, sete empresas e nós preparamos essas empresas para alcançar essa certificação. Porque um grupo de empresas? Porque quando você monta um grupo de empresas, você compartilha, você divide a despesa. Dividindo a despesa fica mais em conta ainda alcançar isso. Então nós trabalhamos com isso, trabalhamos com o MPS-BR. A gente não faz a certificação, a certificadora eu acho que é da Coppe. Quando a gente prepara a empresa para a certificação, ela melhorar muito a qualidade do desenvolvimento. Então já certificamos muitas empresas daqui, já trabalhamos com empresa de fora, com empresa de São Paulo, Rio de Janeiro, preparando as empresas para a certificação. Então esse é um trabalho que a gente vem fazendo.

Durante esse desenvolvimento do pessoal que trabalha com essa área, começamos a notar que havia uma lacuna na área de teste, de certificação de teste. Então nós montamos aqui agora o chamado MPT.BR. Esse é nosso, já registrado no INPI, na Biblioteca Nacional, melhoria de processo de teste. Então hoje o que nós fazemos? Nós fazemos os dois juntos. Mas o MPT é nosso, é propriedade do Softex-Recife. Nós desenvolvemos inclusive inicialmente com o Riosoft, mas a coisa saiu do nosso controle. É exatamente um certificação na área de teste. As empresas certifica o seu processo de teste e nós montamos e certificamos. São essas coisas que nós trabalhamos para os nossos associados. Nós fazemos isso e o Assespro faz a representação política, lobby. Nos últimos dois ou três anos temos trabalhado também no sentido de preparar as empresas para a área de inovação e dentro desse processo nós estamos na segunda visita tecnológica. Nós chamamos as empresas aqui para conhecer, empresa de destaque, universidade.

Gabriela: Ah, eu vi, do Vale do Silício?

Eduardo: Particularmente Califórnia. E como tivemos sucesso fazendo isso, nós fomos, demandados para outras coisas. E estamos fazendo um agora em que metade dos participantes será de Santa Catarina. Eles tiveram interesse, então dentro desse processo de aproximar as empresas das universidades americanas, sobretudo da Califórnia, Stanford, Berkeley, e fazer

essas visitas técnicas, a etapa próxima seria exatamente trazê-los aqui, dentro desse processo de gestão e desenvolvimento da inovação das empresas.

Gabriela: E o que seria exatamente o conceito de inovação?

Eduardo: Inovação, boa pergunta! Eu vou dizer o meu conceito de inovação, de forma bem rasteira, inovação é dinheiro. Então o que é inovação? As empresas vão ao mercado, ela identifica oportunidades e necessidades junto aos clientes, uma oportunidade ou necessidade de um cliente.

As empresas precisam ter um processo para identificar essas oportunidades e transformar a oportunidade em produto vendável, ou seja, ela tem que fazer dinheiro. Então essa é a inovação, de modo que só quem faz inovação é empresa, universidade não faz inovação, universidade faz inversão, faz treinamento e capacitação, mas inovação quem faz é a empresa, é uma necessidade de mercado, entre esse processo de identificar a oportunidade ou a necessidade e transformar aquilo num produto e levar o produto ao mercado. É esse processo que a gente vem tentando trabalhar, a gente vem tentando não só mapear, mas organizar o processo, algoritmizar, transformar isso no que seria uma espécie de algoritmo.

Gabriela: Por que o Softex se instalou em Recife e o que diferencia Recife das outras cidades onde a Softex está instalada?

Eduardo: Quando o Ministério da Ciência e Tecnologia foi escolher a cidade para instalar, evidentemente ele tinha que ter algum conceito, algum critério. E para mim o melhor critério que existe é se no lugar já tem alguma coisa. Então por que Recife e não Maceió? É porque no Recife já havia uma concentração de atividade TI. Essa atividade TI que havia no Recife ela foi dada, na minha opinião, ela foi dada por duas coisas, a existência aqui de um banco que foi extremamente pioneiro no conceito de automação bancária.

Gabriela: O Banorte?

Eduardo: Era o Banorte. O Banorte foi o primeiro banco que usou o conceito de cliente do banco e não da agência. Ao fazer isso ele demandou muito serviço, muito desenvolvimento, e esse desenvolvimento capacitou muita gente. Evidentemente que ele não absorvia todo mundo, mas ele treinava e capacitava e todo mundo que trabalhava no Banorte. Se você pegar uma pessoa mais velha, talvez da minha idade, uma boa parte teve origem no Banorte. A partir daí, junto como departamento de informática da universidade, as coisas realmente começaram a se mover, muita gente começou a montar empresa, começou a empreender.

Também a própria existência dessa situação aqui já gera um poder junto ao próprio Ministério. Então essa é a gênese, é o começo da história.

Gabriela: E o que diferencia Recife das outras cidade onde a Softex se instalou?

Eduardo: Eu conheço pouco Salvador, eu conheço pouco da história, mas eu diria que por alguma razão histórica, aqui cresceu mais. Agora é importante que se diga, e isso para mim é extremamente relevante, as empresas daqui, que estão aqui, se instalaram aqui e cresceram aqui, o mercado delas não é Pernambuco. Nenhuma empresa pode se instalar com vistas ao mercado local, então qual é o mercado? Brasil. Por que não se muda para São Paulo? Porque é caro. Eu há pouco conversava com um empresário que é aqui do Recife e qual é o grande mercado dele? É São Paulo, e por que ele não se muda para São Paulo? Porque é caro produzir em São Paulo, então a produção dele é aqui ele tem escritório em São Paulo, muitas empresas aqui têm escritório em São Paulo, mas nenhuma quer se mudar para lá.

Gabriela: O próprio Porto Digital tem um escritório lá.

