

O ECOSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO DE INOVAÇÃO DA INDÚSTRIA CRIATIVA BRASILEIRA-

A CONEXÃO ENTRE OS ATORES DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL

MATHEUS PEREIRA MATTOS FELIZOLA



O ECOSSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO DE INOVAÇÃO DA INDÚSTRIA CRIATIVA BRASILEIRA-

A CONEXÃO ENTRE OS ATORES DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL

MATHEUS PEREIRA MATTOS FELIZOLA



1.ª Edição - Copyrights do texto - Autores e Autoras

Direitos de Edição Reservados à Editora Terried

É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte.



O conteúdo dos capítulos apresentados nesta obra são de inteira responsabilidade d@s autor@s, não representando necessariamente a opinião da Editora.

Permitimos a reprodução parcial ou total desta obra, considerado que seja citada a fonte e a autoria, além de respeitar a Licença Creative Commons indicada.

Conselho Editorial

Adilson Cristiano Habowski - ***Currículo Lattes***

Adilson Tadeu Basquerote Silva - ***Currículo Lattes***

Alexandre Carvalho de Andrade - ***Currículo Lattes***

Anísio Batista Pereira - ***Currículo Lattes***

Celso Gabatz - ***Currículo Lattes***

Cristiano Cunha Costa - ***Currículo Lattes***

Denise Santos Da Cruz - ***Currículo Lattes***

Emily Verônica Rosa da Silva Feijó - ***Currículo Lattes***

Fabiano Custódio de Oliveira - ***Currículo Lattes***

Fernanda Monteiro Barreto Camargo - ***Currículo Lattes***

Fredi dos Santos Bento - ***Currículo Lattes***

Guilherme Mendes Tomaz dos Santos - ***Currículo Lattes***

Humberto Costa - ***Currículo Lattes***

Leandro Antônio dos Santos - ***Currículo Lattes***

Lourenço Resende da Costa - ***Currículo Lattes***

Marcos Pereira dos Santos - ***Currículo Lattes***

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

O ECOSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO DE INOVAÇÃO DA INDÚSTRIA CRIATIVA BRASILEIRA- A CONEXÃO ENTRE OS ATORES DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL [livro eletrônico] / MATHEUS PEREIRA MATTOS FELIZOLA (Autor) — 1. ed. — Alegrete, RS : Editora TerriED, 2024.

PDF-

ISBN 978-65-83367-07-5

1. Empreendedorismo

23-147990

CDD-370-1

Índices para catálogo sistemático:

1. Meio ambiente 611.0



10.48209/978-65-83367-07-5



TERRIED

www.terried.com

contato@terried.com

(55) 99656-1914

AGRADECIMENTOS

A Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo EACH/USP em nome da professora doutora Jane Aparecida Marques e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPQ pela oportunidade de realizar o Pós-Doutorado Sênior.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - <i>Road Map</i> Formação do Pesquisador.....	23
Figura 2 - Road Map do Pesquisador.....	26
Figura 3 - Mapa de co-ocorrência dos 59 artigos.....	37
Figura 4 - Mapa de co-ocorrência dos 57 artigos.....	39
Figura 5 - Etapas da Pesquisa.....	41
Figura 6 - Tecnologias e Ferramentas do Projeto.....	43
Figura 7 - Etapas dos Procedimentos metodológicos.....	44
Figura 8 - Linha do tempo do ecossistema de inovação.....	50
Figura 9 - Ecossistema de Inovação	50
Figura 10 - Modelo de análise da conexão entre os atores de um ecossistema de inovação.....	51
Figura 11- Conexão dos Ecossistemas de Inovação.....	52
Figura 12 - Innovation Ecosystems Connection.....	53
Figura 13 – Dimensões do Ecossistema de Inovação.....	54
Figura 14 – Atores do Ecossistema de Empreendedorismo.....	55
Figura 15 – Forças de um Ecossistema de Inovação.....	55
Figura 16 - Teoria dos Ecossistema de Inovação.....	57
Figura 17 – Atores do Ecossistema de Inovação.....	57
Figura 18 – Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação.....	58
Figura 19 - Mapa mental do Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação.....	60
Figura 20 – Ecossistema de Empreendedorismo Digital.....	61
Figura 21 – Ecossistema de Empreendedorismo Universitário.....	62
Figura 22– Ecossistema de Empreendedorismo Social.....	64
Figura 23 – Elementos do ecossistema de empreendedorismo sustentável.....	66
Figura 24 – Ecossistema de Empreendedorismo Sustentável.....	67
Figura 25- Ecossistema de Inovação na Indústria Criativa.....	78
Figura 26 - Ecossistema de Inovação na Indústria Criativa.....	79

Figura 27- Inovação dos Estados do Brasil em 2023.....	83
Figura 28 – Atividades Econômicas da Indústria Criativa no Brasil.....	85
Figura 29– Startups de Impacto do Brasil.....	86
Figura 30 – Negócios de Impacto do Brasil.....	87
Figura 31– Indicações Geográficas por Região do Brasil.....	90
Figura 32 – Cidades Criativas Brasileiras com Selo da UNESCO.....	93
Figura 33 – Cidades Criativas Brasileiras por especialidade.....	94
Figura 34 - Modelo de Análise da Conexão entre os Atores de um Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação da Indústria Criativa.....	98
Figura 35 – Etapas dos Procedimentos Metodológicos.....	100
Figura 36 – Divisão por Regiões do Estado de Sergipe.....	101
Figura 37 – PIB do Município de Itabaianinha.....	102
Figura 38 – Cidades com novas empresas em Jan/2024.....	103
Figura 39 – Porte das Empresas da Área de Confecção e de Varejo do Município de Itabaianinha/SE.....	105
Figura 40 – Marcas Registradas dos Negócios de Moda de Itabaianinha/SE..	111

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Estrutura fundamental da pesquisa.....	36
Quadro 2– Divisão dos Capítulos (artigos) da pesquisa.....	40
Quadro 3 - Cronograma de Execução.....	45
Quadro 4 – Modelo de Ecossistema de Empreendedorismo Sustentável.....	69
Quadro 5 – Principais Programas de Apoio aos Negócios Criativos e Socioambientais do Brasil.....	88
Quadro 6 – Produto/Serviço das Indicações Geográficas do Brasil por Segmento Criativo.....	90

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Quantidade de Profissionais Criativos por Região do Brasil em 2020.....	80
Tabela 2 - Remuneração Média dos Segmentos Criativos por Região do Brasil em 2020.....	82
Tabela 3 - CNAE Principal dos Negócios Criativos.....	84
Tabela 4 - Empresas de Itabaianinha das Áreas de Varejo, de Fabricação de Produtos Têxteis e Confecção de Artigos do Vestuário e Acessórios em Fev/2024.....	104
Tabela 5 - Tempo de Existência dos Negócios na Área de Confecção e Varejo de Itabaianinha/SE.....	105

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIPTI - Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica e Inovação

ANAMMA/SE - Associação Nacional de Municípios e Meio Ambiente de Sergipe

BACEN – Banco Central do Brasil

BANESE – Banco do Estado de Sergipe

BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento

BNB - Banco do Nordeste do Brasil

CAGED - Cadastro geral de Empregados e Desempregados

CDL - Câmara de Dirigentes Lojistas

CINTTEC - Coordenação de Inovação e Transferência de Tecnologia

CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas

CNPJ - Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica

CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico

CODISE - Companhia de Desenvolvimento Econômico de Sergipe

CONAB - Companhia Nacional de Abastecimento

CONSCENSUL - Consórcio Público de Resíduos Sólidos e Saneamento Básico do Sul e Centro Sul Sergipano

COOPERA FES - Cooperativa de Produção da Agricultura Familiar e Economia Solidária

CPQD - Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

ETENTE - Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste

FAMES - Federação dos Municípios de Sergipe

FAPITEC/SE - Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe

FECOMÉRCIO-SE - Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Sergipe

FIES - Federação das Indústrias do Estado de Sergipe

FGTS – Fundo de Garantia do Tempo de Serviço

FINEP - Financiadora de Estudos e Projetos

FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro

FNE - Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste

FNEM - Fórum Nacional de Entidades Metropolitanas

FTV - Fundação Telefônica Vivo

FUNASA - Fundação Nacional de Saúde

FUNDAT - Fundação Municipal de Formação para o Trabalho

GICEC – Gerência de Informações Geográficas Cartográficas

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação

IDHM - Índice de Desenvolvimento Humano Municipal

IFPI - Instituto Federal do Piauí

IFS – Instituto Federal de Sergipe

INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

IPTI - Instituto de Pesquisa, Tecnologia e Inovação

ITP - Instituto de Tecnologia e Pesquisa

ITPS - Instituto Tecnológico e de Pesquisas do Estado de Sergipe

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IFS – Instituto Federal de Sergipe

JÁ - Junior *Achievement*

JUCESE - Junta Comercial de Sergipe

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MCTI - Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações

MIT - Massachussets *Institute Technology*

MTE – Ministério do Trabalho e Emprego

PIB - Produto Interno Bruto

PSDI - Programa Sergipano de Desenvolvimento Industrial

RAIS - Relação Anual de Informações Sociais

REST – Escritório Regional de Estância

RFB - Receita Federal do Brasil

SEBRAE-SE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa de Sergipe
SEDETEC – Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e da Ciência e Tecnologia

SEDUC - Secretaria de Estado da Educação, do Esporte e da Cultura

SEDURBS - Secretaria de Estado do Desenvolvimento Urbano e Sustentabilidade

SEGG - Secretaria de Estado Geral de Governo de Sergipe

SENAC-SE – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial de Sergipe

SENAI-SE- Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial de Sergipe

SENAI/CETIQT – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial/ Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

SENAR-SE - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural de Sergipe

SENAT/SE - Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte de Sergipe

SEST/SE - Serviço Social do Transporte de Sergipe

SERGIPETEC - Parque Tecnológico de Sergipe

SEPLAN – Secretaria Especial de Planejamento, Orçamento e Inovação

SESC-SE - Serviço Social do Comércio de Sergipe

SETUR - Secretaria de Estado do Turismo

SUPES – Superintendência de Estudos e Pesquisas

UFCG - Universidade Federal de Campina Grande

UFS - Universidade Federal de Sergipe

UNIT - Universidade Tiradentes

RESUMO

O presente relatório técnico é fruto da experiência de pós-doutorado na EACH/USP que teve como bolsista o Professor Associado IV - Matheus Pereira Mattos Felizola da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Sergipe e como supervisora a professora Dr. Jane Aparecida Marques, que é Professora Livre Docente na área de Comunicação e Marketing na Universidade de São Paulo, atuando no curso de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte da Universidade de São Paulo e no Mestrado Profissional em Empreendedorismo da Universidade de São Paulo, e no curso de graduação em Marketing da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo. A pesquisa de pós- doutorado teve por objetivo “Mapear e descrever o ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira e a conexão entre os atores de impacto socioambiental ”. Pois é consenso científico que para a efetividade do ecossistema de empreendedorismo e inovação, é preciso que sejam gerados produtos e serviços inovadores a partir do fluxo de comunicação, conexão, conhecimento, produtos, finanças e pessoas. Um ecossistema de inovação, pode ser descrito como uma rede complexa de atores com potencial para incentivar o surgimento do empreendedorismo inovador. Essa grande rede de inovação, pode ser dividida em subáreas, tais como: academia, empresarial/industrial, investimentos, suporte aos empresários e a sociedade em geral. A necessidade da realização de uma análise (Benchmarking) de ambientes de inovação para observar a conexão entre os atores de um ecossistema, motivou um trabalho de pesquisa que envolveu a análise do ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira com o propósito de propor melhorias para a realidade nordestina, em especial ao estado de Sergipe. O pesquisador e sua supervisora, são pesquisadores da área de empreendedorismo e inovação e estiveram envolvidos nos projetos: “Jovem Brasileiro e Práticas Midiáticas em tempo de Convergência” do PROCAD nº 071/2013 com a UFGRS, UFS e UFPA e “As estratégias de marketing e comunicação no contexto da cultura da convergência midiática- Os jovens Microempreendedores Individuais da Região Geográfica Imediata de Propriá – SE” da Chamada MCTIC/CNPqNº 28/2018 - Universal.²

Metodologicamente o trabalho foi qualitativo, com um protocolo de estudo de caso inspirado na proposta do Yin (2014, 2017), como fontes de evidências foram utilizadas as entrevistas, análise de documentos, registro em arquivos e artefatos físicos. Para o embasamento teórico, foi realizada uma revisão sistemática dos conceitos de Ecossistema de Empreendedorismo e Indústria Criativa e os diversos atores impacto socioambiental e casos relacionados ao Ecossistema de empreendedorismo e inovação a partir da análise de publicações na base de dados da Web of Science. Como método de análise, foi usado o protocolo indicado pela Bardin (2016), com o auxílio do software Nvivo 12 na análise de todo o conteúdo investigado. Em termos teóricos, o trabalho seguiu literatura científica mais referenciada do mundo no tocante aos Ecossistema de Empreendedorismo e Ecossistema de Inovação³ e Indústria Criativa e na análise do caso brasileiro, no confronto com autores que também investigaram a realidade. Como produtos científicos e tecnológicos, a pesquisa permitiu compreender e apresentar os conceitos e elementos do ecossistema de inovação, ecossistema de empreendedorismo universitário, ecossistema de empreendedorismo digital, ecossistema de empreendedorismo social, ecossistema de empreendedorismo sustentável, além de conhecer modelos de ecossistema de empreendedorismo mais atuais na área da indústria cultural. Como contribuição à literatura foi elaborado um modelo de ecossistema de empreendedorismo sustentável com nove etapas que vão da identificação dos atores chaves, fomento à inovação sustentável até a avaliação do ecossistema e do Modelo de Análise da Conexão entre os Atores de um Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação da Indústria Criativa e o desenvolvimento de um estudo de caso único envolvendo a análise da conexão entre os atores do ecossistema de empreendedorismo e de inovação da Economia Criativa na Região Geográfica Imediata de Estância em Sergipe, e mais especificamente no Polo Têxtil e Comercial da Moda do município de Itabaianinha em Sergipe, cidade considerada a “capital da moda de Sergipe”. Além da extensa experiência de pesquisa, o bolsista teve ainda a oportunidade de dialogar com a EACH/USP e com outras entidades relacionadas com o Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação da Indústria Criativa.

Palavras-chave: Ecossistema de Empreendedorismo; Ecossistema de Inovação; Impacto Socioambiental; Indústria Criativa.

ABSTRACT

This technical report is the result of the postdoctoral experience at EACH/USP, in which Associate Professor IV Matheus Pereira Mattos Felizola from the Faculty of Communication at the Federal University of Sergipe was the fellow, under the supervision of Dr. Jane Aparecida Marques, a Full Professor in Communication and Marketing at the University of São Paulo. She teaches in the Interunit Graduate Program in Aesthetics and Art History at the University of São Paulo, the Professional Master's Program in Entrepreneurship at the University of São Paulo, and the undergraduate Marketing program at the School of Arts, Sciences, and Humanities at the University of São Paulo. The objective of the postdoctoral research was to "Map and describe the entrepreneurship and innovation ecosystem of the Brazilian creative industry and the connection between socio-environmental impact actors." There is a scientific consensus that, for the effectiveness of an entrepreneurship and innovation ecosystem, innovative products and services must be generated through the flow of communication, connection, knowledge, products, finances, and people. An innovation ecosystem can be described as a complex network of actors with the potential to foster the emergence of innovative entrepreneurship. This large innovation network can be divided into sub-areas, such as academia, business/industry, investments, support for entrepreneurs, and society in general. The need for a benchmarking analysis of innovation environments to observe the connection between actors within an ecosystem motivated research that involved analyzing the entrepreneurship and innovation ecosystem of the Brazilian creative industry, with the aim of proposing improvements for the northeastern reality, especially in the state of Sergipe. The researcher and his supervisor are specialists in the field of entrepreneurship and innovation and were involved in the following projects: "Brazilian Youth and Media Practices in Times of Convergence," PROCAD No. 071/2013, in partnership with UFGRS, UFS, and UFPA, and "Marketing and Communication Strategies in the Context of Media Convergence Culture – The Young Individual Microentrepreneurs of the Immediate Geographic Region of Propriá – SE," MCTIC/CNPq Call No. 28/2018 – Universal. Methodologically, the work was qualitative, following a

case study protocol inspired by Yin (2014, 2017). Sources of evidence included interviews, document analysis, archival records, and physical artifacts. For the theoretical foundation, a systematic review of the concepts of Entrepreneurship Ecosystem, Creative Industry, socio-environmental impact actors, and cases related to the entrepreneurship and innovation ecosystem was conducted, analyzing publications from the Web of Science database. As a method of analysis, the protocol indicated by Bardin (2016) was used, with the assistance of Nvivo 12 software in analyzing the entire investigated content. The work followed the most referenced global scientific literature regarding the Entrepreneurship Ecosystem, Innovation Ecosystem, and Creative Industry, with a focus on the Brazilian case, compared with other authors who have also investigated this reality. In terms of scientific and technological outputs, the research allowed for understanding and presenting the concepts and elements of the innovation ecosystem, university entrepreneurship ecosystem, digital entrepreneurship ecosystem, social entrepreneurship ecosystem, and sustainable entrepreneurship ecosystem. Additionally, more current entrepreneurship ecosystem models in the cultural industry were explored. As a contribution to the literature, a sustainable entrepreneurship ecosystem model with nine stages was developed, ranging from identifying key actors and fostering sustainable innovation to evaluating the ecosystem. The Model for Analyzing the Connection between Actors in an Entrepreneurship and Innovation Ecosystem in the Creative Industry was also developed, along with a unique case study involving the analysis of the connection between actors in the entrepreneurship and innovation ecosystem of the Creative Economy in the Immediate Geographic Region of Estância, Sergipe, specifically within the Textile and Fashion Hub of the municipality of Itabaianinha, Sergipe, a city regarded as the “fashion capital of Sergipe.” In addition to extensive research experience, the fellow had the opportunity to engage with EACH/USP and other entities related to the Creative Industry Entrepreneurship and Innovation Ecosystem.

Keywords: Entrepreneurship Ecosystem; Innovation Ecosystem; Socio-environmental Impact; Creative Industry.

SUMÁRIO

Identificação do Relatório.....	18
Apresentação.....	19
Área(s) do conhecimento predominante(s).....	21
Introdução.....	28
Objetivos geral e específicos.....	34
Metodologia.....	35
Etapas de execução do projeto com cronograma de atividades no período visando ao alcance dos objetivos.....	45
Atividades Desenvolvidas.....	46
Resultados Alcançados.....	47
Avanços científicos.....	49
Considerações Finais.....	115
Referências.....	117

IDENTIFICAÇÃO DO RELATÓRIO

Supervisora do Pós-Doutorado Prof. Dra. Jane Aparecida Marques

Bolsista Prof. Dr. Matheus Pereira Mattos Felizola

Instituição Proponente

USP- Universidade de São Paulo

EACH - Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo

Endereço: Rua Arlindo Béttio, 1000 - Ermelino Matarazzo, São Paulo - SP, 03828-000

Campus: USP Leste, São Paulo, SP

Telefone: (11) 3091-1046

PGEHA USP - Programa de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte da Universidade de São Paulo

Endereço: Av. Prof. Mello Moraes, Tv. 8, 140 - Butantã, São Paulo - SP, 05508- 000

Telefone: (11) 3091-3327

Instituição do Pesquisador /Bolsista

UFS - Universidade Federal de Sergipe

DCOS- Departamento de Comunicação Social, Laboratório de Empreendedorismo e Inovação da UFS - LEI. PPGCI - Pós-graduação em Ciência de Informação

Endereço: Fundação Universidade Federal de Sergipe • Ministério da Educação • República Federativa do Brasil. Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos. Av. Marechal Rondon, s/n Jardim Rosa Elze - CEP 49100- 000 - São Cristóvão/SE, (79) 2105- 6600.