Eduardo: Tem uma empresa grande aqui chamada Procenge. Junto a ela tem uma fábrica de software, ela tem um escritório em São Paulo, porque uma clientela importante deles, que são exatamente usinas de açúcar, está em São Paulo. E por que eles não levam a fábrica de software para São Paulo? Porque é caro, aluguel é caro, mão de obra é cara, estacionamento e caro, tudo é caro, é mais barato produzir aqui, e ter um escritório comercial em São Paulo. Então por razões de ordem histórica, há uma concentração maior aqui.

Gabriela: Mas por que o Softex se instalou em Recife?

Eduardo: Bom, as empresas evidentemente tinham seus escritórios espalhados e surgiu a ideia se instalarem nesse bairro, que ainda é porto. Ele entrou em decadência. Toda atividade aqui comercial era ligada ao porto e a atividade portuária começou a se mudar para o porto novo, Suape. Então esse porto aqui foi perdendo a importância. Tem outras razões, os navios hoje são muito grandes, não tem calado, não tem área, qualquer porto hoje é retroárea, digamos assim, porque hoje porto movimenta container, e para container tem que ter área. Então esse porto do Recife está fadado a ficar cada vez menor e a própria atividade econômica do bairro ela começou a definhando, e o bairro começou a entrar em decadência, e a prefeitura, tentando resgatar o bairro tentou um projeto com o Banco Mundial melhorou algumas ruas, melhorou algumas coisas.

Mas alguém disse que a forma para recuperar qualquer coisa histórica você tem que dar uma atividade econômica a ela, se não colocar dinheiro, ela vai arruinar do mesmo jeito. Eu acho que foi no tempo de Claudio Marinho, ele que teve essa ideia de trazer, incentivar as empresas para virem para cá, porque tinha vantagem até mesmo de ser uma área fisicamente isolada das outras, é uma ilha, criar um incentivo fiscal aqui. Então é fácil de controlar. Isso fez com que as empresas começassem a se mudar para o bairro. Mas havia um problema, uma boa parte dos imóveis é velha, arruinada. Inicialmente havia muita dificuldade de se conseguir imóvel para se instalar, tanto é que a prefeitura permitiu que a empresa pudesse colocar um escritório e levasse um ou dois anos para fazer a transferência. Era uma forma de incentivar a vinda da empresa, mas também dar um tempo para ela, para ela se mudar, e foi feito um diagnóstico acertado por Marinho. Lembrei o nome da empresa grande que veio aqui e não se instalou, chama Accentury, é uma empresa internacional, tem cento e tantos mil empregados, então ela botou escritório aqui, começou a expandir e como não tinha mais área ela foi para ponta da Boa Vista.

Bom, para suprir essa deficiência alguém teve a ideia de criar um prédio empresarial para instalar empresa de TI, esse que nós estamos. A prefeitura doou o imóvel arruinado e o Estado repassaria seis milhões para construir esse imóvel. O imóvel foi doado, o Estado passou apenas uma parte do dinheiro e nós então tomamos dinheiro no BNDES e construímos isso aqui, só que isso aqui levou tanto tempo para ser construído que uma boa parte das empresas se arrumaram, algumas restauraram, outras encontraram imóvel, mas o movimento foi importante porque na medida em que havia esse conceito de transferir toda TI para o bairro Recife, isso teve um efeito positivo que foi fazer com que os aluguéis começassem a subir. Ora, se o aluguel começa a subir, o proprietário tem interesse em restaurar o imóvel para alugar, a aluguel era muito baixo, ninguém investia porque o aluguel era muito baixo, não valia a pena, na medida em que os aluguéis começaram a aumentar, muitos proprietários começaram a ver que valia a pena investir. Isso teve seu lado positivo, que restaurou muito imóvel, teve o lado negativo que teve o desconforto de você pagar mais pelo aluguel.

Mas de todo modo, as empresas começaram a se transferir, então hoje isso aqui está tudo alugado, ficou pequeno até, eu tenho demanda não atendida. Chega muita empresa procurando por área e não tem, eu só tenho área pequena. A expansão da Accentury teve que ser feita no bairro da Boa Vista, que eles precisavam de novecentos metros quadrados, no bairro ninguém tinha novecentos metros quadrados para alugar, então esse movimento continuou e continua.

Qual é a vantagem de estar aqui? A redução de ISS a 2% pode ser uma vantagem, mas por incrível que pareça tem algo que perpassa isso. Eu até uma vez escrevi um artigo para um jornal dizendo que a vantagem do bairro é porque todo mundo quer estar no bairro. É como a Califórnia, qual o grande atrativo da Califórnia? É que todo mundo quer estar na Califórnia. É um bairro velho, sujo, mas ele oferece a você uma série de vantagens operacionais, por exemplo, eu digo que aqui no bairro tem tudo que você precisa, então você chega aqui e não precisa tirar seu carro do estacionamento se precisar de banco, se precisar de correio, se precisar de padaria, se precisar até mesmo de missa, tem uma igreja aqui que reza missa todo dia, então ele te esse grande atrativo que você encontra em pouquíssimos lugares junto. Você encontra dentro do shopping, você encontra dentro do Leblon, no Rio de Janeiro, você tem tudo ali à mão sendo que o Leblon tem habitação, aqui não tem habitação. Se quiser comprar passagem tem agência de turismo, se quiser restaurante de todos os tipos e todos os preços, do mais caro ao mais barato, você tem banco, você tem correio, então todos os serviços estão à mão, no máximo você precisa andar oitocentos metros. E parece que tem uma vantagem não explícita aí que as pessoas querem estar juntas. As pessoas querem estar juntas, no mínimo para colaborar e para se vigiarem mutuamente. Para saber quem está ganhando mais dinheiro que ele, evidentemente colaborar e vigiar o concorrente que está ganhando mais dinheiro do que você, então é esse o movimento que tem aqui, as empresas continuam vindo, continuam interessadas em vir, mais do que simplesmente os 2%, que os 2% ele pode ir para Olinda, mas ele não quer para Olinda porque lá ele fica sozinho, não tem ninguém em volta, a qualidade do serviço disponível existe, mas é mais distante. Se você começar a olhar aqui meio dia até perto das duas da tarde tem um grande movimento de pessoas andando pelas ruas, exatamente as pessoas que saem das empresas para irem almoçar, isso é uma vantagem que o bairro tem além evidentemente dos 2% que disponibiliza para as empresas, esse foi o grande movimento de trazer as empresas para cá.