Pesquisa: Laboratório de Empreendedorismo e Inovação da UFS

Telefone: (79) 981145856

Área : CA-AC: Artes, Ciência da Informação e Comunicação

Título da Pesquisa : “O ECOSSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO DA INDÚSTRIA CRIATIVA BRASILEIRA- A CONEXÃO ENTRE OS ATORES DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL “

E-mail Supervisora: janemarq@usp.br

E-mail Pesquisador /Bolsista: matheusfelizola@academico.ufs.br

APRESENTAÇÃO DA SUPERVISORA

Possui graduação em Português pela Universidade de São Paulo (1994), especialização em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing, mestrado (2003) e doutorado (2008) em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Atualmente é Professora Livre Docente na área de Comunicação e Marketing na Universidade de São Paulo, atuando no curso de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte da Universidade de São Paulo e no Mestrado Profissional em Empreendedorismo da Universidade de São Paulo, e no curso de graduação em Marketing da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo. Membro do Conselho de Direção Estratégica e do Comitê de Acompanhamento da Habits - Habitat de Inovação Tecnológica e Social / Incubadora-Escola. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Mercadologia, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação, pesquisas de recepção, novas mídias, novas gerações, lazer, entretenimento, mercado de arte, inovação e empreendedorismo. Participou com o pesquisador /bolsista do projeto Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência no PROCAD (Programa Nacional de Cooperação Acadêmica), via Edital CAPES no 071/2013. Além das diversas atividades da supervisora, ela esteve associada ao pesquisador /bolsista nos seguintes editais:

Projeto Universal 2019-2022 - As estratégias de marketing e comunicação no contexto da cultura da convergência midiática. Os jovens Microempreendedores Individuais da Região Geográfica Imediata de Propriá – SE¹

PROCAD UFS/UFRGS/UFPA 2015-2021 no projeto “Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”².

1 Processo nº: 420341/2018-8 e Vigência: 18/02/2019 a 28/02/2022(36 meses)

2 A pesquisa do PROCAD, gerou 5 artigos científicos abaixo relacionados envolvendo o pesquisador /bolsista e sua supervisora: FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos; Vitor José Braga Mota Gomes ; MARQUES, J. A. O consumo midiático em tempos de convergência no interior do Brasil: aspectos quantitativos da pesquisa com a juventude urbana. Interin, v. 26, p. 71, 2021.

BRAGA, VITOR ; FELIZOLA, MATHEUS P.M. ; MARQUES, JANE A. Consumo cultural e midiático dos jovens face às mídias sociais. ALCEU (ONLINE), v. 21, p. 94-114, 2021.

FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos; MARQUES, J. A. Vitor José Braga Mota Gomes .

A supervisora Jane Aparecida Marques, coordena os projetos de pesquisa **Empreendedorismo de Impacto Social a partir das Indústrias Culturais e Criativas (EISICC)** e o projeto **Criatividade e Inovação nos Mercados de Arte e Cultura**³.

Os projetos de Extensão: **Empreendedorismo de Impacto Social a partir das Indústrias Culturais e Criativas (EISICC)** e o Projeto para Elaboração e Disseminação de **Mapeamento de Empreendedorismo das Indústrias Culturais e Criativas**⁴.

Além de coordenar o projeto de **desenvolvimento Inovação e Empreendedorismo nas Indústrias Criativas**⁵.

O Empreendedorismo no Brasil Profundo : Jovens como força propulsora no interior de Sergipe. Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis, v. v. 6, p. 33-51, 2021.

FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos; Vitor José Braga Mota Gomes ; MARQUES, J. A. Desafios metodológicos da pesquisa jovem e consumo midiático em tempos de convergência no Brasil Profundo. Revista Pesquisa Qualitativa, v. 8, p. 118, 2020.

BRAGA, VITOR; FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos ; MARQUES, J. A. O consumo no Brasil profundo: a realidade do consumo e as práticas midiáticas de jovens do interior sergipano. Líbero, v. 23, p. 138-145, 2020.

3 Este projeto de pesquisa tem por objetivo identificar o potencial de criatividade e inovação nas áreas de arte e cultura, especialmente no escopo das indústrias criativas. Este projeto visa também analisar a circulação e produção de arte e cultura na contemporaneidade. A pesquisa tem caráter exploratório, em geral, pautada nos estudos de casos (único e múltiplos), associados às pesquisas documentais, qualitativas e de observação. Como resultados espera-se dimensionar a produção e circulação de arte e cultura contemporâneas; e obter melhor compreensão da dimensão da criatividade nas indústrias criativas, considerando seus impactos e interdisciplinaridade entre as áreas de comunicação e marketing.

4 Descrição: As distintas condições sociais e ambientais existentes no Brasil demandam modelos inovadores de negócios de impacto que sejam viáveis e possibilitem erradicação da pobreza e redução das desigualdades, como apontam dois dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização (ODS) das Nações Unidas, além de promover a prosperidade e o bem-estar para todos. Nesse sentido, pretende-se com este projeto desenvolver e estimular atitudes empreendedoras, no escopo das indústrias culturais e criativas (ICC), para indivíduos que vivem em processo de exclusão social, principalmente por fatores socioeconômicos, que residam ou atuem em coletivos formalizados ou não localizados nas proximidades dos campi USP Butantã e Leste da capital.

5 O principal objetivo deste projeto é produzir e distribuir material educativo, aqui denominado por Mapeamento de Empreendedorismo das Indústrias Culturais e Criativas. Destacam-se dois aspectos que distinguem este projeto: (1) o material produzido será distribuído nas periferias de São Paulo com prioridade para o entorno dos campi Oeste e Leste da Universidade de São Paulo, para facilitar a disseminação do tema; e (2) será essencial na concretização do projeto Empreendedorismo de Impacto Social a partir das Indústrias Culturais e Criativas (EISICC), recentemente aprovado no último edital divulgado pela Pró Reitoria de Cultura e Extensão, na categoria de supervisora de Discente de Pós- Graduação (stricto sensu). Estudo dos conhecimentos relacionados aos processos empreendedores nas organizações estabelecidas e em start-ups, que associem ações de marketing, estratégica, inovação e geração de novos negócios, especialmente os ligados às indústrias criativas.

APRESENTAÇÃO DO PESQUISADOR /BOLSISTA

Pesquisador com formação ampla na área de Ciências Sociais Aplicadas, com experiência nos estudos das organizações e na criação de produtos inovadores. Doutor em Ciências Sociais – UFRN⁶, Doutor em Ciência da Propriedade Intelectual – UFS⁷, Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq - Nível 2 (2021-2024)⁸, Professor Associado IV do curso de Publicidade e Propaganda da UFS⁹ Pós-doutor- UFRGS¹⁰. Líder do Grupo de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação (UFS)¹¹ e Investigador do Centro de Estudos Globais da Universidade Aberta de Portugal. Com experiência na gestão de projetos aprovados pela Capes

6 No primeiro Doutorado finalizado em 2012 na UFRN, foi possível aprofundar o conhecimento em Organizações não Governamentais (ONGs) e Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPS) que juridicamente estão enquadradas na figura das Associações que são organizações de direito privado sem fins lucrativos, formadas por pessoas naturais, buscando atingir o bem estar social, cultural, político, filantrópico para a realização de processos produtivos de bens e/ou serviços coletivos. As Associações investigadas entre os anos de 2009 e 2012 geraram impacto socioambiental no estado de Sergipe. A tese “A trajetória dos movimentos socioambientais em Sergipe : personagens, instituições e estratégias de comunicação” podem ser observada no link http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFRN_2f1208efb0f1f61d537641d0efec0507.

7 No segundo Doutorado do pesquisador/bolsista finalizado em 2021 na UFS, foi construído o conceito híbrido de Ecossistema de Inovação e apresentado um modelo de conexão para atores do ecossistema de inovação. A tese de Doutorado aprovada com distinção e louvor, intitulada: INTELECTUAL. INNOVATION ECOSYSTEMS CONNEXION - Modelo de Conexão entre os atores de um Ecossistema de Inovação.

8 Número nº: 312260/2020- Chamada CNPq Nº 09/2020 - Bolsas de Produtividade em Pesquisa - PQ

9 Sendo o Decano do curso de Publicidade fundado em 2009, Ministrando as disciplinas de Empreendedorismo (COMSO0284), Pesquisa de Mercado (COMSO0320), Introdução ao Marketing (COMSO0297) e Planejamento de Marketing (COMSO0322) no link <https://www.sigaa.ufs.br/sigaa/link/public/curso/curriculo/24795083> que estão alinhadas com O relatório da pesquisa.

10 Com a pesquisa “As estratégias de comunicação no contexto da cultura da convergência midiática – Os Microempreendedores Individuais do Brasil Profundo” financiada pela bolsa PDJ-Pós-doutorado Júnior – PDJ de número 150727/2017-8. O projeto esteve alinhado com as pesquisas anteriores coordenadas e também gerou questionamentos para as pesquisas futuras.

11 O pesquisador é líder do Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação – LEI e coordena projetos financiados pelo CNPQ, CAPES, FAPITEC, FINEP e SEBRAE. O grupo participa de redes nacionais e internacionais, contando com 10 Doutores, 6 Mestres, 4 Mestrandos, Diversos Especialistas envolvidos diretamente com o ecossistema de Inovação, Técnicos com interesses em Pesquisas e Inovação e Bolsistas de Extensão (PIBIX), Pesquisa (PIBIC) e Inovação (PIBIT). A presente pesquisa está alinhada com o grupo.

(PROCAD)¹², CNPQ (Ciências Sociais, Produtividade e Universal), FAPITEC (vários), FINEP (Centelha I e II) e SEBRAE (Catalisa). Experiência na atuação em organizações do segundo e do terceiro setor, tais como: Associações, Cooperativas, Serviço Social Autônomo, Spin-off acadêmicas e Startups. Participante pelo PPGCOM¹³ da UFS no Programa de Estímulo a Mobilidade e ao Aumento da Cooperação Acadêmica da Pós- Graduação em Sergipe EDITAL CAPES/FAPITEC/SE Nº 10/2016¹⁴ na temática “Especificidades do consumo midiático em contextos de regionalização e convergência de oferta” e de ter finalizado o projeto “Consumo cultural dos jovens sergipanos em tempos de convergência midiática” a partir do edital MCTI/CNPq/MEC/CAPES Nº 43/2013.

Além da coordenação de projetos de PIBIC, PIBIT e PIBIX relacionados com a temática desse projeto e a orientação de discentes da graduação e do mestrado acadêmico em Comunicação Social da Universidade Federal de Sergipe e mestrado profissional em ciência da informação da mesma universidade. Foi Vice Coordenador do GT de Publicidade da ALAIC - Associação Latino Americana de Pesquisadores em Comunicação (2018-2020). Atuando principalmente nas seguintes linhas de pesquisa: (i) Empreendedorismo, (ii) Ecossistemas de Inovação (iii) Marketing (iv) Consumo midiático e (v) Produção, Organização e Comunicação da Informação¹⁵.

O Road Map abaixo, facilita a visualização:

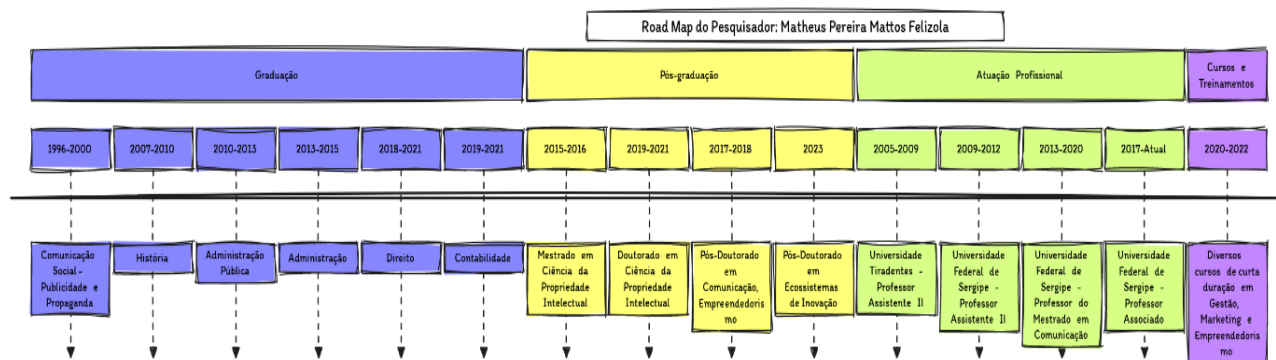
12 O PROCAD foi fruto da atuação integrada de um grupo de pesquisadores que pertencem a uma rede nacional, que, a partir do projeto central Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência (proposto pelo grupo gaúcho/UFRGS), fomentado pelos editais MCTI /CNPq/MEC/CAPES 07/2011 e 18/2012, deu origem aos projetos articulados, voltados para as realidades locais. A cooperação entre UFRGS, UFPA e UFS vem ao encontro dos interesses e necessidades de uma pesquisa integrada e articulada em âmbito nacional, com vistas a ampliar a interlocução com pesquisas e pesquisadores da área de Comunicação e, simultaneamente, criar condições acadêmicas para a expansão do Programa de Pós- Graduação em Comunicação para o nível de Doutorado da UFPA e da UFS, uma vez que a formação e fixação de doutores nas regiões foi uma das metas pretendidas por esse projeto.

13 Onde orientou oito dissertações de mestrado no <http://www.posgraduacao.ufs.br/ppgcom>

14 O Projeto de Título “Cooperação científica interinstitucional para o estudo das transformações em processos e produtos comunicacionais decorrentes da expansão das tecnologias digitais, convergências de mídia e contextos de regionalização” foi aprovado no EDITAL CAPES/FAPITEC/SE Nº 10/2016.

15 Mais detalhes no link <http://lattes.cnpq.br/5611829504195938>

Figura 1 – Road Map da Formação do Pesquisador



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

Nos últimos anos como líder do grupo do Laboratório de Empreendedorismo e Inovação da UFS, nossa produção esteve voltada para publicações de artigos, capítulos de livros e livros focados em temas associados ao marketing¹⁶, empreendedorismo e inovação.

Em relação aos projetos coordenei os seguintes projetos:

Projeto PQ 2020 - Bolsas de Produtividade em Pesquisa - PQ - Estratégias de Comunicação, Marketing e Gestão no contexto da convergência midiática – Os empreendedores da Grande Aracaju¹⁷.

Projeto Universal 2019-2022¹⁸ - As estratégias de marketing e comunicação no contexto da cultura da convergência midiática. Os jovens Microempreendedores Individuais da Região Geográfica Imediata de Propriá – SE.

PROCAD UFS/UFRGS/UFPa 2015-2021 - Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência.

¹⁶ O pesquisador foi Vice-Líder do grupo de pesquisa em Marketing fundado em 2008, onde foram desenvolvidos projetos para o CNPQ (Chamada 43/2013 - Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas Processo 408548/2013-4) e CAPES(Coordenador associado do projeto Jovem e Consumo Midiático em Tempos de Convergência no PROCAD (Programa Nacional de Cooperação Acadêmica), maiores informações do histórico dos trabalhos no <http://www.grupodemarketingufs.com> e nas produções da www.redebrasilconectadose.wordpress.com e <https://www.instagram.com/brasilprofundose>

¹⁷ Número nº: 312260/2020- Chamada CNPq Nº 09/2020 - Bolsas de Produtividade em Pesquisa - PQ
¹⁸ Aprovado pelo COMITÊ: AC- Artes, Ciência da Informação e Comunicação na Área: Relações Públicas e Propaganda no processo 420341/2018-8 e Vigência: 18/02/2019 a 28/02/2022(36 meses). Detalhes do livro acesse no <https://publicacoes.even3.com.br/book/empreendedorismo-no-brasil-profundo-656645>

Projeto PPGPI 2019-2021 - Innovation Ecosystems Connexion - Modelo de Conexão entre os atores de um ecossistema de inovação¹⁹.

Projeto PIBIT - Vitrine virtual para os empreendedores de São Cristóvão-2020-2021²⁰.

Projeto PIBIC –As estratégias de marketing e comunicação no contexto da cultura da convergência midiática – As Startups Aracajuanas – 2019-2020.

Projeto PIBIC –As estratégias de marketing e comunicação no contexto da cultura da convergência midiática – O Caso do Rosa Elze em São Cristóvão - 2020-2021²¹.

Projeto PIBIC – As estratégias de marketing e comunicação no contexto da cultura da convergência midiática – O caso da Barra dos Coqueiros²²

Projeto de Extensão Inovadora UFS - Planos de Marketing para o grupo Caju Valley

- Um importante ator do ecossistema inovador em Sergipe – 2016-2018²³.

Projeto de Extensão Inovadora UFS - Fortalecimento do Ecossistema de Inovação de Startups de Sergipe – 2017 - 2020²⁴.

19 O pesquisador avaliou recentemente o ecossistema de inovação do estado de Sergipe, com publicações que apontam as principais falhas. Logo abaixo os trabalhos:

FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos; GOMES, I. M. A. . O ECOSSISTEMA SERGIPANO DE INOVAÇÃO. ATORES E LACUNAS. PRÂKSIS (FEEVALE), v. 1, p. 187, 2022.

LIBERATO, M. M. HOLANDA, F. S. R. FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos . UM ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO PARA O ESTADO DE SERGIPE. HUMANIDADES & INOVAÇÃO, v. 8, p. 265- 278, 2021.

FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos; GOMES, I. M. A. . REVISÃO DA LITERATURA E FORMAÇÃO DE UM MODELO HÍBRIDO DE ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO. HUMANIDADES & INOVAÇÃO, v. 8, p. 9-32, 2021.

20 Acesse no <https://drive.google.com/file/d/19EzeeuM134p-VVK9-KhWUe9V9KYY4Tu/view?usp=sharing>

21 Acesse no <https://drive.google.com/file/d/18t20fDH6MMimb55i4mrtEXAJN19ux3Mw/view?usp=sharing>

22 Acesse no <https://drive.google.com/file/d/18ZjRcEafNWwWEzLc-5T1FIFOzpykIO1m/view?usp=sharing>

23 Acesse no <https://pt.slideshare.net/slideshow/plano-de-marketing-para-o-caju-valley/68901531>

24 O pesquisador avaliou recentemente o ecossistema de inovação do estado de Sergipe, com publicações que apontam as principais falhas. Logo abaixo os trabalhos:

FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos; GOMES, I. M. A. . O ECOSSISTEMA SERGIPANO DE INOVAÇÃO. ATORES E LACUNAS. PRÂKSIS (FEEVALE), v. 1, p. 187, 2022.

LIBERATO, M. M. HOLANDA, F. S. R. FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos . UM ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO PARA O ESTADO DE SERGIPE. HUMANIDADES & INOVAÇÃO, v. 8, p. 265- 278, 2021.

Projetos que o laboratório de empreendedorismo e inovação – LEI e o pesquisador estão envolvidos como pesquisador participante.

Projeto Aprovado no Edital Centelha 2019 da FAPITEC/SE - Fundação de Apoio à Pesquisa e Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe - Q-Avalia: mensuração de qualidade e desempenho jornalístico – 2020-2021²⁵.

Projeto Aprovado no Edital Centelha 2022 da FAPITEC/SE - Connect Ecosystem Edtech - Educação para os Ecossistemas de Empreendedorismo, Inovação e Propriedade Industrial²⁶.

Projeto Aprovado no Edital Catalisa ICT- 2021 CNPQ/SEBRAE - Innovation Ecosystems Connection²⁷.

Projeto PIBIC - O vínculo grupal no fomento e criação de novos negócios - o caso das Startups em Sergipe.

Projeto PIBIC- Estudo de experiências no ecossistema brasileiro e desenvolvimento de modelo para interação entre universidades, empresas e atores sociais - 2019-2020

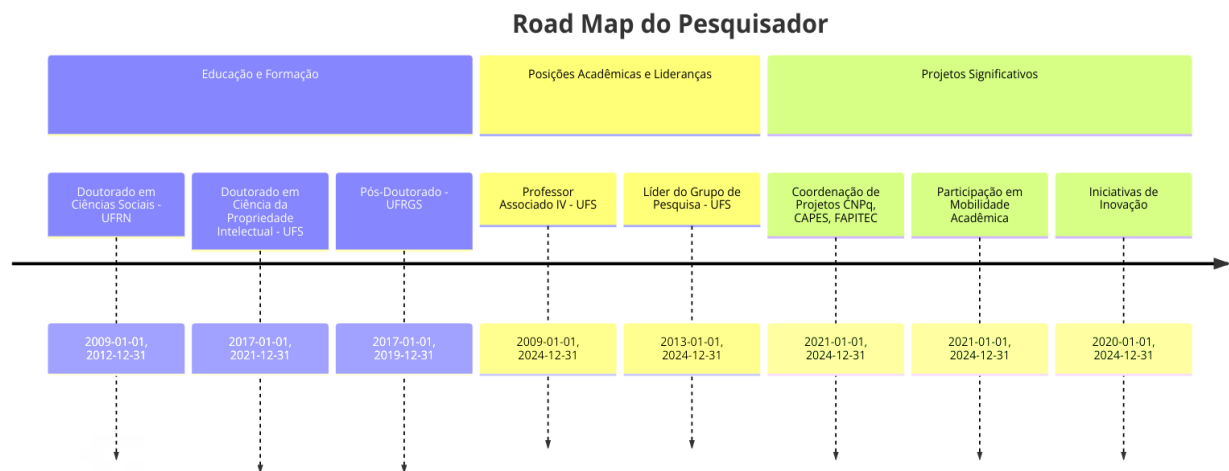
O Road Map abaixo, facilita a visualização dos últimos projetos do pesquisador :

25 A Qualicom Digital foi criada em fevereiro de 2020, em consequência de um projeto de inovação em jornalismo aprovado no edital FINEP/FAPITEC/SE Nº 01/2019 para o Programa Nacional de Apoio à Geração de Empreendimentos Inovadores – Programa Centelha-SE. Um grupo de cinco proponentes, composto por pesquisadores, aluno e ex-aluno da Universidade Federal de Sergipe, apresentou a proposta, cuja elaboração foi derivada das pesquisas em jornalismo realizadas na instituição. Para implementar o projeto, foi necessário criar a empresa e agregar novos sócios com o mesmo perfil inovador e empreendedor. Site <https://www.qualicomdigital.com.br>

26 O projeto do Edital Centelha está acontecendo em paralelo com o presente pós-doutorado e gerou a criação de uma Spin Off acadêmica com o mesmo nome do modelo.

27 O Co.nnect é um Modelo de Conexão entre os atores de um Ecossistema de Inovação é oriundo de uma pesquisa realizada em vários Hubs de inovação brasileiros e que gerou uma tese doutoral apresentada na Universidade Federal de Sergipe (UFS) no Programa de Pós- graduação em Ciência da Propriedade Intelectual. Maiores informações no <https://connectecosystem.com>. Um grupo de três proponentes composto por pesquisadores, professores e alunos do Programa de Pós-graduação em Ciência da Propriedade Intelectual PPGPI/UFS que uniram suas experiências e apresentaram o projeto ao Edital Catalisa ICT- 2021/2022 proposto pelo SEBRAE.

Figura 2 – Road Map do Pesquisador



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

ÁREA(S) DO CONHECIMENTO PREDOMINANTE(S):

O projeto enfoca as seguintes áreas do conhecimento:

Área 1: Comunicação - Código: 6.09.00.00-8.

Subárea: Relações Públicas e Propaganda - Código: 6.09.04.00-3.

Área 2: Ciência da Informação - Código: 6.07.00.00-9.

Subárea: Processos da Comunicação - Código: 6.07.01.02-1.

Área 3: Administração - Código: 6.02.00.00-6.

Subárea: Mercadologia - Código: 6.02.01.03-7.

INTRODUÇÃO

Na literatura científica internacional, o termo ecossistemas de negócios surge na década de 1990 para apresentar as redes envolvendo a indústria, a sociedade, a academia e os consumidores. Autores como Adner (2006, 2010), Carayannis e Campbell (2009, 2010), Iansiti e Levien, (2004), Isenberg (2014), Moore (1993, 1996) e Teece (2007, 2010) analisaram os ecossistemas de inovação e perceberam a dinâmica envolvendo os novos atores que disputam o mercado internacional.

Ainda na década de 1990, surge o conceito de “indústrias criativas”, que está associado às mudanças econômicas e sociais, que provocaram uma transição das atividades industriais convencionais para aquelas que demandam um alto nível de conhecimento, comumente encontradas no âmbito do setor de serviços criativos e inovadores. Autores como Blythe (2001) e Caves (2000), envolvidos com a análise do Reino Unido, percebem a potencialidade e a escalabilidade da produção artística e cultural da indústria criativa.

Observa-se nos últimos anos, a formação e fortalecimento dos ecossistemas de empreendedorismo e inovação da indústria criativa e um aumento de projetos voltados para ações de impacto socioambiental no Brasil, tendo o estado de São Paulo como um dos principais expoentes no cenário nacional. Paralelo a esse cenário, o estado de Sergipe, ainda não tem representatividade na região Nordeste como Polo de empreendedorismo e inovação, tendo pouca relevância no cenário nacional da indústria criativa e muito menos em ações de impacto socioambiental. Seja pela falta de cases de sucessos na área de Startups, devido ao curto histórico de ambientes de inovação, pela ausência de políticas públicas de incentivo à inovação ou devido ao pouco interesse dos empresários e industriais sergipanos pela inovação (MENEZES e TEIXEIRA, 2018; FELIZOLA, M; GOMES, I; ALMEIDA, MB, 2018; SACRAMENTO e TEIXEIRA, 2019).

Pode-se dizer que a ideia do projeto de pesquisa surgiu a partir de reflexões anteriores, oriundas desde as discussões da Rede Brasil Conectado²⁸ sob a

²⁸ Acesse no <https://redebrasilconectado.wordpress.com/>

coordenação da professora Nilda Aparecida Jacks da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), onde o pesquisador atuou inicialmente como coordenador do estado de Sergipe desde 2012. A rede colaborativa é composta por membros de 47 universidades, entre instituições públicas e particulares, dentre as quais há participantes que pertencem a 65 grupos de pesquisa, que desenvolveram a pesquisa “Jovens e Consumo Cultural em Tempos de Convergência”, entre 2012-2014, que teve como objetivo “identificar e analisar os usos e apropriações dos recursos multimidiáticos realizados pelos jovens no país”.

Esse esforço coletivo, coordenado pela professora Dr^a Nilda Aparecida Jacks, gerou um livro denominado “Brasil em Números”²⁹ onde a equipe do pesquisador ficou responsável pelas informações de Sergipe, tendo sido publicado pela Editora Insular em 2014, apresentando dados para pesquisas de comunicação e cultura em contextos regionais, que contempla um resumo de informações sobre a história, economia, geografia, educação, cultura, religião, renda, demografia, tecnologia, estrutura midiática tradicional e digital.

Além disso, o pesquisador (junto com a equipe do Laboratório de Empreendedorismo e Inovação da UFS) fez a apresentação dos trabalhos intitulados “O nordeste conectado: um quadro do consumo dos jovens nos meios digitais” no VII Encontro dos Pesquisadores em Publicidade e Propaganda (Propesq) – 2016³⁰, “Consumo en tiempos de convergencia: motivaciones de uso de entornos digital por jóvenes del nordeste brasileño” no XIII Congreso de ALAIC – 2016 na cidade do México³¹, do trabalho “Jovens e consumo midiático em tempos de convergência: Estudo Piloto completo na Cidade de Amparo de São Francisco”, no XV Congresso Internacional Ibercom em Portugal, além da participação em mesas para apresentação dos resultados da pesquisa nos eventos Intercom Regional Nordeste e Nacional entre nos anos de 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 e 2019.

29 Acesse no <https://www.amazon.com.br/Brasil-N%C3%BAmoros-Pesquisas-Comunica%C3%A7%C3%A3o-Contextos/dp/8574747963>

30 Acesse no <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002918300.pdf>

31 Acesse no https://www.academia.edu/113397632/Desafios_metodol%C3%B3gicos_da_pesquisa_jovem_e_consumo_midi%C3%A1tico_em_tempos_de_converg%C3%A2ncia_no_Brasil_profundo_f_ri=344259

Além dos citados trabalhos apresentados em congressos, foram publicados cinco artigos em revistas nacionais e internacionais e dois capítulos de livros.

A partir dessa ação inicial em 2012, o pesquisador, através da coordenação do grupo de pesquisa em Marketing em 2013, lançou (conjuntamente à equipe) uma nova pesquisa agregada a Rede Brasil Conectado, intitulada “Consumo cultural dos jovens sergipanos em tempos de convergência midiática”³² que após a sua aprovação contou com o apoio do CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico no edital das Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas MCTI/CNPq/MEC/CAPES Nº 43/2013 e teve como objetivo “traçar um panorama geral das práticas sociais mediadas pelas tecnologias digitais dos jovens do Estado Sergipano”. Para tanto, foi realizado um estudo comparativo tendo como corpus empírico usuários do *site* Facebook e jovens de baixa renda; essa amostra buscou compreender ainda comparações com moradores da capital e de outras regiões do Estado, a partir desse esforço foi gerado um texto para a revista *Fronteiras - estudos midiáticos*, publicado pela Unisinos em 2016 intitulado “Consumo cultural em tempos de convergência: uma análise dos jovens sergipanos” e do trabalho “Consumo cultural y performance de gusto: Aspectos de identidad en tiempos de convergencia en los jóvenes del nordeste brasileño” apresentado no evento ULEPICC 2015 na cidade de Havana.

A presente pesquisa teve uma forte influência da experiência no Programa Nacional de Cooperação Acadêmica - PROCAD, através do projeto “Jovens e Consumo Midiático em Tempos de Convergência”, financiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES, a partir do edital nº 071/2013. No referente projeto, encontra-se a representação de três regiões brasileiras por meio da coordenação de Nilda Jacks (UFRGS), responsável pela região Sul do Brasil, além da participação da Universidade Federal do Pará (UFPA), responsável pela região do Norte, e da Universidade Federal de Sergipe (UFS),

32 FELIZOLA, M. P. M. ; BRAGA, Vitor; MENDONÇA, F. C. . Jovens e Consumo Midiático em Tempos de Convergência: Estudo Piloto completo na Cidade de Amparo de São Francisco. In: XV Congresso IBERCOM, 2018, Lisboa. Anais do XV Congresso IBERCOM 2017: comunicação, diversidade e tolerância. Lisboa: FCH-UCP, 2017. v. 1. p. 3655-3675.

responsável pela região Nordeste. Este projeto teve como principal intuito analisar e comparar o consumo midiático entre jovens de 18 a 24 anos residentes das três regiões supracitadas, com o objetivo de investigar como se dá o consumo das mídias em regiões afastadas da zona de influência das capitais; deu-se à essas regiões o subtítulo de “Brasil Profundo”, uma inspiração na obra de Guillermo Bonfil Batalla, “México Profundo”, de 1990. Assim, o termo “profundo” foi utilizado para se referir à análise do consumo midiático em cidades interioranas do Brasil.

A partir dessa experiência, a UFRGS, UFS e UFPA foram aprovadas no EDITAL CAPES/FAPITEC/SE Nº 10/2016 na temática “especificidades do consumo midiático em contextos de regionalização e convergência de oferta”. Assim, o projeto novamente contou com a presença da Professora Nilda Aparecida Jacks e do pesquisador Matheus Pereira Mattos Felizola, visando explorar e aprofundar os dados do estudo piloto sobre o consumo midiático dos jovens nas plataformas digitais.

Em um dos desmembramentos da pesquisa do PROCAD (UFRGS-UFPA-UFS), durante seu projeto de pós-doutorado aprovado pelo CNPQ, o pesquisador a coordenador do presente projeto estudou o empreendedorismo do jovem do Brasil Profundo no estado do Rio Grande do Sul, na microrregião de Osório (23 cidades), a fim de localizar possíveis semelhanças com o jovem do interior de Sergipe, mais precisamente na região denominada até então como Microrregião de Propriá, correspondente à 10 cidades: Amparo de São Francisco, Brejo Grande, Canhoba, Cedro de São João, Ilha das Flores, Neópolis, Nossa Senhora de Lourdes, Propriá, Santana do São Francisco e Telha.

Assim, diante dos estudos prévios realizados do projeto “As estratégias de marketing e comunicação no contexto da cultura da convergência midiática – As Startups Aracajuanas” – 2019-2020, e traçando um comparativo com os resultados da pesquisa do universal da Região Geográfica Imediata de Propriá, principalmente, no que tange uma perfilamento dos tipos de microempreendedores da região, a partir da compreensão de suas estratégias de comunicação e marketing.

Após os oito anos de trabalhos em conjunto entre UFRGS e UFS na Rede Brasil Conectado, cinco anos de trabalhos entre a UFRGS, UFPA e UFS no PRO-CAD, três anos de trabalhos entre a UFS, UFRGS e UFPA no PROMOB e da parceira com a USP com a professora Jane Aparecida Marques, e principalmente a partir da profunda imersão nos temas ligados à convergência midiática, novas tecnologias, consumo cultural, juventude e diversidades regionais aliadas à experiência do pesquisador em pesquisas paralelas nos dez anos de atividades do grupo de pesquisa em Marketing da UFS e mais recentemente na criação do laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação na UFS em 2016, foi possível compreender a necessidade de aprofundar os estudos sobre os microempreendedores de tal microrregião.

Sendo assim, a pesquisa “ O ECOSSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO DA INDÚSTRIA CRIATIVA BRASILEIRA- A CONEXÃO ENTRE OS ATORES DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL “ e todo arcabouço empírico e teórico envolvido na construção da pesquisa, está envolvido diretamente no histórico de pesquisa e inovação do bolsista e de sua supervisora. O problema que foi abordado nesta pesquisa foi “ Qual o estágio do ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira e a conexão entre os atores de impacto socioambiental ”. Sendo assim, a questão está envolvida diretamente com a resolução de um problema de base tecnológica. A primeira incursão científica do pesquisador/bolsista no problema aconteceu em 2009, quando o autor, iniciou a pesquisa que gerou sua primeira tese doutoral em 2012 no Programa em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte “A trajetória dos movimentos socioambientais em Sergipe : personagens, instituições e estratégias de comunicação”³³.

O autor entre 2015 e 2020 esteve envolvido no Programa de Pós-graduação em Ciência da Propriedade Intelectual PPGPI/UFSc com o projeto “ As Startups Sergipanas: Um Estudo de Caso do Caju Valley”³⁴, que teve como objetivo geral “mapear e analisar as atividades de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação e as

33 Acesse no <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/13796>

34 Acesse no <https://ri.ufs.br/handle/riufs/3433>

solicitações de registros de marcas e programas de Software das Startups Sergipanas” (FELIZOLA, M; GOMES, I; ALMEIDA, MB, 2018).

Ao longo desta pesquisa de cunho descritivo e qualitativo ancorada em um estudo de casos múltiplos (YIN, 2014, 2017), foi possível observar que um dos pontos apontados como mais crítico por parte dos empreendedores de Startups em Sergipe, foi a ausência de uma maior conexão entre os atores do ecossistema de inovação. Essa ausência de integração entre os atores do ecossistema, gerou a necessidade de uma investigação mais aprofundada, a partir da investigação empírica de realidades distantes do ecossistema de inovação sergipano.

Essa preocupação foi corroborada pela experiência do autor nas diversas frentes do ecossistema de inovação, das entrevistas realizadas entre 2015 e 2016 com líderes de Startups do movimento Caju Valley e da observação da literatura científica no período da pesquisa relacionada com as Startups e de todos os outros atores do ecossistema de inovação. Sendo assim, em 2019 iniciou-se uma pesquisa de campo que envolveu quatro estados brasileiros e mais de 140 habitats de Inovação, que gerou a segunda tese do pesquisador/bolsista intitulada INNOVATION ECOSYSTEMS CONNEXION - Modelo de Conexão entre os atores de um Ecossistema de Inovação.

A presente pesquisa gerou resultados que podem refletir positivamente no ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira.

Resultados Científicos: (i) Revisão dos conceitos ecossistemas de empreendedorismo e inovação e sua relação com a Indústria criativa; (ii) Oito artigos científicos;

Resultados Práticos: (i) A validação de um modelo de análise da conexão entre os atores de um ecossistema de inovação;

Nas próximas páginas são lembrados os objetivos e apresentados os trabalhos científicos construídos para cada objetivo proposto, em seguida são detalhados os passos e o cronograma da pesquisa, em seguida são apresentados os avanços científicos e as principais descobertas científicas, por fim, são apresentadas as considerações finais, referências e os anexos e apêndices do relatório.

OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS

Objetivo Geral

A presente pesquisa teve como objetivo geral de “Mapear e descrever o ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira e a conexão entre os atores de impacto socioambiental”

Objetivos específicos

Como objetivos específicos a presente a pesquisa teve o interesse de:

Criar conceitos híbridos de ecossistema de empreendedorismo e inovação e de indústria criativa a partir da literatura internacional investigada;

- Analisar ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira partir do confronto da literatura científica e dos resultados da pesquisa empírica;

- Validar o modelo de análise da conexão entre os atores de um ecossistema de inovação

METODOLOGIA

O problema que foi abordado nesta pesquisa foi “ Qual o estágio do ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira e a conexão entre os atores de impacto socioambiental ”. A questão norteadora do trabalho foi “A necessidade de mapear e analisar o ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira e a conexão entre os atores de impacto socioambiental ”. Como hipótese avalia-se que “A ausência de conexão dificulta a articulação do governo, empresas, ICTIs e sociedade em prol do desenvolvimento socioambiental”. Tanto na questão norteadora, como na hipótese, observou-se a visão da base metodológica, pois na ótica do Yin (2014, 2017) muito mais importante, que verificar as hipóteses, o objetivo foi descobrir novas relações entre os elementos. A teoria do metodólogo citado acima, não busca necessariamente alcançar generalizações, mas sim, trazer uma nova reflexão teórica e prática para um fenômeno específico e atual.

Estrutura da Pesquisa

A divisão da pesquisa foi pensada a partir da questão norteadora alinhada à necessidade de confirmar ou refutar as duas hipóteses da pesquisa, assim como associar os objetivos gerais e objetivos específicos. Para facilitar o trabalho de leitura, identificou-se de maneira explícita na tabela abaixo:

Quadro 1- Estrutura fundamental da pesquisa

Problema de Pesquisa	Questão norteadora	Hipótese	Objetivo Geral	Objetivos Específicos
Qual o estágio do ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira e a conexão entre os atores de impacto socioambiental.	A necessidade de mapear e analisar o ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira e a conexão entre os atores de impacto socioambiental.	A ausência de conexão dificulta a articulação do governo, empresas, ICTIs e sociedade em prol do desenvolvimento socioambiental.	Mapear e descrever o ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira e a conexão entre os atores de impacto socioambiental.	-Criar conceitos híbridos de ecossistema de empreendedorismo e de indústria criativa a partir da literatura internacional investigada; -Analisar ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira partir do confronto da literatura científica e dos resultados da pesquisa empírica; -Validar o modelo de análise da conexão entre os atores de um ecossistema de inovação.

Fonte: Organizada e sistematizada pelo pesquisador/bolsista

Buscou-se no presente trabalho científico, identificar a literatura mais atual e disponível na plataforma *Web of Science* da empresa Clarivate Analytics. Sendo assim, o trabalho envolveu a busca da expressão *entrepreneurial ecosystem** *AND sustainable entrepreneurial*, a partir da identificação da palavra no campo de tópico com o uso do termo nos títulos, resumos ou palavras-chave e para aproveitar os termos no plural usou-se o * e alcançou-se 332 trabalhos, entre os anos de 2006 a 2024 (até o mês de abril), sendo possível perceber que a maior parte dos artigos foi publicada nos últimos 5 anos.