Gabriela: E o que significa ser uma instituição âncora do Porto Digital? Vocês ainda usam esse termo?

Eduardo: Mais ou menos, esse é um termo cunhado no Porto Digital não é? Esse é um termo mais de marketing, porque é uma referência, a gente tem uma referência, digamos assim, o nosso empresarial é uma referência.

No começo era importante, hoje não é, é muito mais marketing mesmo. A dificuldade que a gente tem aqui hoje é espaço. Não sei se você notou, estão construindo aqui uma parte dos armazéns, os antigos armazéns do porto, eles estão desativados, então nessa parte sul do

porto não cabe mais navio, porque não tem mais calado, é raso. Então os armazéns estão sendo restaurados, vão ser centros empresariais, vai ter lazer, restaurante.

A Fiat vai ficar aqui para o norte. Tem uma antiga fábrica chamada Tacaruna, eles vão se instalar nessa fábrica, que é um imóvel antigo, um imóvel histórico, e graças a Deus arrumaram uma função para ele, se não ia arruinar o resto que sobrou. Então, vai ficar próximo a nós, mas não vai ficar no bairro porque de fato não tem área. Aliás, tem área, mas como o porto ocupa muita coisa ainda, a despeito de o porto ser pequeno. O porto hoje sobrevive quase que exclusivamente de exportação de açúcar, mas as áreas são deles, e não pode obrigá-lo a ceder área, mas a Fiat vai ficar fora do bairro, um pouco aqui ao norte.

Gabriela: Como a Softex busca aumentar a competitividade das empresas de TI?

Eduardo: Qualidade de serviço e a produtividade, então você aumenta a produtividade e você dá qualidade.

Gabriela: Ainda existe a meta de aumentar exportação?

Eduardo: Não. As empresas daqui poucas fazem exportação. Eu conversava com um empresário aqui e ele disse que foi convidado uma vez para ir para o Peru. E ele disse: por que eu vou para o Peru se o mercado do interior de São Paulo é muito maior do que o mercado de Peru? E o mercado de São Paulo eu já conheço, com Peru é preciso aprendizado, tem que entender legislação. Realmente não tem interesse, tem algumas empresas que exportam, tem até empresas aqui que chegou a abrir escritório nos Estados Unidos, e durante uma época montamos um projeto para abrir escritório nos Estados Unidos, mas as coisas não andaram, porque para a gente fazer isso a gente precisa ter alguém lá vendendo e identificando clientes, isso não aconteceu, então não tem meta de exportação. Exportar serviço, software de serviços é uma coisa muito complicada de fazer. Tem que estar mais próximo, ter reputação, não é uma coisa, não é uma mercadoria, um bem, um sapato que você embarca, vendeu e acabou minha relação com cliente. Se eu vender serviço e tenho que manter permanentemente uma relação com ele, ele não pode correr o risco de eu vender um produto à ele, desaparecer, e quem vai dar manutenção? Sapato não precisa de manutenção, o cara vendeu o cliente, vai embora. Mas serviço não, serviço tem que estar permanentemente atuando junto ao cliente.

Gabriela: Você tinha comentado antes que o objetivo da Softex era criar um centro de referência em TI.

Eduardo: Não, eu disse o seguinte, o projeto inicial do Softex nacional era transformar o Brasil num grande player de exportação de TI, que eu acho que nunca vai acontecer, porque nós não temos competitividade no mercado externo. O que nós fazemos é fortalecer nossa empresas para competirem com as empresas de fora que por acaso venham para cá. O mercado externo brasileiro uma parte é ocupada pelos indianos, que tem custo muito mais competitivo do que nós, pelos chineses, pelos israelenses, hoje até mesmo algumas nações tipo Vietnã trabalham numa cadeia mais básica, tipo desenvolvimento de código. O que é desenvolvimento de código? É um bocado de gente numa sala a desenvolver código, então só quem tem uma mão de obra muito barata pode competir com isso e nós não temos, a menos que a gente mude muito, o Brasil mude muito. E nas camadas mais altas, software de segurança, aí e quase tudo dominado por Israel. A gente tem alguma chance? Tem. Às vezes a gente consegue vender alguma coisa na área de jogos, na área de games, a gente atua na área de games, aqui mesmo tem algumas empresas na área de games, Quem é o grande consumidor de game? Por incrível que pareça é uma empresa de telefonia, mas você não vende diretamente para eles, você vende para um editor que compra o game e por sua vez vende para a empresa de telefonia, então a gente compete pontualmente. Ao menos que se mude muito, nós nunca seremos de fato um player importante na área e TI, ademais o mercado interno nosso é muito grande para que as empresas se aventurem aí para fora. O cara ganha o dinheiro dele no interior de São Paulo, que é um grande mercado para o software, por que ele vai se aventurar para ir para o Equador, para o Peru, que ele não conhece?

Gabriela: E vocês têm relação de cooperação com outras empresas, universidade, tipo, de pesquisa, governo?

Eduardo: Temos. Na verdade fomos fornecedor do governo, entregamos softwares à ele, com a universidade nós temos parceria, nós temos parceria de pesquisa, por exemplo, nós temos aqui três projetos que são dirigidos por professores de universidades, projeto com a Petrobras, projeto com a Embraer, projeto com a Ericsson, e até recentemente nós tínhamos em conjunto um mestrado profissional com a universidade, nós tivemos aqui durante algum tempo um mestrado profissional e ciências da computação com o Cin-UFPE e ele foi desenvolvido exatamente para atender às necessidades locais mesmo, das empresas. E qual é a diferença dele? A diferença de um mestrado acadêmico desse que é dado, ele focava não só a tecnologia, mas ele focava também a área de negócios, então foi um mestrado que durante muito tempo teve muito sucesso. Tivemos quatro ou cinco turmas e acho que a primeira foi em 2005. Então ele formou muita gente e foi importante porque ele foi frequentado por muitos

empresários, gente que já tinha saído da universidade há um certo tempo e sentiu-se atraído pelo currículo e pelo conteúdo do curso e foi um negócio que realmente fez muito sucesso. Ele acabou porque houve um parecer contra da procuradoria e os mestrados profissionais foram desmontados. A nossa reação era o seguinte, eu fazia toda gestão do mestrado, como Softex, e o Cin provia a parte acadêmica, inclusive a titulação. O interessante é que muitas das dissertações foram feitas em cima de produtos, em cima de processos das próprias empresas que estava fazendo curso.

Gabriela: E qual é a maior dificuldade de fazer parceria com a universidade e instituições de pesquisa?

Eduardo: A universidade, eu posso falar isso com muita propriedade por que eu fui até o ano passado professor da universidade, é o seguinte - o caso do Cin-UFPE nem tanto -, mas a grande maioria da universidade tem a sensação que eles existem por eles mesmos, ele não precisa e tem até um certo desdém pelo mercado, e aqui fora está todo mundo tentando sobreviver. Então outra coisa que até poucos anos atrás existia, isso foi mudado na gestão de Sérgio Resende quando foi ministro da Ciência e Tecnologia, era que os recursos da Finep, recursos tipo Cnpq, e recursos do ministério, eles tinham um caminho que era o seguinte eles saiam da Finep e iam para a universidade, e a universidade então gerava as inovações e as empresas iam lá e pegavam nas universidades. Esse caminho é o caminho exatamente errado, pois o que gera inovação é a empresa, que está vendo a necessidade do cliente, está vendendo seu produto e está atendendo o cliente, ele está vendo a necessidade e a oportunidade.

A universidade é uma coisa fechada nela mesma, o Cin tem um viés mais de mercado, e no tempo de Sérgio Resende ele inverteu isso aí, pelo menos uma parte dos recursos foi invertida. Sérgio Resende foi Ministro da Ciência e Tecnologia no último governo de Lula. Ele criou uma coisa que se chama subvenção, que é o caminho certo, ela passa dinheiro para as empresas, e as empresas se precisarem, vão buscar na universidade, de alguma expertise específica, tem uma empresa aqui que se chama Serttel que para mim é a empresa mais inovadora, mais criativa e de maior sucesso que tem aqui no nosso arranjo. Serttel engenharia. O que eles fazem? Eles fazem o contrário, eles têm as inovações deles. Aquela bicicleta que tem no Rio do Banco Itaú, mas na verdade a solução é deles, o Itaú paga só a publicidade. Ele tem uma parte aqui que se chama Mobilicidade. Mobilicidade é uma empresa voltada para a área de mobilidade urbana. Eles me contaram uma vez que precisavam do desenvolvimento de um algoritmo de otimização de semáforo, eles trabalham com o que se chama de gestão semafórica - a gestão semafórica da cidade de São Paulo é feita por eles. Então eles

contrataram uma equipe da universidade, contratou aquela solução com o dinheiro da Finep porque ele precisa de um produto de otimização, ele está num mercado, ele conhece e precisa.

Gabriela: Vocês tem projetos ou praticam projetos de natureza social sustentável?

Eduardo: Não. Nós tivemos um projeto de capacitação, mas muito pontual, fizemos aqui um curso exatamente para preparar os rapazes na área e Java mas foi uma coisa muito pontual, não foi repetido porque a gente precisa de meios isso não existe.

Gabriela: E como é que você avaliaria hoje a participação do Porto Digital no mercado de software?

Eduardo: Nós temos casos aqui de sucesso, as empresas que estão aqui estão tendo um desempenho razoável, te clientela grande, tem clientela no Brasil inteiro, eu citei o caso dessa empresa Educandus, é uma empresa de sucesso, ela tem a clientela dela, ela fez software para gestão de escolas, faculdades. Ela tem a base aqui e tem mercado no Brasil inteiro. Até agora eu acredito que os empresários daqui não estão se queixando. Pelo que eu vejo aí, os carros deles. Eles podem até se queixar para não querer pagar imposto, mas tem um desempenho bom, tem boas empresas, algumas maiores como a Serttel. A Serttel hoje é uma empresa já grande, tem fábrica em São Paulo, tem escritório em Porto Alegre, já é uma coisa destacada, mas as outras empresas também tem tido bom desempenho no mercado.

Gabriela: Na sua opinião, quais seriam os maiores desafios para o setor de tecnologia e comunicação de Recife e de Pernambuco atualmente?

Eduardo: Eu tenho um diagnóstico, e não tenho nenhuma solução. O principal problema que a gente tem aqui é que as nossas empresa ainda são muito pequenas, e empresa pequena não consegue competir no mercado. A gente teria que passar por um processo para fazer com que as empresas crescessem. Eu não tenho estatística, essa estatística eu acho que eu inventei, mas não devo estar muito errado, 95% das empresas daqui faturam até cinco milhões, mas elas não conseguem passar disso. Não sei se é por mercado, por produto, por escala, mas o fato é que elas vão ali e esbarram ali nos cinco milhões, então isso é uma empresa pequena, como tal a produtividade dela é baixa. Como que sai disso aí? Eu de fato não sei, e até sei o genérico, mesmo assim ela tem que se engajar num processo mais dinâmico de inovação. O desafio é esse, é fazer com que as empresas cresçam por um processo de crescimento de escala, a escala é muito pequena.