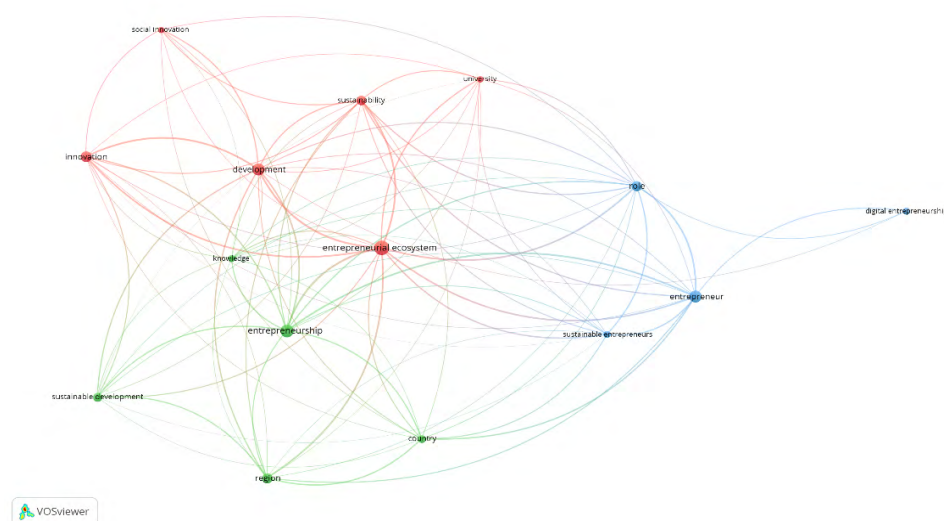
Sendo assim, partiu-se para uma nova estratégia de triagem, aplicando o filtro de anos entre 2020 e 2024, obteve-se 245 artigos. E continuando o processo foi usado o filtro de documentos na opção artigos e artigos de revisão, excluindo artigos de conferências e capítulos de livro para evitar a repetição de publicações baseadas na mesma pesquisa e obteve-se 233 trabalhos. A seguir foi aplicado o

filtro acesso aberto, obtendo-se 138 artigos

Com o objetivo de aprofundar a investigação sobre Ecossistemas de Empreendedorismo associados ao Desenvolvimento Sustentável, foi usado as categorias do *Web of Science: Environmental Sciences, Environmental Studies e Green Sustainable Science Technology*. A partir dessa nova triagem, alcançou-se 59 artigos publicados³⁵ e o banco de dados desses artigos foi exportado e aplicando o arquivo no *software* VOSviewer, obteve-se o mapa de co-ocorrência das palavras-chave ³⁶(vide Figura 3).

Na Figura 3, apresenta-se os 3 *clusters* de palavras-chave encontrados nos 59 artigos: *Cluster 1* (cor vermelha), destacando o ecossistema de empreendedorismo e elementos como desenvolvimento, inovação, inovação social, sustentabilidade e o papel das universidades dentro do ecossistema; *Cluster 2* (cor verde), destacando a relação entre empreendedorismo, conhecimento e desenvolvimento sustentável no contexto de região e país; e *Cluster 3* (cor azul), destacando o papel dos empreendedores digitais e sustentáveis para a construção de um ecossistema de empreendedorismo mais sustentável.

Figura 3 – Mapa de co-ocorrência de palavras-chave dos 59 artigos



Fonte: VOSviewer (2024)

35 Acesse os textos completos <https://drive.google.com/drive/folders/1zqi8IBBY5DhnVHxtIrvoD1KFuEpoW0Sg?usp=sharing>

36 Acesse os resumos completos <https://docs.google.com/document/d/1zsyDF3x-MzLwLHTRv-ZA19B7XpTOl93oN/edit?usp=sharing&oid=115583926503977385966&rtpof=true&sd=true>

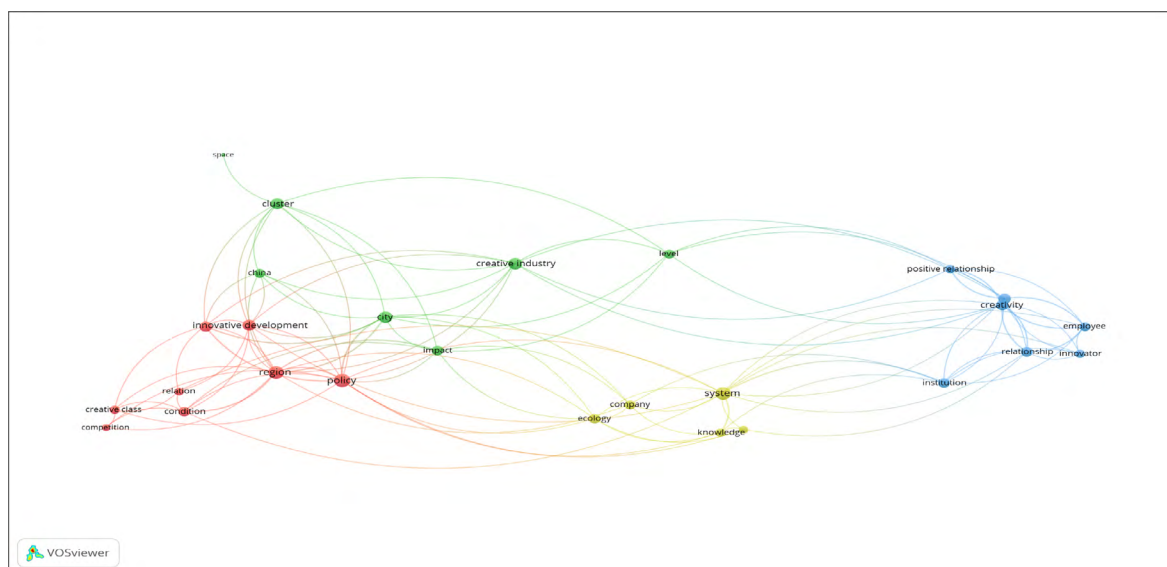
Para alcançar a revisão sistemática do conceito de ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa, procedeu-se à pesquisa dos termos “*Entrepreneurial ecosystem in the creative economy **” e “*Innovation and Creative Industry Ecosystem **” nessa base de dados, valendo-se da identificação das palavras-chave nos campos de título, resumo ou palavras-chave dos trabalhos científicos indexados. Inicialmente, foram recuperados 847 artigos relacionados ao tema, abrangendo o período de 1998 a 2024. A análise preliminar dos resumos revelou que uma proporção significativa desses trabalhos apresentava discussões pouco esclarecedoras, antigas ou abordava casos de ecossistemas com escassa representatividade. Diante disso, adotou-se uma nova estratégia de triagem, concentrando-se nos artigos publicados entre os anos de 2020 e 2024, resultando em 448 trabalhos selecionados.

Em seguida, para refinar ainda mais a seleção, utilizou-se o filtro de documentos para restringir a busca a artigos, excluindo-se assim artigos de conferências e capítulos de livros, trabalhos em revisão, ou a duplicação de publicações baseadas na mesma pesquisa. Tal procedimento culminou na obtenção de 385 artigos. Prosseguindo com o processo de triagem, foram identificados 198 artigos com acesso aberto na coleção principal do *Web of Science*. No entanto, muitos desses textos abordavam questões extremamente específicas e pouco relacionadas à inovação ou à criatividade, muitas vezes com resultados parciais e carência de referencial teórico de suporte, além dos textos se afastarem do objetivo da presente pesquisa.

Diante desse cenário, adotou-se um novo critério de filtragem, enfocando as seguintes categorias do *Web of Science*: *Management e Business* (26 artigos) e *Urban Studies* (19 artigos) e *Economics* (12 artigos), resultando em um conjunto de 57 artigos. Na Figura 1, apresenta-se os 4 *clusters* de palavras-chave encontrados nos 57 artigos: *Cluster 1* (cor vermelha), destacando a classe criativa, a política e o desenvolvimento de inovações, além das relações e competições dentro de uma região; *Cluster 2* (cor verde), destacando o impacto da indústria criativa e sua relação com o espaço físico como cidades e *clusters* tecnológicos; *Cluster*

3 (cor azul), destacando o papel da cultura, criatividade e inovação para geração de empregos na área criativa; e *Cluster 4*, destacando conhecimento dos artistas, dos negócios criativos e a preocupação com questões da ecologia.

Figura 4 - Mapa de co-ocorrência dos 57 artigos



Fonte: VOSViewer (2024).

Após a leitura cuidadosa dos resumos, verificou-se que 46 artigos³⁷ estavam alinhados com os objetivos da presente pesquisa. Em relação às áreas de publicação, a plataforma permite que um mesmo artigo esteja em mais de uma área, sendo assim, observou-se, a maior parte dos trabalhos estavam nas áreas de *Business* (26 artigos), *Management* (12 artigos), *Economics* (12 artigos), *Regional Urban Planning* (10 artigos) e *Environmetal Studies* (8 artigos). Em relação aos países dos pesquisadores, a Inglaterra (13 artigos) é o país com o maior número de trabalhos, seguidos da Austrália e França (3 artigos) e Canadá, Bélgica, República Tcheca, Finlândia (2 artigos), outros países tiveram apenas uma publicação. Para facilitar a visualização dos procedimentos metodológicos, logo abaixo um diagrama dos passos da construção do artigo científico.

Conceitualmente a partir de Yin (2014, 2017) a pesquisa foi considerada um método misto, devido a algumas características:

³⁷ Acesse os textos completos

https://drive.google.com/drive/folders/1-48T9i7fVPYWbhVKphCvUTDnX6v6Hg_0?usp=sharing

1) Devido a necessidade de buscar evidências convergentes no processo de triangulação das informações;

2) Da opção por construir a análise das informações colhidas a partir de um protocolo inspirado em Bardin (2016);

Dentro dos seis tipos de estudos de caso propostos pelo Yin (2014, 2017), definiu-se como um estudo “Estudo Integrado de caso único”, a partir da análise da realidade brasileira, o que o Yin (2014, 2017) chama de “comunidade”.

Devido à complexidade da pesquisa, para facilitar a visualização, criou-se uma tabela com as informações cruzadas de cada capítulo do relatório, associando objetivos, hipóteses e procedimentos metodológicos, coleta de dados, fontes de evidência e técnicas:

Quadro 2– Divisão dos Capítulos (artigos) da pesquisa

Capítulo (Artigos)	Objetivo Geral e Objetivos específicos	Procedimentos metodológicos	Coletas de Dados Fonte de evidência/ Técnicas
Ecossistema de Empreendedorismo e Desenvolvimento Sustentável: Uma Revisão Sistemática ³⁸	Geral e Específicos 1.º e 2.º	Análise de Conteúdo a partir de Bardin (2016)	Artigos Científicos oriundos da <i>web off Science</i> entre os anos de 2020 e 2024
Ecossistema de inovação e a indústria criativa - uma revisão sistemática ³⁹	Geral e Específicos 1.º e 2.º	Análise de Conteúdo a partir de Bardin (2016)	Artigos Científicos oriundos da <i>web off Science</i> entre os anos de 2020 e 2024
Mapeamento do ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira de impacto socioambiental ⁴⁰	Geral e Específicos 1.º, 2.º e 3.º	Método qualitativo a partir de Yin (2014, 2017) Estudo Integrado de caso único Análise de Conteúdo a partir de Bardin (2016)	Documentação Registros em Arquivo Artefatos físicos

38 Acesse o texto completo

<https://drive.google.com/file/d/1-0WUnx27YOZBwx0zOnL4QDxZrCD5sFPT/view?usp=sharing>

39 Acesse o texto completo

<https://drive.google.com/file/d/1-XxQj1Ouwayq8237evvkQ7wflUwjGSrD/view?usp=sharing>

40 Acesse o texto completo

<https://drive.google.com/file/d/109IlaS48jBu1ypcigV3-qZ1aLZETmnku/view?usp=sharing>

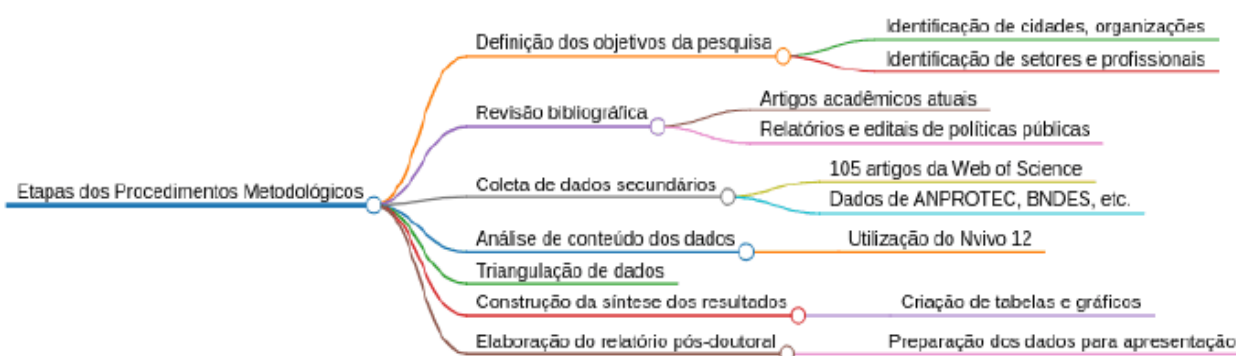
A conexão entre os atores do ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira: estudo de caso na cadeia da moda de itabaianinha/se ⁴¹	Geral e Específicos 2.º e 3.º	Método qualitativo a partir de Yin (2014, 2017) Estudo Integrado de caso único Análise de Conteúdo a partir de Bardin (2016)	Documentação Registros em Arquivo Artefatos físicos
---	-------------------------------	--	---

Fonte: Organizada e sistematizada pelo pesquisador/bolsista

Em linhas gerais, pode-se dizer que o presente trabalho foi qualitativo e empírico, com o pesquisador como principal responsável pela coleta de informações. Na ótica de Yin (2014, 2017), um estudo de caso, por ser um trabalho científico eminentemente qualitativo, necessita de uma busca direta de dados. A pesquisa qualitativa, como na ótica de Flick (2009), Poupart (2014) e Stake (2011) e Yin (2014, 2017) não utiliza métodos estatísticos e são ideais para um estudo exploratório do fenômeno.

Sendo assim, buscou-se desenvolver um trabalho científico durante o período de pós-doutorado para alcançar os objetivos da pesquisa, a figura 5 abaixo ajuda a entender a proposta.

Figura 5 – Etapas da Pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

41 Acesse o texto completo em https://drive.google.com/file/d/1-aSJcDbFGbFfIDogVRIF7g_8XNeljH/view?usp=sharing

As 7 fases da pesquisa

Para facilitar na visualização dos aspectos metodológicos, dividiu-se em fases os passos metodológicos seguidos nesta pesquisa, onde será possível perceber o protocolo usado a partir dos pressupostos e passos do Yin (2014, 2017), da análise de dados proposta pela Bardin (2016) e da revisão conceitual de Ecossistema de empreendedorismo e Indústria Criativa e dos atores que compõem o ambiente, algo que é bastante relevante na visão de estudo caso proposta por Yin (2014, 2017).

Fase 1 - Projeto de Pesquisa

A construção inicial do projeto de pesquisa, se deu em 2021, após correções, o projeto foi considerado finalizado em fevereiro de 2022, essa etapa foi novamente inspirada na percepção de Yin (2014, 2017) e privilegiou toda a construção da arquitetura básica da pesquisa, com a identificação do problema de pesquisa, da questão norteadora, das proposições do estudo, da formulação das hipótese.

Fase 2- Revisão da Literatura

Essa revisão de Literatura, enfocou dois aspectos principais: Ecossistemas de Empreendedorismo e Indústria Criativa. Além de trabalhos científicos, buscou-se também ao longo do trabalho, observar os relatórios técnicos e projetos de governança para ecossistemas de inovação.

Fase 3- Coleta de Dados Secundários

A coleta de dados secundários, seguiu o modelo proposto pelo Yin (2014, 2017) e como fontes de evidência, registros em arquivos , análise de documentos e artefatos.

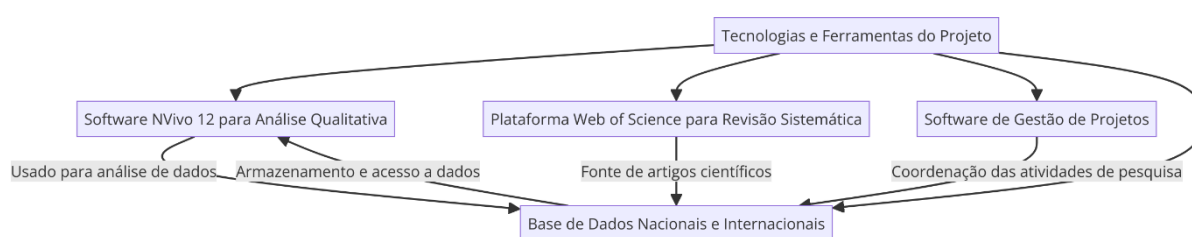
Fase 4- Análise de conteúdo dos dados

Para a análise das informações colhidas ao longo da pesquisa, seguindo o protocolo surgido pela Bardin (2016), os dados geraram nós e códigos e foram analisados com o auxílio do software de análise de pesquisa qualitativa NVivo 12.

Fase 5- Triangulação de dados

A triangulação de dados foi realizada a partir das informações oriundas das fontes de evidências, da literatura científica de suporte à pesquisa e dos autores que investigaram temas correlatos a análise. A partir dos trabalhos científicos enfocando os ecossistemas e atores investigados, das Entrevistas, Documentos Oficiais, Documentos fornecidos, Entrevistas em Jornais e Revistas, Reportagens e Materiais da internet. A figura 6 ajuda a entender o processo.

Figura 6 – Tecnologias e Ferramentas do Projeto



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

Fase 6 – Construção da Síntese

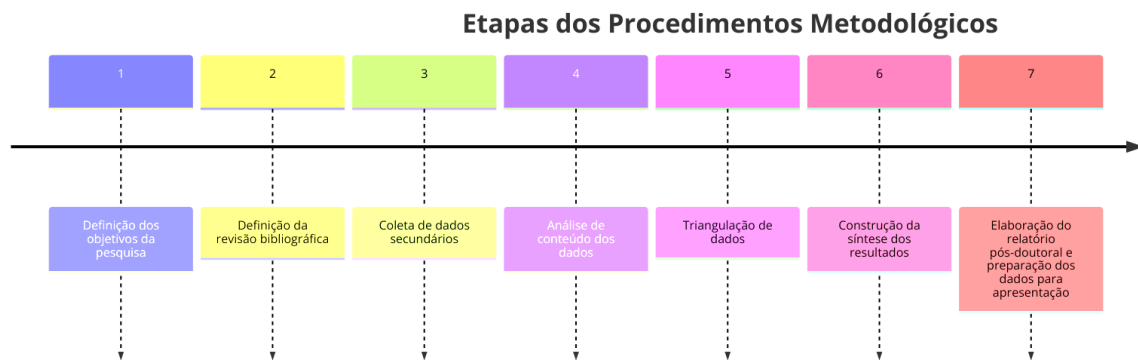
Síntese final de todos os resultados da pesquisa.

Fase 7 – Resultados

Criação do relatório de pós-doutorado, criação de trabalhos científicos e de produção de conteúdo que atraia a atenção de todos os envolvidos com o ecossistema investigado.

Para facilitar a visualização, na figura 7 é possível observar a pesquisa desde a construção do projeto de pesquisa enviado ao CNPQ e a USP até a conclusão das últimas fases.

Figura 7 – Etapas dos Procedimentos metodológicos



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

ETAPAS DE EXECUÇÃO DO PROJETO COM RESPECTIVO CRONOGRAMA DE ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

O cronograma abaixo retrata as atividades que foram desenvolvidas no período de realização do Pós Doutorado.

Quadro 3 - Cronograma de Execução

ATIVIDADE	MESES														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Levantamento e revisão bibliográfica e documental dos temas relacionados ao Ecossistema de Empreendedorismo e Indústria Criativa															
Esboço teórico das principais impressões sobre os temas elencados.															
Elaboração do roteiro de coleta dos dados e planejamento da pesquisa.															
Criação dos 2 artigos acerca dos resultados da revisão teórica e mais 4 artigos voltados para o mapeamento e análise da conexão entre o ambiente de inovação.															
Coleta dos dados envolvendo o ecossistema de empreendedorismo e indústria criativa brasileira e Validação do Modelo de Conexão proposto pelo candidato com os atores de impacto socioambiental															
Processamento de Dados															
Análise de Dados															
Redação final do relatório e apresentação ao CNPQ, USP e UFS															
Elaboração 2 artigos finais para publicação em capítulos de livros.															