A9)

Entrevistado: Antônio do Rego Valença, CEO Pitang

Entrevistadora: Gabriela Macedo

Local: Rua do Apolo, 81

Data: 14/08/2014

Horário: 10:00

Duração da entrevista: 11:57

Gabriela: Antônio, para começar, eu queria pedir para você apresentar um pouco da história da Pitang e dizer quando e porque ela veio aqui para o Porto Digital.

Antônio: A Pitang é uma empresa que é oriunda da separação de uma área de negócios do C.E.S.A.R. O C.E.S.A.R é um acrônimo para Centro de Estudos e Sistemas Avançados de Recife. E aí eu vou contar um pouco da historinha do C.E.S.A.R para você conhecer a história da gente.

O C.E.S.A.R foi fundado em 1996 por alguns professores do departamento de informática da Universidade Federal de Pernambuco. Por ele ter sido criado por pessoas ligadas à instituição pública, ele é uma instituição privada. Só que ele foi criado com uma natureza jurídica particular porque ele foi criado como uma instituição, uma associação civil sem fins lucrativos. O que significa isso na prática? Não significa que ele não busque lucro, não significa que ele não dê lucro, mas ele não tem um dono para destinar o lucro. Então o excedente financeiro, o lucro, ele é reinvestido na criação de novos empreendimentos de TI, que é uma das missões do CESAR, e no próprio crescimento da instituição. O CESAR cresceu muito rápido. O CESAR foi fundado em 1996 e eu entrei em 1998. Quando eu entrei, o CESAR tinha 30 pessoas aproximadamente. Quando a gente tomou a decisão de criar Pitang, o CESAR já tinha quase 500 pessoas, isso em 2004 e foi oficializado em 2005. A decisão de separação se deu por quê? Porque com o passar do tempo o CESAR estava cada vez mais se envolvendo em projetos que a gente chamava de projetos comerciais, projetos que não necessariamente atendiam a missão original de fazer a transferência de conhecimento de forma autossustentável de tecnologia da informação entre a sociedade e a universidade, ou seja, projetos que demandassem tecnologia de ponta, tecnologia que não tivesse consolidada

no mercado ainda, pesquisas em desenvolvimento. O CESAR começou a se envolver mais e mais em projetos comerciais porque precisava de recursos que esses projetos geravam. Então essa área começou de certa forma a competir com a missão original e foi tomada uma decisão estratégica de separar essa área e dar a ela uma natureza jurídica própria. A Pitang não foi uma empresa incubada. A Pitang foi a empresa que resultou da separação mesmo. Quando a Pitang foi criada, por exemplo, a gente já foi criada com 120 pessoas com vários projetos ativos. Hoje então a Pitang é uma empresa independente, mas que tem uma ligação natural com o CESAR porque o CESAR é o principal acionista. Então a Pitang é uma empresa de cerca de 340 pessoas. O grosso do nosso pessoal está aqui nessa sede que você está visitando. A gente tem nessa sede cerca de 170 pessoas. O restante está ou em clientes nossos aqui em Pernambuco ou em clientes nossos em São Paulo e Rio principalmente. A gente tem também um escritório compartilhado com o Porto Digital em São Paulo. A maioria dos nossos clientes está na verdade no eixo Rio-São Paulo. Nós somos uma fábrica de software, o que significa que nós desenvolvemos software sob medida, sob demanda. Esse é o principal negócio nosso, mas não é o único. Nós atuamos também como fábrica de teste, ou seja, fazendo teste de software, atuamos em consultoria, em processos, em implantação, melhoria de planejamentos estratégicos de TICS, de tecnologia da informação e comunicação, e também temos parcerias com algumas multinacionais em produtos específicos de software, além de produtos nossos próprios que a gente comercializa também. A gente tem parceria com a IBM, Calypso, Oracle, Microsoft, em cada uma dessas a gente atua com determinada linha de produtos. Então isso que é a Pitang.

Como é que a Pitang veio para o Porto Digital? De forma natural. O CESAR veio para o Porto Digital em 2000, 2001. A gente fazia uma brincadeira dizendo que o CESAR era uma das âncoras do Porto Digital, fazendo uma analogia com o shopping Center, porque é uma empresa pernambucana com porte financeiro e quantitativo de pessoal e era significativo na operação do Porto Digital. Hoje nós temos outras várias multinacionais inclusive estabelecidas aqui no Porto Digital.

Gabriela: E vocês possuem parceria com outras empresas do Porto?

Antônio: Sim. Dependendo do projeto, dependendo do negócio, é comum você atuar dentro quase de uma figura de ecossistema, porque, como muitos de nós chamamos o Porto Digital, ecossistema de TI. Às vezes você tem competências complementares, você tem empresas que são mais especializadas em determinada área de tecnologia. Então, dependendo do projeto, da tecnologia demandada, acontece. Inclusive nós temos projetos ativos com cliente onde a gente faz parte do projeto e subcontrata uma parte muito específica. Vamos supor, design para

aplicações móveis, que a gente não tem essa competência dentro de casa, por exemplo. Ou desenvolvimento de uma determinada aplicação para o dispositivo android. Então há situações, termina acontecendo. Nós temos empresas de todos os portes também aqui. Nós temos empresas do nosso porte, porte médio - a gente deve fechar o ano, o faturamento em uns 32, 33 milhões -, mas você tem também empresas muito pequenas, empresas com quatro, cinco pessoas, que tem uma especialização muito grande. Então termina que na hora que a gente traz essas empresas para trabalhar junto conosco há uma troca aí. Tanto eles passam a trabalhar, a conhecer uma forma de trabalhar mais focada em processo, digamos assim, mais organizada. Não quer dizer que necessariamente eles são desorganizados. E por outro lado, muitas vezes a gente também absorve conhecimento em determinados nichos, digamos assim, de tecnologia que a gente não atuava. Há uma troca mesmo.

Gabriela: E o que você acha que fez com que a Pitang fosse pré-indicada ao selo.

Antônio: Eles definiram os critérios deles na época e a Pitang atendia a todos. Porque o que está por trás desse selo? Eu acho que é uma questão importante essa. O Porto Digital já é uma referência sem dúvida nenhuma em nível nacional, diria até a nível mundial, *case* citado em várias publicações de renome internacional. E aí começou a haver uma preocupação de como isso poderia gerar um benefício mais efetivo para as empresas que tivessem aqui na região do porto, embarcadas no Porto Digital. E aí veio essa ideia. Não só o *case* seria muito interessante, de ser o primeiro selo de referência para o setor de serviço, que normalmente é atrelada a produtos. Mas como você cria um selo de referência para o setor de serviço? Como você vai atestar, digamos assim? Porque quando você atrela a um produto, normalmente são produtos na área agrícola, vinho por exemplo. Então a referência é aquela região. Então o vinho é produzido na região X, tem as características do solo, as características do clima. Mas não é o solo de Recife, não é o clima de Recife que faz o Porto Digital ser o que é. Então o que faria? O que também criaria esse selo de credibilidade, digamos assim, esse cara é uma referência no Porto Digital, tem o selo do Porto Digital. Então eles criaram os critérios técnicos que as empresas teriam que atender. Os critérios que foram definidos, a Pitang já atendia a todos porque a gente investe muito ao longo da nossa história, sempre investiu, como eu disse, em processos, em certificações de referência internacional na área de software. Então nós tínhamos várias certificações que foram base para a criação dessa certificação do Porto Digital, porque na prática o selo termina se transformando nisso. Então como a gente atende a todos os critérios, junto com essas outras empresas pré-selecionadas, terminou que a gente ficou na primeira leva. Basicamente foi isso.

Gabriela: Vocês participaram desse processo de definição dos critérios?

Antônio: Mais ou menos. Na verdade eles contrataram uma consultoria e houve uma certa validação. Então, são esses os critérios que a gente tá pensando. Vocês acham que isso atende. Mas isso não foi só conosco. Foi com várias empresas do Porto. Foi meio que a validação do que eles estavam imaginando que seriam os critérios que dariam essa certificação de qualidade.

Gabriela: E quais são as expectativas?

Antônio: Veja, a gente acredita que isso, quando implantado formalmente, vai ser relevante. A gente já se beneficia de forma indireta pelo fato de estarmos aqui dentro da região do porto, quando a gente fala que veio do CESAR, marca do CESAR abre portas também. Mas no momento que você tem um selo que atesta isso e que mostra que você passou por um crivo de qualidade, eles vão trazer marcado na concessão do selo uma validação desses critérios. Então é mais uma forma de você atestar para o mercado que você é uma empresa qualificada, uma empresa madura, uma empresa que entrega, que cumpre o que promete, digamos assim. Acredito que essa mensagem fica ainda mais consolidada.

Gabriela: E em que momento está esse processo da concessão?

Antônio: Para lhe ser franco, eu não sei dizer. Esse assunto teve uma agitação muito forte lá no finzinho de 2012, início de 2013. Depois a coisa meio que, pelo menos para mim, não sei para as outras empresas, ficou em banho-maria. Eu não sei o quanto esta andando nos bastidores, mas eu sei que isso não é um processo simples, tem uma burocracia muito forte envolvida, até por ser a primeira a nível mundial inclusive. Então imagino que exista uma burocracia forte por traz dos bastidores. Mas realmente para mim não chegou nada. E também para lhe ser franco eu não fui atrás cobrar. O dia-a-dia absorve a gente de tal forma que. A gente está com expectativa, mas eu não cobre realmente

Gabriela: E você poderia fazer uma avaliação dos pontos fortes e fracos desse processo da concessão?

Antônio: Um ponto forte é o fato de ser o primeiro *case*. Sem dúvida nenhuma isso vai trazer uma relevância para a concessão em si, isso vai ser uma referência para o resto do mundo inclusive. Isso, sem dúvida nenhuma por ser também primeiro, vai trazer ainda mais os olhares para isso. O fato de ter definido critérios claros, que as empresas têm que atender para ter esse selo, vai fazer com que haja uma expectativa, uma busca por essa certificação. As empresas vão ter interesse em ter esse selo e isso levanta o nível, todas as empresas vão ter que superar para se dizer do Porto Digital. Como ponto fraco, talvez a própria demora do processo. Já uma coisa que vem rolando há pelo menos dois anos, um pouco mais talvez, desde a ideia inicial.

Entrevista complementada por email, no dia 25 de agosto de 2014.

Gabriela: A Pitang possui e pratica projetos de natureza social e sustentável? Caso possua, quais são?

Antônio: Sim. Na área de sustentabilidade nós fazemos o descarte ecológico de resíduos tecnológicos, doando todo o material para instituições que reaproveitam ou reciclam os equipamentos. Além disso, temos coleta de material reciclável na empresa, incluindo pilhas e baterias. O papel é doado para o Hospital do Câncer de Recife. Na área social apoiamos a doação de notas fiscais para instituições de caridade e creches que participam de programa de apoio financeiro (troca de notas) do governo do estado. Além disso, promovemos ações eventuais de coleta de doativos para flagelados de secas e enchentes, onde a empresa dobra cada item doado por um colaborador. Por fim, apoiamos o natal solidário dos correios, incentivando os colaboradores a adotarem cartas e facilitando a entrega dos presentes doados.

Gabriela: Além da parceria que a Pitang possui com outras empresas, ela mantém interação e cooperação entre universidades e institutos dedicados a produção de Pesquisa e Desenvolvimento, organizações não-governamentais e governamentais no Estado de Pernambuco? Se sim, com quais instituições? E qual é o motor ou objetivo central dessas cooperações?