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

- Reuniões periódicas com minha supervisora na USP ;
- Reuniões periódicas com o meu grupo de pesquisa (laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação) LEI/UFS;
- Levantamento e revisão bibliográfica e documental dos temas relacionados à Ecosystema de Empreendedorismo e Indústria Criativa;
- Esboço teórico das principais impressões sobre os temas elencados;
- Construção de artigos científicos;
- Orientações de mestrado;
- Participação no projeto aprovado no edital Centelha 2 da FAPITEC- SE “Connect Ecosystem Edtech - Educação para os Ecosystemas de Empreendedorismo, Inovação e Propriedade Industrial” ;
- Participação no projeto Conexão dos Atores de Inovação do Ecosystema-SE para o edital CATALISA SEBRAE;
- Apresentação de trabalho no X ENPI – ENCONTRO NACIONAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL;
- Participação no Startup Summit 2024;
- Construção de Banco de dados para Mapeamento do Ecosystema Criativo⁴²;

⁴² Acesse os dados completos

https://drive.google.com/drive/folders/109-d4Ep3LizxQLXrmsflB_8jdcCYSfQ?usp=sharing

RESULTADOS ALCANÇADOS

Artigos Científicos publicados em revistas

ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO E A INDÚSTRIA CRIATIVA: uma revisão sistemática. **P2P E INOVAÇÃO**, Rio de Janeiro, RJ, v. 10, n. 2, p. e-7032, 2024. DOI: 10.21728/p2p.2024v10n2e-7032. Disponível em: <https://revista.ibict.br/p2p/article/view/7032> Acesso em: 29 set. 2024.

MAPEAMENTO DO ECOSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO DA INDÚSTRIA CRIATIVA BRASILEIRA DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL. *Revista Gestão E Desenvolvimento*, 21(2). <https://doi.org/10.25112/rgd.v21i2.3793> Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/3793> Acesso em: 29 set. 2024.

Capítulos de Livros Publicados

Ecosistema de Empreendedorismo no Brasil: Uma Análise a partir do Babson Entrepreneurship Ecosystem Project (BEEP)” publicado como capítulo no livro *Administração Contemporânea – Volume 3* ISBN 978-65-5866-428-4 e DOI: 10.36229/978-65-5866-428-4.CAP.05. Disponível em: <https://poisson.com.br/2018/produto/administracao-contemporanea-volume-3/>

Capítulos de Livros em edição

Indicadores de conexão de um ecossistema de empreendedorismo e inovação para a indústria criativa da moda, que será publicado em 31/10/2024 como capítulo 9 no livro como capítulo do livro “Administração & Gestão: um olhar para o futuro organizacional” da AYA Editora.

Evolução do Ecossistema de Inovação da Região de Aracaju/Se, que foi apresentado na Seção de “Gestão da Inovação e Empreendedorismo” do X Encontro Nacional de Propriedade Intelectual e selecionado para publicação no livro do evento.

Artigos Científicos enviados para revistas

Ecossistema de Empreendedorismo e Desenvolvimento Sustentável: Uma Revisão Sistemática enviado para a revista Tecnologia e Sociedade ISSN: 1984-3526 <https://periodicos.utfpr.edu.br/rts>. O artigo em 30/09/2024 estava com o Status “avaliações da primeira rodada concluída”. O artigo está incluído no apêndice do presente relatório.

A Conexão entre os atores do Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação da Indústria Criativa Brasileira: Estudo de Caso na Cadeia da Moda de ITABAIA-NINHA/SE”. E enviado para a revista Brazilian Creative Industries com ISSN 2763-8677 e que pode ser observada no link <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/braziliancreativeindustries/index>

Transformação Regional com Ecossistemas Locais de Inovação: A Metodologia ELI/SEBRAE aplicada em Sergipe” enviado para a revista Inovação, Projetos e Tecnologias – IPTEC . ISSN: 2318-9851. <https://periodicos.uninove.br/iptec> .

Orientações de Dissertações de Mestrado

1. NAYCA NEGREIROS FERREIRA. FERRAMENTAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO PARA ORGANIZAÇÃO DE FLUXOS E PROCEDIMENTOS NOS GRUPOS DE PESQUISA CIENTÍFICA. 2023. Dissertação (Mestrado profissional em Ciência da Informação) - Universidade Federal de Sergipe.
2. GLÍCIA ANGÉLICA OLIVEIRA SALES. A PUBLICIZAÇÃO DAS AÇÕES INCLUSIVAS DO NÚCLEO DE APOIO ÀS PESSOAS COM NECESSIDADES ESPECÍFICAS (NAPNE) DO INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE. 2023. Dissertação (Mestrado profissional em Ciência da Informação) - Universidade Federal de Sergipe.

Ecosystema de Empreendedorismo e Inovação

A partir das reflexões teóricas surgidas ao longo da investigação científica do pós-doutorado na USP, foi possível fazer uma releitura do conceito de ecossistema de inovação em uma nova revisão sistemática, visto que na primeira revisão científica finalizada em 2021 e publicada em 2022 no texto REVISÃO DA LITERATURA E FORMAÇÃO DE UM MODELO HÍBRIDO DE ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO⁴³, a análise tenha sido encerrada com artigos publicados até o ano de 2020.

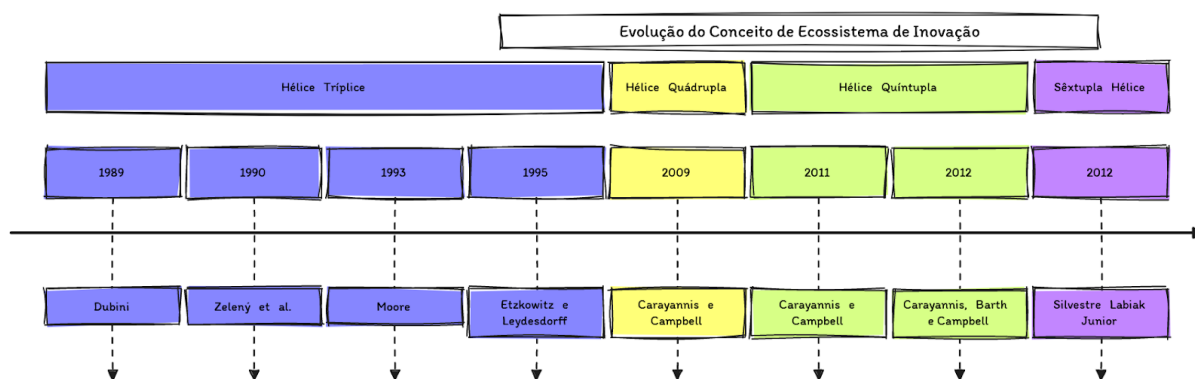
Nessa análise, o enfoque envolvia autores como Dubini (1989), Moore (1993) e Zelený et al. (1990), em relação a Hélice Tríplice principalmente o texto de Etzkowitz e Leydesdorff (1995). Na visão de Carayannis e Campbell (2009), os autores analisam que além da universidade (todo o sistema acadêmico envolvido), da indústria e do comércio que sustentam o sistema econômico, e do estado que administra os governos, também existe uma quarta força envolvendo a sociedade civil organizada a partir da influência da cultura e da mídia que também perpassa por Etzkowitz (2003, 2013). Avançando na discussão da Hélice Quádrupla fundamental para a presente pesquisa, na ótica de Carayannis e Campbell (2011) e Carayannis, Barth e Campbell (2012), a sociedade civil demonstra certa preocupação com aspectos relacionados ao meio ambiente e à sustentabilidade.

Ao longo da investigação, foi possível também observar um pesquisador da Universidade Tecnológica Federal do Paraná-UTFPR chamado Silvestre Labiak Junior, que em sua tese de doutorado chamada de “Método de Análise dos Fluxos de Conhecimento em Sistemas Regionais de Inovação” defendida em 2012 na UFSC sugeriu a criação da Sêxtupla Hélice. Na ótica do autor as inovações dentro de um ecossistema são geradas por seis atores principais (empresariais, de

43 Acesse no link <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadesinovacao/article/view/4771>

conhecimento científico e tecnológico, públicos, institucionais, habitats de inovação e de fomento). Essa análise permitiu apresentar uma linha do tempo do ecossistema de inovação, que pode ser ilustrado a partir da figura 8.

Figura 8 - Linha do tempo do ecossistema de inovação



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

Sendo assim, na revisão sistemática anterior, o conceito de ecossistema de inovação, poderia ser apresentado a partir da figura 9 abaixo, que simbolizava os caminhos sustentáveis do conceito de inovação.

Figura 9 - Ecossistema de Inovação

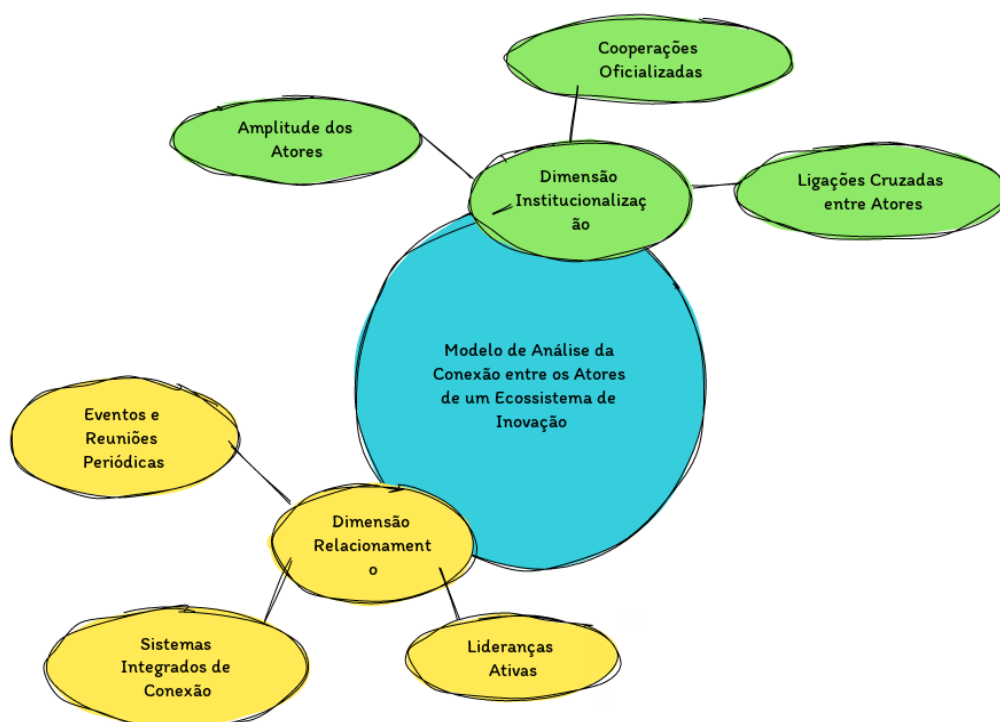


Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

A partir da revisão sistemática da plataforma da *Web Of Science*. Na construção do modelo, observou-se a visão de 89 artigos científicos publicados entre 2010 e 2020. Esse trabalho permitiu criar um modelo híbrido a partir do cruzamento de padrões de conceituações identificadas nos artigos científicos.

Em paralelo, com a experiência de campo em quatro estados em confronto com a revisão sistemática, foi possível propor um modelo de análise da conexão entre os atores de um ecossistema de inovação, a partir da Dimensão Relacionamento, que envolve três eixos: Eventos e Reuniões Periódicas, Lideranças Ativas e Sistemas integrados de Conexão, e a dimensão Institucionalização, que envolve os eixos: Amplitude dos Atores, Cooperações Oficializadas e Ligações Cruzadas entre atores. O modelo de análise da conexão entre os atores de um ecossistema de inovação, está associado diretamente a todas as palavras chaves do Modelo Híbrido de Ecossistema de Inovação. Para facilitar a figura 10 apresenta o modelo.

Figura 10 - Modelo de análise da conexão entre os atores de um ecossistema de inovação

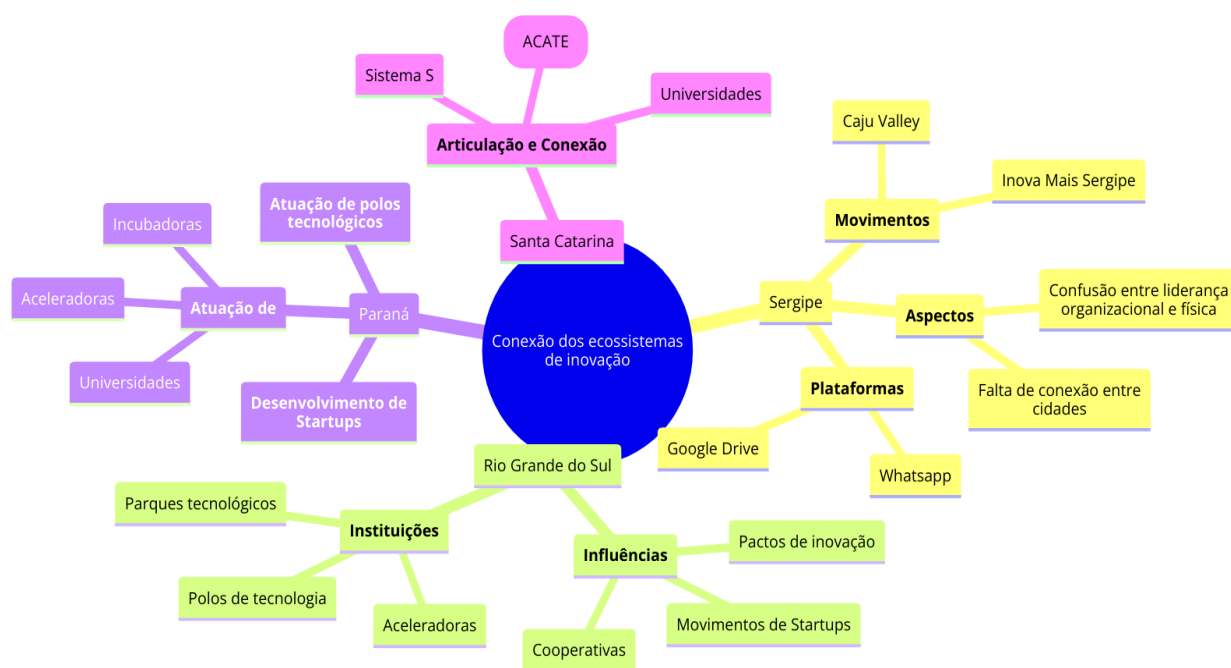


Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

Esse trabalho permitiu criar um modelo híbrido a partir do cruzamento de padrões de conceituações identificadas nos artigos científicos. Sendo assim, observou-se que a **conexão** surgida no modelo está explicitada nas **redes físicas e digitais** e **ambiências variadas** e são fundamentais para a construção das **teias** de atores. Ainda no modelo, as lideranças ativas são fundamentais para a sustentação e desenvolvimento do ecossistema de inovação.

A experiência de campo nos quatros estados investigados (Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Sergipe), permitiu entrevistar aproximadamente 100 pessoas, sendo que 72 entrevistas foram validadas para a análise. A partir das transcrições dessas entrevistas e do trabalho de análise de conteúdo, facilitado pelo uso do software *Nvivo 12*, foi possível traçar um comparativo entre as informações repassadas pelos entrevistados da amostra. A figura 11 apresenta a síntese dos resultados da pesquisa da conexão dos ecossistemas de inovação.

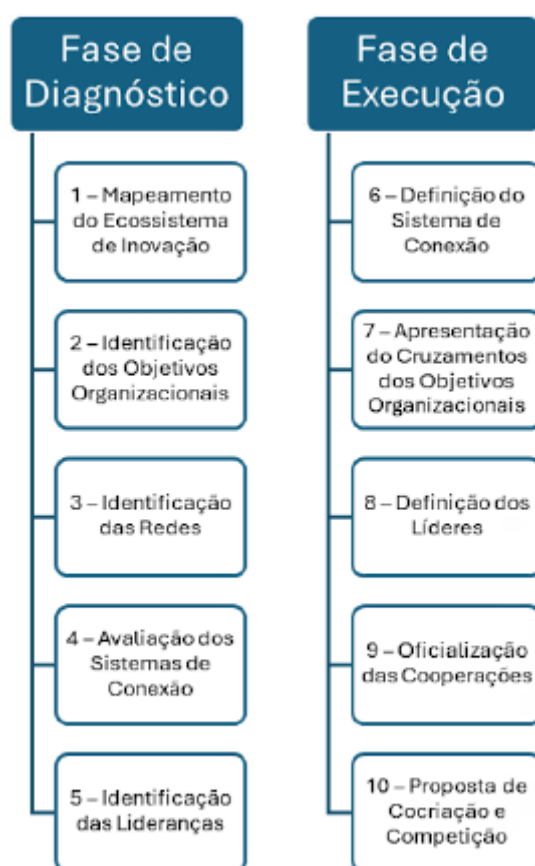
Figura 11- Conexão dos Ecossistemas de Inovação



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

Como resultado, foi criado o modelo Innovation Ecosystems Connection com 10 passos metodológicos e pode ser utilizado por qualquer cidade brasileira.

Figura 12 - Innovation Ecosystems Connection



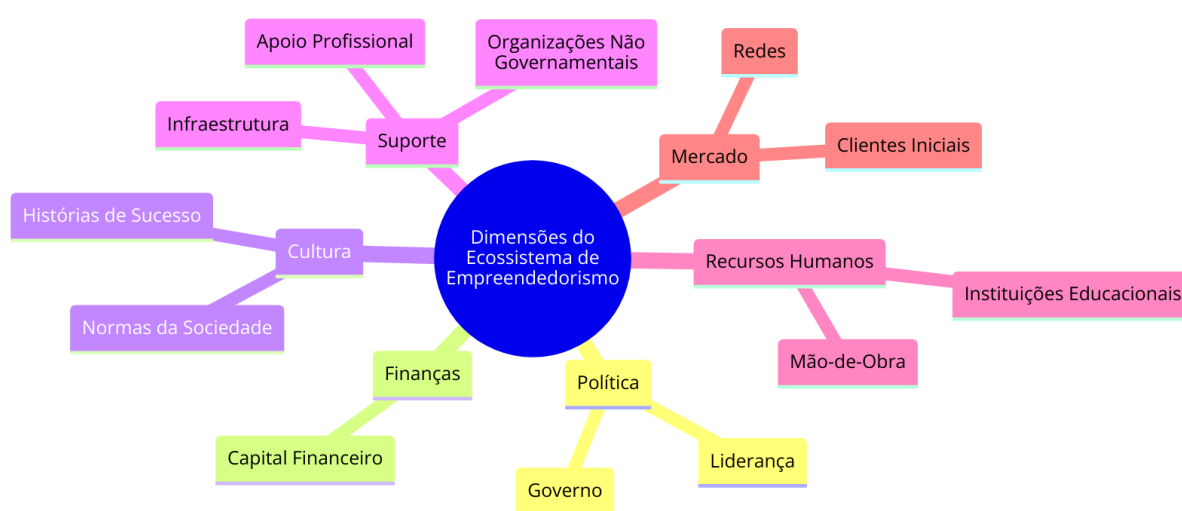
Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

A partir dos objetivos propostos para a investigação do pós-doutorado na USP, inicialmente, foi possível investigar o conceito e elementos do ecossistema de empreendedorismo, a partir da identificação da literatura mais atual e disponível na plataforma *Web of Science* da empresa Clarivate Analytics. Sendo assim, o trabalho envolveu a busca da expressão *entrepreneurial ecosystem** AND *sustainable entrepreneurial*, a partir da identificação da palavra no campo de tópico com o uso do termo nos títulos, resumos ou palavras-chave. Com o objetivo de aprofundar a investigação sobre Ecossistemas de Empreendedorismo associados ao Desenvolvimento Sustentável, foi usado as categorias do Web of Science: Environmental Sciences, Environmental Studies e Green Sustainable Science Technology.