Antônio: Não existe parceria específica na área de P&D. Temos uma ligação natural com o CESAR, que é nosso principal sócio. Eventualmente temos aporte de conhecimento em tecnologia a partir de projetos do CESAR.

A10)

Entrevista via correio eletrônico

Nome do Entrevistado: Bruno Pimentel Santana, gerente de qualidade de software

Entrevistadora: Gabriela Macedo

Data: 23 de setembro de 2014

1) Gostaria que o Sr. apresentasse a empresa PROCENGE e dissesse quando e porque ela se instalou no Porto Digital.

A Procenge é uma empresa nacional de TI, especializada em produtos e soluções de gestão, abrangendo desenvolvimento, implantação, consultoria e treinamento. Nossas principais soluções são o ERP Pirâmide, com mãos de 16mil usuários, atendendo organizações de todos os portes e em diversos segmentos em todo Brasil; o MobiServices, plataforma de criação ágil de aplicativos para dispositivos móveis; BI e sistemas de gestão para as verticais de Saneamento, Gás, Manufatura e Governo.

Nosso objetivo é agregar valor ao negócio dos clientes e apoiar o seu crescimento, atendendo as demandas operacionais e estratégicas, com especialização e agilidade. Temos mais de 300 colaboradores e operações no Recife (Porto Digital), São Paulo e Maceió. Mais informações em procenge.com.br

A PROCENGE foi uma das pioneiras do movimento do Porto Digital, devido a que, nos seus longos anos de ação no setor, em todo o Brasil, sempre sentiu falta de uma plataforma de visibilidade do polo de competência em TI que já existia no Recife. Por outro lado, sempre acreditou em que uma maior proximidade física, levaria a um ambiente mais efetivo de colaboração entre as empresas, devido à visão de que, antes de concorrentes, podemos ser parceiros em um busca de uma maior presença no mercado. O Porto Digital, então, ao se instituir, sob a coordenação de um Núcleo de Gestão (uma OS apta a executar políticas públicas nesse sentido), deu corpo a essas aspirações, constituindo no Bairro do Recife, berço da cidade do Recife, construído em torno do seu porto quinhentista. Por isso, a PROCENGE apressou-se a ser uma das empresas maduras da cidade a se instalar na área física destinada ao

Porto Digital, a Ilha do Recife. Diga-se de passagem, que a PROCENGE completa este ano, 42 anos de existência.

2) A PROCENGE possui parceria com outras empresas do Porto Digital? Como essa parceria funciona? Existe troca de conhecimento?

Sim, a PROCENGE mantém parceria com outras empresas do PD. Alguns exemplos: o principal produto da nossa empresa é um ERP – um sistema integrado de gestão – o módulo de recursos humanos é fornecido por uma outra empresa do polo, especialista neste ramo; também mantemos parceria com uma outra empresa, a qual é especialista num sistema de manutenção de ativos em empresas de utilities – como temos uma participação significativa nesse setor, estabelecemos uma parceira para complementar a nossa proposta; vários outros casos de parcerias poderiam ser citados, uma vez que, todos os dias surgem perspectivas nesse sentido dentro do ambiente do parque tecnológico.

3) Na opinião do entrevistado, a que se deve a pré-indicação do selo de indicação de procedência para a PROCENGE?

A empresa foi pré-indicada pela sua história de empresa-âncora do Porto, seu pioneirismo em TI na cidade e ao fato de reunir nos seus produtos e serviços, todos os insumos de competência e qualidade característicos da região, constituídos pela qualidade da mão-de-obra formada pelas universidades locais, sobre as quais a empresa emprega uma boa dose de investimentos para alça-la ao nível de excelência.

4) A empresa possui e pratica projetos de natureza social e sustentável? Quais?

Sem resposta.

5) Além da parceira com outras empresas, a empresa PROCENGE mantém interação e cooperação entre universidades e institutos onde são desenvolvidas Pesquisa e Desenvolvimento, organizações não-governamentais e governamentais no Estado de Pernambuco? Se sim, quais instituições? E qual é o objetivo central da cooperação?

Sem resposta.

6) O que a empresa entende por inovação?

Sem resposta.

7) Quais são as expectativas em relação à indicação geográfica?

As nossas expectativas são que o selo se constitua num instrumento de recall automático de qualidade associada às características da região, quais sejam, por exemplo, excelência do capital humano; ambiente propício à inovação; ambiente colaborativo entre as empresas; constante desenvolvimento tecnológico.

8) Do ponto de vista da empresa, quais são os pontos fortes e fracos desse processo de concessão nesse momento?

O processo em si tem como forte a atração oferecida ao mesmo pelo Núcleo de Gestão do Porto Digital, proporcionando efetividade, visibilidade ao dito processo, a atenção despertada pela originalidade da iniciativa, que só encontra paralelo nas indústrias de comidas e bebidas, as quais já difundiram mundialmente o selo de origem como um indicador de determinadas qualidades. Por outro lado, talvez até pelo inusitado e pela inovação da iniciativa, ainda sujeita a uma certa demora no desenvolvimento, além dos tradicionais obstáculos da burocracia envolvida.

A11)

Entrevistado: Paulo Henrique Ferreira Jaborandy, gerente de qualidade da empresa Vectra.
Com participação de André Alves, gerente de serviços.

Entrevistadora: Gabriela Macedo

Local: Avenida Rui Barbosa, 1363, sala 218 – Bairro Graças

Data: 15/08/2014

Horário: 10:30

Duração da entrevista:

Gabriela: Paulo, eu queria que você apresentasse um pouco a história da Vectra e dissesse quando e porque vocês decidiram integrar o Porto Digital.