A partir da revisão, foi possível perceber, que a colaboração e cooperação contínuas são fundamentais para o funcionamento eficaz dos ecossistemas de

empreendedorismo. Em um ambiente dinâmico e interdependente, como é o caso desses ecossistemas, é essencial promover uma cultura de parceria e conexão entre os diversos atores envolvidos. Isso requer o estabelecimento de canais de comunicação abertos e transparentes, bem como o desenvolvimento de estruturas de governança que incentivem a colaboração e a troca de conhecimentos e recursos humanos, materiais e financeiros. A figura 13 apresenta as dimensões surgidas na investigação.

Figura 13 – Dimensões do Ecossistema de Inovação



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

A partir da literatura investigada, foi possível perceber que o ecossistema de empreendedorismo está ligado à inovação e ao desenvolvimento de clusters, representando uma teia complexa de interações entre diversos atores e fatores como as pequenas e médias empresas (PMEs) que impulsionam a sustentabilidade e a inovação (Bărbulescu; Nicolau; Munteanu, 2021).

O ecossistema de empreendedorismo e inovação é composto por atores-chave interdependentes que promovem o desenvolvimento econômico e tecnológico, tais como, governos locais com estratégias de subsídio para incentivar a inovação; os usuários identificam necessidades do mercado; universidades e institutos de pesquisa formam talentos e colaboram com parceiros industriais que facilitam a transferência de conhecimento acadêmico para a produção; instituições financeiras; intermediários e mídia conectam os elementos do ecossistema,

promovendo colaboração e disseminação de informações (Lv et al., 2022; Meng; Gao; Duan, 2022). Na figura 14, apresenta-se os principais atores de um Ecossistema de Empreendedorismo.

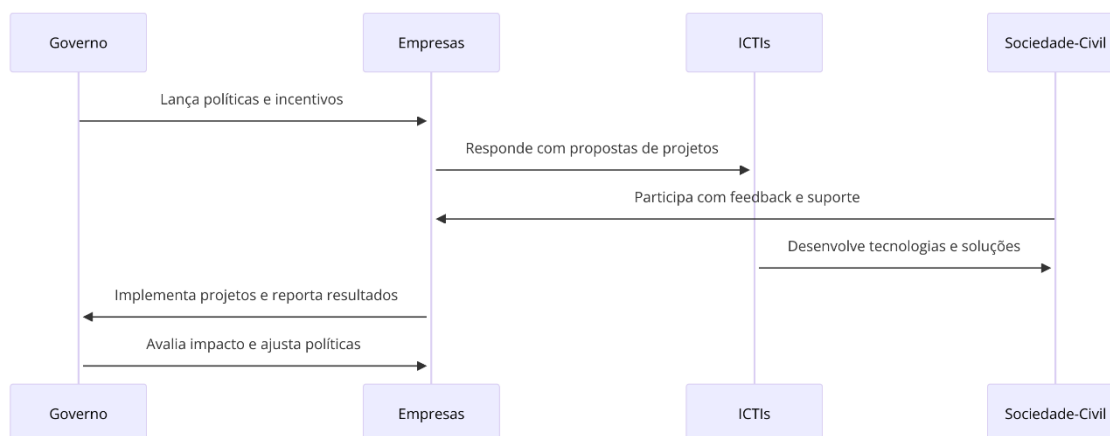
Figura 14 – Atores do Ecossistema de Empreendedorismo



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

Para avançar na discussão do ecossistema de empreendedorismo, foi necessário fazer uma nova análise da conceituação e da amplitude dos atores do ecossistema de inovação. Ao adentrarmos na análise, nossa orientação estava amparada na percepção de que o Governo, as Empresas, os ICTIs e a Sociedade Civil seriam as principais forças de um ecossistema de inovação, o que pode ser apresentado na figura 15 logo abaixo.

Figura 15 – Forças de um Ecossistema de Inovação



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

O termo ecossistema de inovação introduzido por James F. Moore está se tornando popular globalmente, definindo um novo modelo de interação entre participantes da atividade econômica (Gamidullaeva et al., 2021). O ecossistema de inovação é caracterizado por uma rede complexa e diversificada de organizações como as universidades que fornecem talento e infraestrutura de pesquisa; aceleradoras de startups, incubadoras de negócios e parques tecnológicos que oferecem suporte financeiro, mentorias e acesso a instalações especializadas; empresas estabelecidas que promovem a colaboração e o desenvolvimento de projetos inovadores; e o apoio governamental por meio de políticas favoráveis e infraestrutura urbana, fortalecendo o ecossistema, atraindo investidores e talentos e facilitando o desenvolvimento sustentável (Helman; 2020; Bańka et al., 2022; Jin; Chen; Zhang; 2022).

Cada tipo de ecossistema de inovação aborda desafios específicos de sustentabilidade, influenciando as escolhas dos modelos de negócio e oferecendo abordagens distintas para melhorar os resultados sociais, econômicos e ambientais (Jütting; 2020; Tunçalp; Yildirim, 2022). O ecossistema de inovação tem recebido atenção acadêmica em múltiplos campos como inovação, negócios, economia e sustentabilidade, especificamente, em relação às questões sustentáveis, como produção de produtos verdes, desenvolvimento empresarial sustentável, economias industriais circulares e transformações regionais sustentáveis, além disso, esses ecossistemas têm elementos como a colaboração entre os atores, a capacidade de identificar e aproveitar oportunidades emergentes, a disposição para experimentar e inovar sob incerteza, a habilidade de absorver e integrar novos conhecimentos, e a flexibilidade para configurar estratégias e recursos conforme necessário (Gu et al., 2021; Kim; Paek; Lee, 2022).

Na figura 16, é possível visualizar os resultados teóricos surgidos a partir da revisão da literatura.

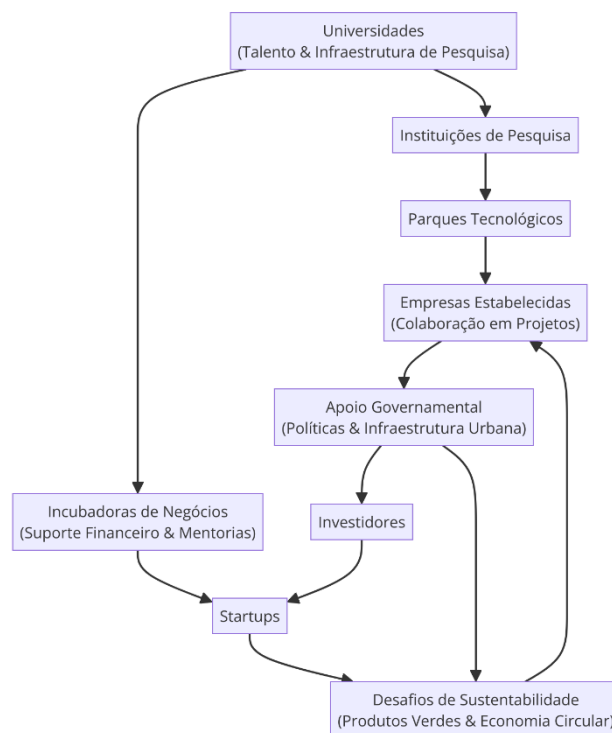
Figura 16 - Teoria dos Ecossistema de Inovação



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

A partir da revisão teórica, foi possível perceber um avanço no número de atores de um ecossistema de inovação. Na figura 17, apresenta-se os principais atores de um Ecossistema de Inovação.

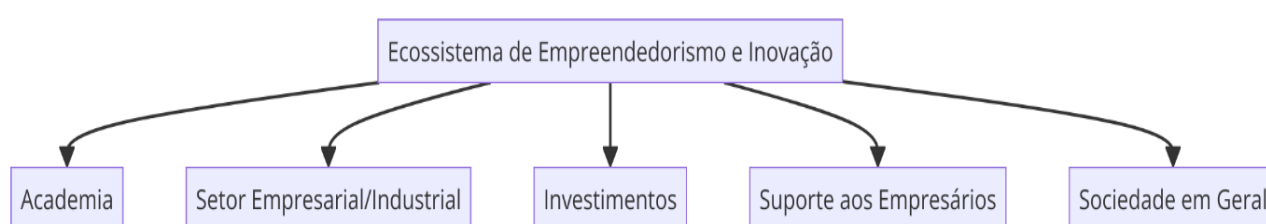
Figura 17 – Atores do Ecossistema de Inovação



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

A partir das reflexões surgidas na revisão sistemática, foi necessário avaliar a junção das duas conceituações: “Ecossistema de Empreendedorismo” e “Ecossistema de Inovação”. Ao adentrarmos na análise, nossa orientação estava amparada na percepção de que a Academia, Setor Empresarial/Industrial, Investimentos, Suporte ao Empresário e a Sociedade seriam as principais forças de um ecossistema de inovação, o que pode ser apresentado na figura 18 logo abaixo.

Figura 18 – Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

A partir da revisão teórica, foi possível perceber que o ecossistema de empreendedorismo é constituído de elementos-chave, como fatores culturais (valores e histórias), sociais e materiais, assim como atores, conectores e provedores de recursos que influenciam o seu desenvolvimento, além disso, a governança, políticas e mudanças institucionais são importantes na formação e evolução desse ecossistema (Cho; Ryan; Buciuni, 2022; Hannigan et al., 2022). De acordo com Audretsch, Eichler e Schwarz (2022), os ecossistemas de empreendedorismo são fundamentais para atender às necessidades dos empreendedores orientados para o lucro, mas há pouca compreensão sobre as características e necessidades dos inovadores sociais, em relação às políticas voltadas para problemas sociais; fontes de financiamento como fundos estruturais, doações, comissões diretas e crowdfunding; cultura que apoie o empreendedorismo e à sensibilidade social; capital humano; e mercados específicos menos lucrativos que exigem compensações financeiras adicionais.

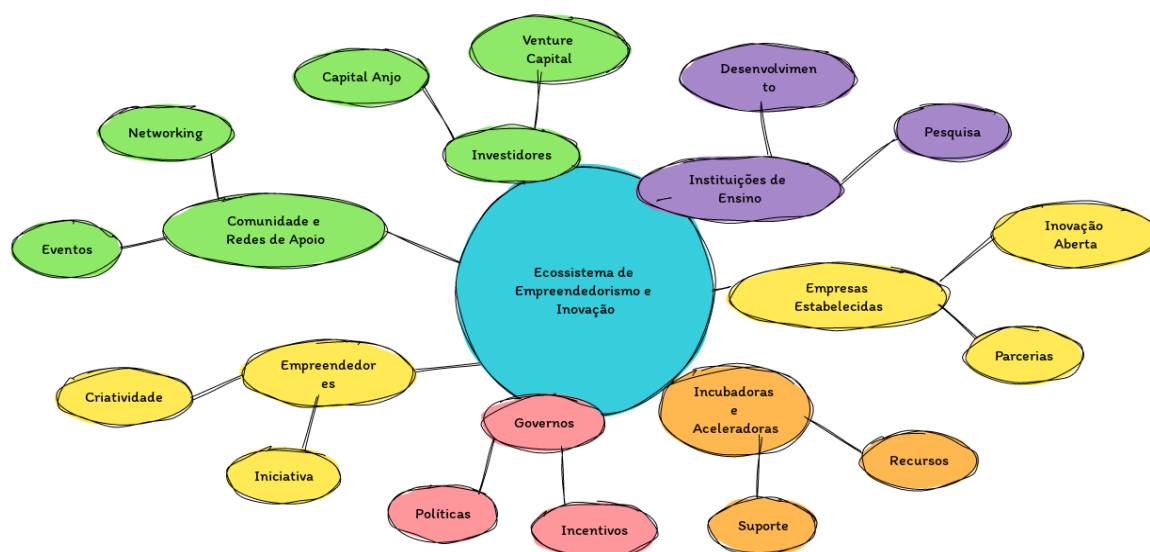
Para Santos (2022), a análise do ecossistema de empreendedorismo prioriza o papel do empreendedor individual e das startups na criação de valor e

inovação, sendo caracterizado por uma cultura empreendedora que incentiva a experimentação, a resolução de problemas e a busca por oportunidades de negócios; com um sistema produtivo diversificado, composto por micro e pequenas empresas – MPEs, médias empresas, startups e spin-offs, fornecedores e clientes, alimentando redes informais de conhecimento e fluxos de informação; além disso, baseia-se na competição-cooperação, em que o risco empreendedor é apoiado institucionalmente e as políticas públicas funcionam como facilitadoras do desenvolvimento empresarial.

A interação entre a tecnologia digital e os diversos elementos do ecossistema de empreendedorismo como cultura, instituições formais, políticas empreendedoras e recursos disponíveis é fundamental na dinâmica do empreendedorismo e da inovação, no surgimento e crescimento de startups, negócios e plataformas digitais que criam um ambiente onde empreendedores e usuários podem interagir e inovar, além disso promove o empreendedorismo sustentável e a prosperidade econômica (Gamidullaeva et al., 2021; Du et al., 2022; Zhang; Van Gorp; Kievit, 2023).

O ecossistema de inovação e empreendedorismo tem ganhado destaque como uma rede complexa de interações entre diferentes agentes, como plataformas, startups, instituições financeiras, instituições de pesquisa científica e governamentais que proporciona um ambiente propício para o empreendedorismo e a inovação, o compartilhamento de recursos e conhecimentos, a implementação de políticas que estimulam o surgimento de startups, enfatizando a cocriação de valor para um crescimento sustentável e o sucesso a longo prazo das empresas emergentes e da economia como um todo (Franco-Leal et al., 2020; Jin; Chen; Zhang, 2022; Kim; Paek; Lee, 2022; Meng; Gao; Duan, 2022). Na figura 19, apresenta-se o ecossistema de empreendedorismo e inovação.

Figura 19 - Mapa mental do Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

Empreendedorismo Digital

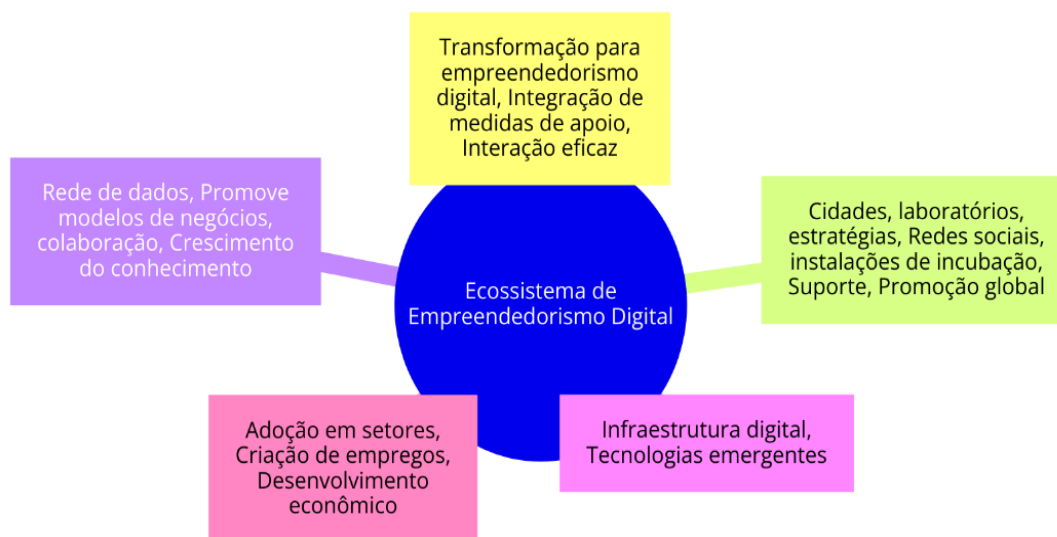
A pesquisa permitiu avançar para a discussão do ecossistema de Empreendedorismo Digital, promovendo a integração de medidas de apoio a projetos inovadores e uma interação mais eficaz entre os atores do ecossistema (Gamidullaeva *et al.*, 2021).

O ecossistema de empreendedorismo digital abrange de cidades que promovem ativamente o empreendedorismo digital até laboratórios vivos que impulsionam a inovação, além disso, forma uma rede interconectada de dados, tecnologia e empreendedorismo não apenas alimentando a criação de novos modelos de negócios, mas também promovendo a colaboração, a cocriação, a disseminação do conhecimento, o empreendedorismo digital, o crescimento sustentável e a inovação do nível regional até o global (Corrales-Garay; Mora-Valentín; Ortiz-De-Urbina-Criado, 2020; Satalkina; Steiner, 2020b).

Alguns elementos do ecossistema de empreendedorismo digital são infraestrutura digital, cidadania digital do usuário, tecnologias emergentes, como plataformas digitais, computação em nuvem, Internet das Coisas (IoT), big data, inteligência artificial (IA) e blockchain (Satalkina; Steiner, 2020a; Bărbulescu *et al.*,

2021; Roshan *et al.*, 2024). O ecossistema de empreendedorismo digital está em constante evolução, impulsionado pela crescente adoção de tecnologias digitais, gerando empregos, estimulando o desenvolvimento econômico e contribuindo para a transformação social em diversas comunidades, também existem desafios como acesso limitado a financiamento, infraestrutura digital subdesenvolvida e barreiras regulatórias (Gamidullaeva *et al.*, 2021; Du *et al.*, 2022; Ayamga *et al.*, 2023; Chen *et al.* 2023; Roshan *et al.*, 2024). Na figura 16, apresenta-se o Ecossistema de Empreendedorismo Digital.

Figura 20 – Ecossistema de Empreendedorismo Digital



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

Empreendedorismo Universitário

A pesquisa permitiu avançar para a discussão do Ecossistema de Empreendedorismo Universitário, pois observa-se que as universidades desempenham um papel crucial na criação e crescimento dos ecossistemas de empreendedorismo, apoiando a transferência de conhecimento e promovendo atividades empreendedoras e atuando como centros de inovação no ecossistema para promover a troca de informações e conhecimentos além das interações regionais específicas (Kim *et al.*, 2020).

Os ecossistemas de empreendedorismo englobam uma variedade de contextos, incluindo o institucional, o social, o industrial e tecnológico, e o organizacional, cada um oferecendo recursos e oportunidades únicas para as *spin-offs* acadêmicas como financiamento, conhecimento de mercado e habilidades gerenciais para impulsionar a inovação social e a criação de soluções inovadoras para os desafios sociais emergentes (Franco-Leal *et al.*, 2020).

De acordo com Liu, Kulturel-Konak e Konak (2021) e Portuguese Castro e Gómez Zermelo (2021), o ecossistema de empreendedorismo universitário reconhece o papel fundamental das universidades e da educação empreendedora na promoção do empreendedorismo e da inovação, englobando não apenas programas de educação empreendedora, mas também recursos e suporte para iniciativas empresariais, além da integração de atividades de educação para o desenvolvimento sustentável nos currículos universitários, liderança, comprometimento financeiro e infraestrutura organizacional para impulsionar o sucesso da implementação desses programas, preparando os alunos para os desafios sociais globais e inspirando-os a criar novas empresas. Na figura 21, apresenta-se o Ecossistema de Empreendedorismo Universitário.

Figura 21 – Ecossistema de Empreendedorismo Universitário



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

Ecossistema de Empreendedorismo Social

A pesquisa permitiu avançar para a discussão do Ecossistema de Empreendedorismo Social, que representa redes colaborativas que se unem para desenvolver e implementar soluções inovadoras para melhorar o bem-estar e a qualidade de vida e cocriar soluções que atendam às demandas da comunidade, além disso promovem a criação de novas práticas, serviços e até mesmo a formulação de legislação, abordando desafios socioeconômicos e ambientais de forma integrada (Jütting, 2020; Dantas *et al.*, 2022).

O ecossistema de empreendedorismo social é fundamentado em princípios de adaptação, auto-organização e colaboração, surgindo como plataformas dinâmicas capazes de impulsionar a diversificação econômica e promover transições sustentáveis em níveis micro e macro, ao articular a interação entre atores econômicos, instituições e contextos locais, sendo catalisadores para a construção de um futuro mais resiliente e equitativo nas cidades (Peter, 2021).

A promoção da sustentabilidade econômica e social está intrinsecamente ligada à ação colaborativa e empreendedora entre empresas locais, multinacionais e instituições externas à região, impulsionando a inovação, a resiliência econômica e criando um ambiente propício ao crescimento econômico sustentável por meio de ecossistemas de empreendedorismo que destacam a importância do capital social, aliado a uma cultura empreendedora voltada para resultados, na geração de oportunidades sustentáveis (Aerni, 2021).

O empreendedorismo social busca a inovação em modelos de negócios para resolver problemas ambientais, sociais e financeiros e contribui diretamente com os ODS, sendo assim, o ecossistema de empreendedorismo social concentra-se no impacto social imediato e o ecossistema de empreendedorismo sustentável lida com o processo de gestão para alcançar resultados socioeconômicos a longo prazo (Marulanda-Grisales; Herrera-Pulgarín; Urrego-Marín, 2024; Villegas-Mateos; Vázquez-Maguirre; 2024). Na figura 22, apresenta-se o Ecossistema de Empreendedorismo Social.

Figura 22– Ecossistema de Empreendedorismo Social



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

Ecossistema de Empreendedorismo Sustentável

A pesquisa permitiu avançar para a discussão do Ecossistema de Empreendedorismo Sustentável, onde Jütting (2020) citou diversas nomenclaturas de ecossistemas relacionadas ao desenvolvimento sustentável, tais como:

1. Ecossistema de Desenvolvimento Regional, focado na sustentabilidade econômica e impulsionado por políticas públicas;
2. Ecossistema de Inovação e de Transição Verde, enfatiza sustentabilidade ambiental como a economia circular e a inovação agrícola;
3. Ecossistema de Transformação Sustentável, integrando os aspectos econômicos, sociais e ambientais, por exemplo, as cidades inteligentes;
4. Ecossistema do Tipo X atende às necessidades sociais em um nível de solução imediata, por exemplo, desenvolvimento de aplicativos de rastreamento de COVID-19;
5. Ecossistema de Inovação Sustentável, combina uma visão holística da sustentabilidade com um foco em soluções imediatas e lideradas por empresas que integram desafios globais em seus modelos de negócios.

O conceito de ecossistema de empreendedorismo sustentável é derivado das áreas de ecossistema de empreendedorismo e desenvolvimento sustentável (Villegas-Mateos, 2022). Para Costa, Cancela e Reis (2021) e Villegas-Mateos (2022), o ecossistema de empreendedorismo sustentável depende de uma sociedade é uma organização produtiva sustentáveis e esses agentes econômicos estão interconectados, de modo que as empresas precisam conceber novas formas de cooperar com seus fornecedores, clientes e outros *stakeholders* para desenvolvimento de novos negócios sustentáveis.

De acordo com Kuckertz, Berger e Brändle (2020) e Roshan *et al.* (2024), o ecossistema de empreendedorismo sustentável desempenha um papel fundamental na transformação em direção a uma bioeconomia sustentável e economia circular, criando um ambiente propício à inovação, ao desenvolvimento de novos produtos e modelos de negócios e à superação de desafios enfrentados pela transição para uma economia baseada em recursos biológicos, abordando os diversos ODS e promovendo práticas como reutilização, reciclagem e remanufatura, sendo assim, as *startups* de bioeconomia e economia circular são facilitadas pelo ecossistema de empreendedorismo digital.

A conceituação de ecossistemas de empreendedorismo sustentável se concentra em modelos territoriais de resultados de sustentabilidade e permite examinar como as interações dentro das redes afetam a criação de valor sustentável em nível empresarial e regional e na expansão do debate sobre sustentabilidade para o domínio do empreendedorismo, enfatizando o papel crucial dos empreendedores na abordagem dos desafios socioambientais, tais como, redução da pobreza, na diminuição do consumo de energia, na mitigação das emissões de carbono e na realização dos ODS (Chaudhary *et al.*, 2023). A discussão permitiu a criação de a figura 23 com os elementos do ecossistema de empreendedorismo sustentável, que pode ser observada abaixo:

Figura 23 – Elementos do ecossistema de empreendedorismo sustentável

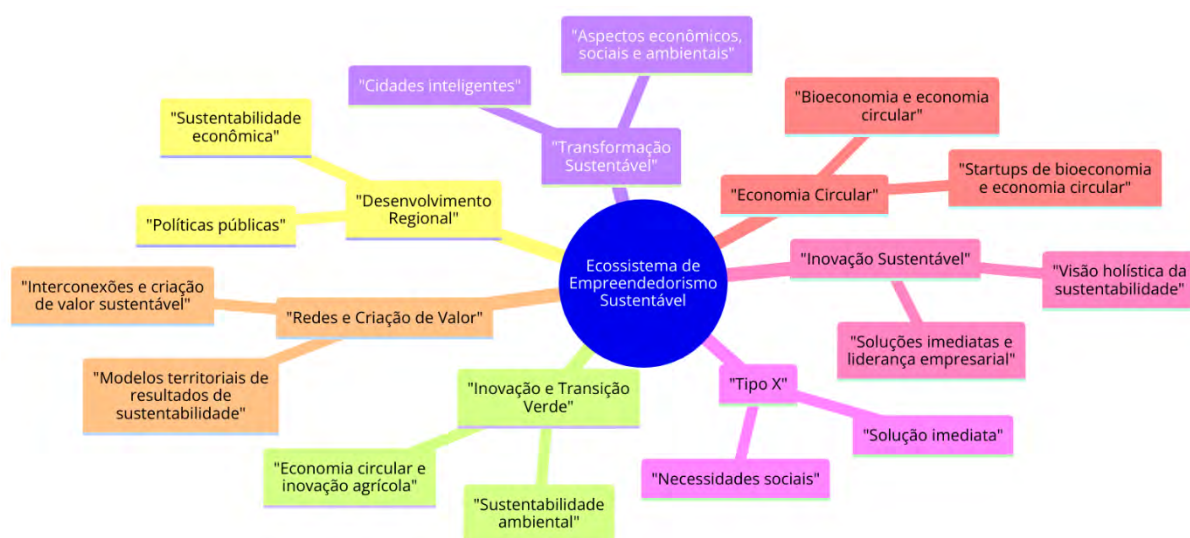


Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

O papel fundamental desempenhado por incubadoras, aceleradoras e espaços de *coworking* dentro desses ecossistemas de empreendedorismo sustentável, fornecendo suporte e recursos para *startups* e pequenas empresas criativas, propiciando o surgimento de novas ideias, produtos e serviços e estimulando o crescimento regional e a viabilidade econômica (Hosseini; Rajabipoor Meybodi, 2023; Manioudis; Angelakis, 2023).

O ecossistema de empreendedorismo sustentável é o elemento central da relação entre comunidade e meio ambiente, destacando que cidades como Florianópolis, no Brasil, tem se destacado como referência em investimentos voltados para inovação, tecnologia e sustentabilidade por meio de ecossistemas de empreendedorismo vibrantes, a cidade cria condições propícias para o desenvolvimento do empreendedorismo, fornecendo recursos e apoio para a inovação e o sucesso nos negócios (Dubou *et al.*, 2022; Shahidullah, 2023). Na figura 24, apresenta-se o Ecossistema de Empreendedorismo Sustentável.

Figura 24 – Ecossistema de Empreendedorismo Sustentável



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

Ainda na revisão sistemática, foi possível avaliar os modelos de ecossistemas mais atuais na literatura científica, onde se observou o modelo *Ecosystem Pie* é uma estrutura conceitual usada para analisar e entender ecossistemas de inovação dividido em: recursos disponíveis, infraestrutura física, capital humano, financiamento e acesso a redes ou parcerias; atividades realizadas como pesquisa e desenvolvimento, programas de aceleração de *startups*, eventos de *networking* e promoção da inovação; adição de valor que se refere aos resultados como produtos e serviços inovadores ou avanços tecnológicos; e captura de valor que envolve estratégias de monetização como licenciamento de tecnologia, parcerias comerciais e a venda de produtos ou serviços (Helman, 2020).

Tiba, Van Rijnsoever e Hekkert (2020) destacaram o modelo de ecossistema de empreendedorismo sustentável de Spigel que considera a interação entre fatores culturais que refletem as crenças e perspectivas sobre o empreendedorismo em uma região; fatores sociais como recursos de redes sociais, investidores e mentores; e os fatores materiais como infraestrutura e regulamentação; adicionando a esse modelo, as *startups* faróis que são *startups* de sucesso que influenciam e são influenciadas pelo ambiente cultural, social e ambiental, moldando instituições formais e informais, criando um ambiente propício para o sucesso de

outras *startups*, inspirando empreendedores e impactando positivamente o ecossistema como um todo.

Lin-Lian, De-Pablos-Heredero e Montes-Botella (2021) citaram modelos para construir um ecossistema eficiente de negócios:

1. Modelo de Elementos no Ciclo do Ecossistema de Empreendedorismo de Lerma e Sequera, Stam e Isenberg formado por política (liderança e governo), finanças, cultura empreendedora (histórias de sucesso e normas da sociedade), suporte (organizações não governamentais, apoio profissional e infraestrutura), recursos humanos (instituições educacionais e mão-de-obra), organizações públicas e privadas e mercado (clientes iniciais e redes);
2. Projeto do Ecossistema de Empreendedorismo do Babson *College* aborda fatores do macroambiente, como políticas governamentais e tendências econômicas e culturais; variáveis gerais como disponibilidade de recursos, e específicas como financiamento e suporte técnico; variáveis que impactam a capacidade de iniciar novos negócios; fatores como competitividade, inovação e crescimento das empresas, que influenciam a dinâmica empreendedora; e elementos que afetam o crescimento econômico, como a contribuição do ecossistema de empreendedorismo para o desenvolvimento econômico sustentável.

Para Ali *et al.* (2021), existem várias medidas para avaliar o ecossistema de empreendedorismo, como o Índice Global de Empreendedorismo (GEI) que combina fatores institucionais e individuais, permitindo uma análise do ambiente empreendedor de um país.

O modelo para o desenvolvimento sustentável nas indústrias criativas do Irã fundamentado em 10 componentes que abrangem desde aspectos relacionados ao desenvolvimento competitivo sustentável, capital social, inteligência ambiental e industrial, ambiente de trabalho digital, criatividade, inovação, gestão financeira e o ecossistema de empreendedorismo digital que emerge como um elemento crítico dentro desse modelo, destacando a importância da infraestrutura tecnológica e da alfabetização digital (Hosseini; Rajabipoor Meybodi, 2023).

O modelo de ecossistema de empreendedorismo sustentável com os seguintes elementos: 1) Produto Interno Bruto (PIB) per capita reflete o potencial de crescimento econômico e está relacionado ao empreendedorismo sustentável; 2) Qualidade ambiental, medida pelas emissões de carbono; 3) ODS 4 - educação de qualidade, ODS 9 - inovação, infraestrutura e indústria, ODS 10 - redução de desigualdades e ODS 12 - consumo e produção responsáveis (Huang *et al.*, 2023).

Com base nos dados da revisão sistemática propõe-se algumas etapas para um modelo de ecossistema de empreendedorismo que contribua com o desenvolvimento sustentável.

Quadro 4– Modelo de Ecossistema de Empreendedorismo Sustentável

Etapa	Descrição
1 - Identificação e Engajamento dos Atores Chave	Identificar e envolver os principais atores do ecossistema, como universidades, empresas, governo e investidores para promover uma cultura de empreendedorismo sustentável
2 - Desenvolvimento de Infraestrutura	Investir na construção de espaços como <i>coworking</i> , incubadoras e laboratórios de inovação para apoiar os negócios sustentáveis
3 - Estímulo à Educação e Capacitação	Implementar programas de educação empreendedora com ênfase na sustentabilidade nos negócios
4 - Fomento à Inovação Sustentável	Promover a inovação sustentável, incentivando o desenvolvimento de produtos, serviços e modelos de negócios que abordam desafios socioambientais
5 - Acesso a Financiamento Responsável	Facilitar o acesso a financiamento para negócios sustentáveis por meio de fundos de investimento socialmente responsáveis e programas de subvenção
6 - Promoção da Colaboração e <i>Networking</i>	Estimular a colaboração entre os diferentes atores do ecossistema por meio de eventos de <i>networking</i> , feiras e conferências
7 - Integração de Soluções Digitais	Incorporar soluções digitais em todas as etapas do ecossistema, incluindo ferramentas de gestão, plataformas de comunicação, análise de dados e automação de processos
8 - Políticas de Apoio ao Empreendedorismo Sustentável	Defender políticas públicas que promovam o empreendedorismo sustentável, como incentivos fiscais e regulamentações ambientais rigorosas
9 - Monitoramento e Avaliação Contínua	Estabelecer mecanismos de monitoramento e avaliação para acompanhar o progresso do ecossistema ao longo do tempo, utilizando indicadores de desempenho específicos

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Ecossistema de Inovação na Indústria Criativa

Após essa etapa da investigação, foi possível avançar para o Ecossistema de Inovação e da Indústria Criativa: academia, espaços inovadores e os profissionais criativo, pois a partir dos dados da revisão sistemática, a universidade assume um importante papel no ecossistema de inovação e na indústria criativa, na visão de Cockshut, Brown e Hardey (2020), que realizaram uma pesquisa-ação em zona rural no Nordeste do Reino Unido, pela Universidade de Durham, a universidade assume um papel como um centro de inovação, e também desempenha uma função fundamental na promoção e incentivo da produção criativa e cultural, essa ação é realizada através de seus espaços dedicados à criatividade, seus diversos departamentos acadêmicos e dos cursos oferecidos. Além disso, as universidades desempenham importante ação na preservação cultural, por meio de centros artísticos afiliados, tais como: museus, teatros ou outros espaços para atividades musicais, garantindo assim a continuidade e a valorização do patrimônio cultural, em linhas gerais, para Cockshut, Brown e Hardey (2020), a universidade deve ser protagonista na relação com as micro e pequenas empresas criativas, potencializando a inovação transformadora e social.

Nessa seara, Ali (2021), também observa que as universidades assumem o papel de principal ator social na produção de recursos de conhecimento na sociedade pós-industrial, e que logicamente, tem papel fundamental na difusão de produtos, processos e conceitos relacionados com a indústria criativa e com a inovação.

Ao avançar na discussão dos espaços de influência das universidades, autores como Zandiatashbar e Kayanan (2020) observaram que embora existam diferenças de nomenclatura e constituição, os parques tecnológicos ligados a ambientes universitários, estão mais envolvidos com resultados de pesquisas, enquanto que nos distritos de inovação, a presença da universidade não é obrigatória, embora seja importante estrategicamente, já nos distritos criativos, o foco é a presença de profissionais criativos e técnicos e preocupados com a

sustentabilidade econômica da localidade. Em comum nos tipos de construções, está a ideia de desenvolvimento econômico e social de uma localidade.

Ao observar a relação entre as universidades e outros atores, os pesquisadores Burlina, Casadei e Crociata (2023) reforçam a importância das universidades, no tocante às medidas de apoio à conexão entre pessoas e empresas criativas, e podem abranger iniciativas para estabelecer infraestruturas físicas ou virtuais destinadas a atrair talentos criativos e empreendedores, além de promover sinergias e colaboração com as principais partes interessadas. No próximo tópico, será possível identificar outros atores atuantes no ecossistema de inovação e na indústria criativa avaliados nos casos e citados ao longo do estudo, dando ênfase aos espaços com características inovadoras, tais quais, os centros de inovação, distritos de inovação, zonas de inovação, dentre outros.

Ao aprofundarem o estudo para os distritos de inovação, os pesquisadores Zandiatashbar e Kayanan (2020) analisam que estratégias atuais de vários países buscam impulsionar uma economia criativa e sustentável, com a criação de espaços interativos, como distritos de inovação, centros de inovação e zonas de inovação que se tornam locais de trocas culturais e construção de produtos inovadores. A partir de Davidson *et al.* (2023) que avaliaram a realidade de Melbourne na Austrália, e perceberam que a inovação está no topo da agenda das políticas públicas de planejamento urbano. Ao construírem distritos de inovação, as cidades criativas assumem um papel decisivo em incentivar uma dinâmica que favoreça a inovação. Os autores observaram algumas características dos distritos, sendo elas: a inovação oscila entre objetivos econômicos, sociais e ambientais; não existe uma definição clara, do que seria inovação para os distritos de inovação; os distritos de inovação oferecem espaço para experimentação urbana e que o surgimento dos distritos de inovação está atrelado às pressões externas sobre resultados da economia.

Em relação à dinâmica dos centros de inovação, autores como Koval, Neboha e Nesenenko (2021) ao avaliarem as características dos centros criativos de inovação, percebem que as estratégias partem de três premissas. Centralização:

Optar por uma localização estratégica que facilita contatos frequentes, promovendo a interação entre os diversos envolvidos; Interesses Comuns: Promover áreas de atividades interconectadas e identificar mercados potenciais que reúnam participantes e partes interessadas com objetivos compartilhados; Interação: Estimular o relacionamento e a interdependência entre as partes interessadas, por meio de uma ampla gama de relações formais e informais.

Para Zandiatashbar e Hamidi (2022) os centros de alta tecnologia estão cada vez mais interessados em implementar estratégias de desenvolvimento econômico local, como distritos de inovação, para estimular a economia. Em outra análise, os pesquisadores Khrushch *et al.* (2022) ao avaliarem o potencial econômico da região de Walbrzych na Polônia percebem que o impacto do potencial econômico no desenvolvimento da economia criativa perpassa pela importância da gestão governamental, ao dar suporte metodológico, jurídico, contábil e incentivos na geração de recursos humanos e financeiros. Khrushch *et al.* (2022) argumentam, que a economia criativa também se fundamenta no potencial inovador do sujeito, ao fazer escolhas não usuais para alcançar resultados satisfatórios de melhorias e perpassa também, no incentivo para que novos profissionais criativos atuem no mercado. A partir da necessidade de formação de recursos humanos para o ecossistema de inovação e indústria criativa, o próximo tópico irá abordar a realidade dos profissionais criativos.

Ao observar os profissionais criativos que movimentam o ecossistema de inovação da indústria criativa, autores como Paulsen, Alper e Wassall (2021) ao analisarem a indústria criativa a partir dos formandos em artes, observaram que as indústrias criativas englobam uma ampla gama de setores, com destaque para os serviços especializados de *design*, que se destacam como a principal área de atuação para graduados universitários, principalmente como artistas independentes (*freelancers*). Além disso, algumas indústrias criativas, estão envolvidas com a área de propriedade intelectual, que nos últimos anos estão despertando a atenção dos jovens estudantes, dentre essas indústrias, eles citam: editores de jornais, periódicos, livros, *software* e produção cinematográfica.

Em pesquisa realizada na África, os pesquisadores Rosenberg e Brent (2020), que fizeram uma pesquisa qualitativa sobre os profissionais criativos que trabalham na cidade de Nairobi no Quênia que é conhecida como “Savana do Silício”, em referência ao Vale do Silício, observam que existe uma estreita relação entre urbanização, infraestrutura e atração dos profissionais criativos, em especial no caso de Nairobi, que se transformou em um importante centro continental para profissionais criativos, especialmente no setor de novas tecnologias da comunicação, embora segundo Rosenberg e Brent (2020) a realidade do lugar gere sentimento de frustração e falta de interesse para uma grande parcela dos criativos.

Tsou e Chen (2022) a partir da visão do ecossistema da indústria cultural e criativa de Taiwan analisam que para a promoção da cultura de competitividade nas empresas, os empreendedores devem fazer uma análise dos seus pontos fortes e fracos frente aos concorrentes, aprimorar sua posição no mercado e adotar uma postura mais ousada e resiliente. Tsou e Chen (2022), ainda sob a lente do ecossistema da indústria cultural e criativa de Taiwan, advogam que as empresas inseridas neste domínio devem atentar-se aos seus modelos de negócios, instituir fluxos de trabalho organizados, dedicar-se ao desenvolvimento de programas voltados para pesquisa e desenvolvimento, além de propiciar a formação e capacitação contínuas de seus profissionais criativos.