Paulo: A Vectra é uma empresa de vinte e um anos. O grande foco da empresa aqui em Pernambuco e em outros estados do Nordeste - a nossa grande área de atuação é o Nordeste brasileiro até então. E o nosso grande produto é o gerenciamento de redes e de aplicações de tecnologia. Então a gente atua no estado de Pernambuco, Alagoas, Rio Grande do Norte, Maranhão e agora a gente está iniciando um projeto no Ceará e no Rio de Janeiro. O grande foco dela é o noki, um centro de operação onde a gente gerencia o ambiente de tecnologia do nosso cliente, no caso os governos desses quatro estados que eu citei anteriormente.

A Vectra entendeu que era importante participar do Porto Digital, porque é um pólo de tecnologia aqui no estado de Pernambuco e também por facilidades em relação à impostos e tributação e por ser um centro de referência em tecnologia não só no estado de Pernambuco, mas em todo cenário do Nordeste e Brasil também. A Vectra entendia que seria um diferencial a gente fazer parte de um projeto tão inovador como é o Porto Digital.

Gabriela: E vocês possuem parcerias com outras empresas do Porto?

Paulo: Sim.

Gabriela: E como funcionam essas parcerias?

Paulo: O mercado de Pernambuco é um mercado onde muitas empresas fazem parte e existem grandes parcerias. O meu foco aqui é gerenciamento. Então caso venha um cliente meu, fora também daqui do estado de Pernambuco, e tenha o interesse no desenvolvimento de uma aplicação nova, ou instalação de uma infraestrutura que não é o meu foco de atendimento, geralmente a gente trabalha com empresas locais no intuito de parcerias.

Terceiro: Digamos que a gente tenha um software que foi solicitado dentro do edital, mas o edital fala de infraestrutura. Então se a gente não consegue fazer, a gente vai procurar

parceiros, geralmente os parceiros são voltados aqui localmente no Porto Digital e a gente fecha essa parceria para implantação de software, que seria teoricamente o nosso know-how. Então a gente fica com a parte total de gerenciamento, abraça todo o projeto, e nessa parte a gente vai procurar um parceiro local.

Gabriela: E porque a Vectra foi pré-indicada ao selo de indicação geográfica?

Paulo: A Vectra tem um histórico de certificações de qualidade. Então a gente tem a ISO 9000 desde 2004. A Vectra foi a primeira empresa a obter a certificação ISO 20000 do Norte e Nordeste, a gente obteve em 2011. E por fim, agora neste ano a gente obteve a certificação MPS-BR, sendo a primeira no Brasil. MPS-BR que é um programa do governo federal que indica a melhoria de processo de software do Brasil, mas só que agora eles estão certificando também na parte de serviços, não só na de software. Então a Vectra foi a primeira no nível de serviços a obter essa certificação. Localmente nós somos uma empresa de referência de qualidade e certificação. Então foi como eu tinha adiantado para você, o Porto Digital conhecia, conhece esse histórico nosso e procurou a gente para fazer essa parceria e obter esse selo.

Terceiro: Só um parênteses em termos da certificação, do certificado MPS-BR, que apesar de ser a primeira, mas porque ser a primeira? A MPS vai avaliar o nível de maturidade dos processos que a empresa tem na parte de ISO e foi justamente importante para a questão da qualidade porque foi a primeira do Brasil e do Nordeste a tirar isso. E justamente traz isso: não é só ter a ISO, mas é manter a ISO e tratar ela com nível de maturidade para ganhar a certificação que a represente. Então isso foi legal da premiação. O MPS-BR traz o nível de maturidade dos processos.

Gabriela: E quais são as expectativas da empresas em relação à IG, à indicação geográfica do Porto Digital?

Paulo: Bom, a Vectra enxerga com muito bons olhos todos os tipos de certificação e selos que agreguem qualidade ao serviço que a gente presta. Ainda mais vindo do Porto Digital, que cada vez mais tem se destacado no pólo de tecnologia do país. Então a gente enxerga com muito bons olhos o maior nível de reconhecimento dos trabalhos que a Vectra tem executado ao longo do tempo. A gente tem a ISO que é o nível internacional, a gente tem o MPS que já é o nível nacional e agora gente vai ter o Porto Digital também que é dentro do estado de Pernambuco e a tendência é que ultrapasse os limites do estado.

Gabriela: E do ponto de vista da empresa, quais são os pontos fortes e os pontos fracos desse processo da concessão do selo?

Paulo: O forte como eu digo é que o Porto Digital é uma marca que já vem amadurecida e estabelecida, não é uma coisa que está em crescimento. O Porto Digital já é uma realidade. O grande ponto fraco que eu vejo é justamente esse caminhar do selo. O selo ainda está engatinhando, ele ainda precisa um pouco de maturidade, um pouco mais de investimento não só financeiro, mas investimento de capacitação, de ideias para tornar ele realmente um selo que venha a se desenvolver.

Gabriela: Por exemplo?

Paulo: O esquema de certificação, quais são os requisitos que o Porto, esclarecer melhor quais são os requisitos analisados, formalizar, divulgação do selo, participação em eventos. Assim, a parte de divulgação para que outras empresas também sintam a necessidade e pela questão do marketing. Se o selo começar a aparecer, todo mundo vai querer obter o selo. Então seria interessante se houvesse um maior investimento na questão de conhecimento.

Entrevista complementada por email, no dia 23 de setembro de 2014.

Gabriela: A Vectra possui e pratica projetos de natureza social e sustentável? Caso possua, quais são?

Além da parceria que a Vectra possui com outras empresas, ela mantém interação e cooperação entre universidades e institutos dedicados a produção de Pesquisa e Desenvolvimento, organizações não-governamentais e governamentais no Estado de Pernambuco? Se sim, com quais instituições? E qual é o motor ou objetivo central dessas cooperações?

Paulo: Atualmente a Vectra não apoia nenhuma instituição de caráter social ou ambiental. E em relação a instituições voltadas à educação e pesquisa, a Vectra também não apoia nenhuma.