Toth *et al.* (2022) que investigaram *designers* gráficos de 17 países diferentes, buscaram entender em seu estudo, a realidade de profissionais que atuam como empreendedores individuais e sem o envolvimento de intermediários, tais como as agências criativas tradicionais e perceberam que os profissionais criativos, apostam em plataformas de serviços especializados para divulgação do seu trabalho. Ainda no âmbito do ecossistema de inovação e da indústria criativa Alibekova *et al.* (2021) ao avaliarem o setor da Indústria Criativa no Cazaquistão, em especial as TICs, observam que a contribuição da indústria para o PIB do país, está estagnada, pois embora exista um ambiente de negócios convencional bem estruturado e com fluxo de investimento internacional já consolidado, na indústria criativa, o país não está dedicado a incentivar os profissionais criativos,

não consegue atrair criativos de outros países, existe pouco capital de risco e faltam maiores conexões com o ecossistema de inovação global.

Ao analisarem os espaços de trabalho dos criativos, autores como Fitzgibbon e Tsioulakis (2022) ao adentrar na economia criativa investigaram dois coletivos de *freelancers* de artes em Belfast na Irlanda do Norte e Atenas na Grécia e observaram que embora essas cidades possuem espaços colaborativos, muitos profissionais criativos trabalham de maneira virtual e isolada em suas casas e possuam múltiplas responsabilidades de organização pessoal e profissional. Em relação aos espaços alternativos, o trabalho de Pickerill *et al.* (2024) argumenta que as eco comunidades podem atrair profissionais criativos e ter impacto econômico sustentável em regiões que buscam inovar de maneira consciente.

Gawel (2021) observa que na indústria criativa e inovadora, o ecossistema empreendedor engloba um conjunto de elementos econômicos, sociais e institucionais interconectados que sustentam projetos empreendedores dos profissionais criativos, proporcionando as condições essenciais para seu desenvolvimento e comercialização. Este contexto também é percebido como uma área geográfica conectada de *startups*, empresas consolidadas, empreendedores maduros, academia e centros de pesquisa, que modificam o cenário da economia local.

Uyttebrouck, Remøy e Teller (2021) investigaram a relação de trabalho e vida pessoal em Amsterdã na Holanda e Bruxelas na Bélgica e observam a potencialidade do estudo para a economia criativa. Den Hartog (2021) que estudou a realidade de Xangai na China, observou a importância da atração de mão de obra qualificada, com a criação de zonas urbanas propensas a atender as necessidades individuais e coletivas e promover a economia e o desenvolvimento sustentável da região. O’Brien, Rees e Taylor (2023) no tocante a realidade da Inglaterra analisam que os debates dos conceitos de indústria criativas, classes criativas, profissionais criativos e “economia cultural” são amplos e estão associados a um tema que necessita de investigação mais profunda e com parâmetros mais diretivos. Por fim, os pesquisadores Fillis, Lee e Fraser (2022) avaliaram que na indústria criativa, em especial nos artistas emergentes, a noção de empreendedorismo está

bastante associada com o desenvolvimento das carreiras autônomas dos artistas. Após a análise da realidade dos profissionais criativos, no próximo tópico, será possível observar com mais detalhes os desafios do ecossistema de inovação e da indústria criativa citados nos artigos científicos.

Em relação às empresas, os autores Friz e Guenther (2021) examinaram o comportamento inovador das empresas durante a crise econômica de 2008/2009, o estudo concentrou-se nos países em transição da Europa Central e Oriental e da Ásia Central, que passaram por uma reestruturação completa de seus sistemas de inovação ao mudarem de economias planejadas para economias de mercado. Os resultados revelam um declínio significativo na atividade de inovação em todas as economias em transição como consequência direta da crise.

Essa visão pessimista de um recorte importante da economia global, também parece ser a tônica da análise de Gasparin e Quinn (2021), que desenvolveram uma pesquisa científica qualitativa sobre a realidade da Indústria Criativa do Vietnã e observam que apesar do enorme potencial da economia criativa e das atividades culturais, a indústria criativa enfrenta dificuldades tais como: Falta de uma definição clara do setor; Escassez de educação em propriedade intelectual; Ausência de um ecossistema criativo e inovador; Carência de criatividade e educação em gestão da inovação; Falta de modelos de negócios inovadores adequados para o setor criativo; Baixa educação e interesse dos consumidores; Dificuldades no acesso ao financiamento; Autocensura dos criativos devido à presença de censura estatal; Desafios nos sistemas regulatórios; Pouca adoção e implementação de tecnologias digitais desenvolvidas; Dificuldade construir modelos de negócio que sejam sustentáveis. Sendo assim, na ótica de Gasparin e Quinn (2021) as dificuldades citadas, representam obstáculos significativos ao desenvolvimento e sucesso da indústria criativa.

Hnatenko *et al.* (2020) ao proporem ações para o desenvolvimento da economia criativa e inovadora na Ucrânia, avaliam ser importante construir diretrizes para estabelecer infra estruturas de empreendedorismo inovador em âmbito nacional e regional podem orientar as autoridades públicas na criação de um me-

canismo regulatório unificado para essas infraestruturas de inovação. Ao investigar o ecossistema de inovação e a indústria criativa, os pesquisadores Batabyal e Nijkamp (2022) apontam a importância da criação de políticas fiscais e subsídios financeiros para atrair a classe criativa em diferentes regiões.

Jones, Van Assche e Parkins (2021) a partir da perspectiva da indústria criativa do artesanato avaliam que é fundamental aprimorar os modelos de gestão e organização dos negócios criativos internamente e também avançar para outros modelos de governança comunitária. Kézai, Fischer e Lados (2020), um ambiente criativo e inovador, necessita de empreendedorismo e inovação, com preocupação com o registro da propriedade intelectual, foco na produtividade e na adaptação de mercado, integrado com as discussões internacionais e com capacidade para implementar mudanças na sociedade.

Preocupados também com aspectos ligados à produtividade, os pesquisadores Bogoyavlenska, Persia e Bondarenko (2020) argumentam que a adoção de logística inteligente impulsiona a produtividade por meio de inovações na gestão e potencializa a comercialização de produtos criativos. Em uma pesquisa importante para o ecossistema de inovação e da indústria criativa da América do Norte, os pesquisadores Graizbord e Santiago (2021) analisaram a indústria criativa, a partir da realidade de mais de 300 cidades do México e perceberam três grupos de atividade mais impactantes na área, que são os meios audiovisuais, o design gráfico e arte e cultura. Essas áreas da indústria criativa, estão configuradas em cidades com maior potencial econômico e político e tem maior representatividade econômica, social e política.

Ainda no quesito produtividade, os pesquisadores Bruhn, Demirguc-Kunt e Singer (2023) que fizeram uma pesquisa global sobre a realidade das pequenas empresas após a pandemia do novo coronavírus, observaram que em países com baixa concorrência, o poder de barganha de mercado e as relações políticas, influenciam quais as empresas que alcançam melhor resultado em momentos de crise econômica e social. A produtividade não é um fator tão influente em economias de baixa concorrência, essa característica limita o potencial inovador e a resiliência frente a crise.

Ao argumentarem sobre o ecossistema de inovação e a indústria criativa, os pesquisadores Kézai, Fischer e Lados (2020), analisam que dentro de uma economia criativa, as *startups*, pequenas empresas criativas, turismo, mobilidade, serviços financeiros, comércio e indústria, desempenham papéis cruciais no desenvolvimento de cidades inteligentes. Saiyed *et al.* (2023) investigaram o empreendedorismo na Índia e perceberam que grupos marginalizados, podem usar a experiência em suas comunidades para resolver problemas com mais criatividade e alcançar mercados internacionais. Em outra pesquisa relevante para o ecossistema de inovação e a indústria criativa, os pesquisadores Khlystova, Kalyuzhnova e Belitski (2022) desenvolveram uma pesquisa em seis localidades diversas, analisaram os envolvidos com o ecossistema de criatividade e inovação, perceberam, a participação da academia, dos financiadores de empresas inovadoras, do governo, dos parques tecnológicos, incubadoras de criativos, profissionais de criatividade e tecnologia, gestores de organizações, empresas multinacionais e diversas outras instituições.

Em relação a diversidade de interesse e de colaboração, autores como Grandclement e Grondeau (2022) ao analisarem o impacto urbano, social e econômico do parque científico e tecnológico de Sophia-Antipolis que foi criado na década de 1970 na França e atinge cinco municípios, observam as dificuldades de governança com um grande número de pautas divergentes entre os seus diversos atores. Os pesquisadores Ziyae, Jusoh e Madadian (2020) observam que a capacidade empreendedora de criar e observar oportunidades no mercado, é fator fundamental para o crescimento das empresas.

A partir da leitura dos textos da revisão sistemática, foi possível construir o Diagrama *mindmap* com *Markmap* logo abaixo, a partir das principais discussões e conceitos surgidos ao longo da investigação científica.

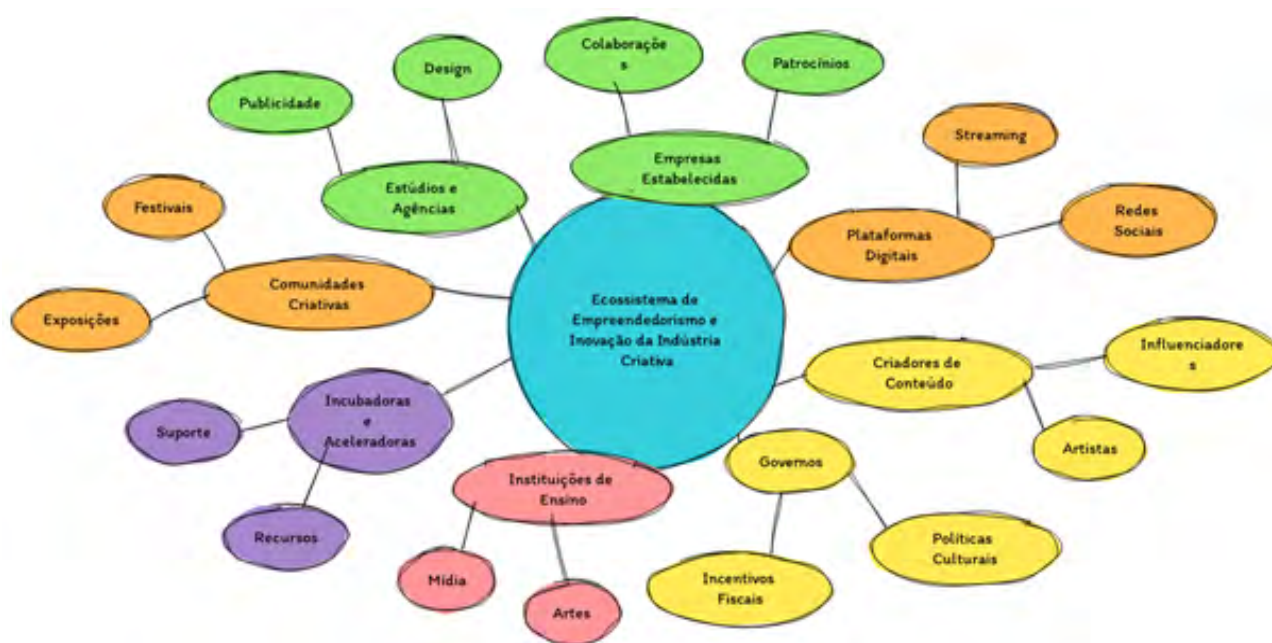
Figura 25- Ecossistema de Inovação na Indústria Criativa



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

A partir da figura e dos textos citados, é possível observar que a base da estruturação do ecossistema de inovação na indústria criativa está associada aos principais atores, que são: Indústria, Sociedade Civil, Governo, Meio Acadêmico, Propriedade Intelectual e Políticas Públicas. Sendo importante observar, que o governo assume em algumas realidades, um papel de governança, além do papel tradicional de propositor de políticas públicas. A partir dessa base, surgem as áreas criativas e inovadoras, que tais como: Distritos de Inovação – Foco na integração e na sustentabilidade; Zonas de Inovação – Espaços inovadores e desenvolvimento regional; Coletivos de Criatividade- Integração de talentos e colaboração; Cidades Criativas- Inclusão urbana e rural e as Cidades Inteligentes – Plataformas digitais e infraestrutura avançada. A figura 26 apresenta o mapa observado no trabalho.

Figura 26 - Ecossistema de Inovação na Indústria Criativa



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

A partir dos artigos analisados na pesquisa, foi possível observar que o debate sobre ecossistemas de inovação e indústria criativa vai além das fronteiras locais, destacando a importância de envolver tanto áreas urbanas quanto rurais, além da necessidade de redimensionar parâmetros relacionados com as localidades e regiões. A revisão sistemática, possibilitou observar a importância da construção de distritos e zonas de inovação, além de coletivos de criatividade, cidades criativas e cidades inteligentes, todos orientados por critérios de sustentabilidade.

Ecossistema de Inovação na Indústria Criativa Brasileira ⁴⁴

A partir dessa realidade encontrada, foi possível avançar para a análise da realidade do Brasil. Onde observou-se que o termo ‘criativo’ refere-se aqueles que trabalham no setor criativo em áreas como Publicidade e *Marketing*, Arquitetura, Artesanato, Cinema, Rádio e Televisão, Serviços de TI, *Software* e Informática; Museus, galerias e bibliotecas; Música, Artes Cênicas e Visuais (Cockshut;

⁴⁴ Acesse os dados completos

https://drive.google.com/drive/folders/109-d4Ep3LizxQLXrmsfIB_8jdcCYSfQ?usp=sharing

Brown; Hardey, 2020). Gasparin e Quinn (2021), Wise, Gokbulut e Fillis (2022) e Bednář, Danko e Smékalová (2023) incluíram outros segmentos como Mercado/comércio de arte e antiguidades; Fotografia; Vídeo; *Design*; Moda; Gastronomia; Turismo; Música; *Hubs* (espaços criativos, de inovação, de tecnologia e de *Coworking*); Turismo; e P&D.

Bakos (2021) destaca a importância de processos e modelos de negócios bem definidos para auxiliar profissionais criativos na concepção de produtos inovadores. Toth *et al.* (2022) observaram, em pesquisa com *designers* gráficos de 17 países, a preferência por carreiras autônomas, muitas vezes apoiadas por plataformas especializadas. Considerando essa realidade global, é relevante apresentar dados quantitativos sobre profissionais criativos no Brasil, divididos por região, na Tabela 1. O’Brien, Rees e Taylor (2023) destacam as desigualdades regionais e o papel das organizações artísticas nas economias urbanas e regionais, com base na experiência da Inglaterra.

Tabela 1 – Quantidade de Profissionais Criativos por Região do Brasil em 2020

Segmento	Região Centro-Oeste	Região Nordeste	Região Norte	Região Sudeste	Região Sul	Brasil
Arquitetura	9.239	14.369	4.295	51.223	18.298	97.424
Design	4.002	7.934	1.943	44.259	23.320	81.458
Moda	2.015	6.241	1.250	18.367	9.265	37.138
Publicidade & Marketing	10.477	17.736	3.548	160.242	31.494	223.497
Artes Cênicas	598	1.422	334	4.454	1.122	7.930
Expressões Culturais	2.234	5.152	1.100	16.370	5.765	30.621
Música	591	2.524	566	5.158	1.530	10.369
Patrimônio & Arte	728	1.788	402	6.841	1.487	11.246
Audiovisual	3.146	6.220	2.269	18.365	8.486	38.486
Editorial	5.012	7.638	2.658	23.152	8.355	46.815
Biotecnologia	3.185	5.968	2.248	22.092	4.551	38.044
Pesquisa & Desenvolvimento	8.138	15.753	6.712	111.215	24.205	166.023
Tecnologia da Informação & Comunicação	8.226	13.266	3.337	89.021	32.413	146.263

Fonte: FIRJAN (2024)

Nota-se que a região Sudeste, com um total de 531.193 profissionais, detém a maior concentração em quase todos os segmentos, destacando-se particularmente em Publicidade & *Marketing* com 160.242 profissionais. Contrastando, a região Norte apresenta os menores números, sendo mais evidente na área de Música, onde apenas 566 profissionais foram registrados. A região Sul exibe uma quantidade significativa de profissionais de *Design*, contabilizando 23.320, superando outras regiões, exceto a Sudeste. Este estudo sugere uma correlação entre a distribuição de profissionais criativos e a infraestrutura econômica e educacional das regiões, com o Sudeste liderando em oportunidades e recursos. A análise detalhada dessas distribuições pode ser fundamental para políticas futuras de incentivo à diversificação geográfica no setor criativo brasileiro.

O segmento de Publicidade & Marketing desponta como o líder em número de profissionais criativos, contando com cerca de 230 mil indivíduos ativos nessa área em todo o país. A área que abrange a promoção de marcas, produtos e serviços, e o grande número de profissionais é um reflexo do constante crescimento e evolução das estratégias de comunicação e *marketing* no cenário contemporâneo dominado pelo digital, já que com o avanço das novas tecnologias e as mudanças nos hábitos de consumo, as organizações precisam se adaptar e utilizar novas formas de comunicação, ferramentas e plataformas que permitem segmentação precisa, análise de dados detalhada e interação em tempo real com os consumidores, impulsionando assim o crescimento e a evolução do segmento.

Para Rosenberg e Brent (2020), que estudaram os criativos da Nairobi no Quênia, identificaram que a maior parte dos profissionais trabalham na área de *Marketing*/Comunicação e Tecnologia. Enquanto as regiões Sudeste e Sul lideram em termos de número de profissionais criativos, é notável que segmentos como Artes Cênicas e Expressões Culturais apresentam números relativamente baixos em todas as regiões, indicando uma possível necessidade de maior suporte e investimento nessas áreas. Por exemplo, as Artes Cênicas contam com apenas 598 profissionais no Centro-Oeste e 1.422 no Nordeste, sugerindo uma oportunidade para políticas de incentivo que possam fortalecer esses setores culturalmen-

te ricos, porém sub-representados. Tal investimento não só ajudaria a diversificar a economia criativa do país, mas também a preservar e promover as diversas identidades culturais brasileiras em um mercado globalizado. Na tabela 2, percebe-se que a distribuição da remuneração média variou significativamente entre as regiões do Brasil, refletindo as disparidades econômicas e as oportunidades no setor cultural e tecnológico.

Tabela 2 – Remuneração Média dos Segmentos Criativos por Região do Brasil em 2020

Segmento	Região Centro-Oeste	Região Nordeste	Região Norte	Região Sudeste	Região Sul
Arquitetura	R\$ 8.084,71	R\$ 8.038,59	R\$ 9.050,01	R\$ 8.355,63	R\$ 7.488,13
Design	R\$ 2.434,26	R\$ 1.895,19	R\$ 2.059,51	R\$ 3.247,58	R\$ 3.101,39
Moda	R\$ 1.527,65	R\$ 1.323,07	R\$ 1.339,89	R\$ 1.983,11	R\$ 2.445,40
Publicidade & Marketing	R\$ 4.820,81	R\$ 3.318,20	R\$ 4.115,82	R\$ 5.883,64	R\$ 4.476,64
Artes Cênicas	R\$ 1.642,65	R\$ 1.390,30	R\$ 1.693,36	R\$ 4.457,33	R\$ 2.148,40
Expressões Culturais	R\$ 1.988,25	R\$ 1.622,87	R\$ 1.540,83	R\$ 2.081,18	R\$ 2.147,22
Música	R\$ 2.363,53	R\$ 2.128,12	R\$ 2.905,94	R\$ 4.053,51	R\$ 3.050,27
Patrimônio & Arte	R\$ 5.180,77	R\$ 3.423,13	R\$ 4.321,66	R\$ 5.546,50	R\$ 4.721,29
Audiovisual	R\$ 3.093,89	R\$ 2.074,31	R\$ 2.293,77	R\$ 4.421,17	R\$ 2.381,37
Editorial	R\$ 4.867,48	R\$ 3.409,82	R\$ 3.563,02	R\$ 5.473,13	R\$ 3.687,21
Biotecnologia	R\$ 4.465,15	R\$ 3.524,84	R\$ 5.122,85	R\$ 5.816,23	R\$ 4.501,48
Pesquisa & Desenvolvimento – P&D	R\$ 11.001,33	R\$ 11.574,33	R\$ 11.181,78	R\$ 13.264,42	R\$ 9.941,72
Tecnologia da Informação & Comunicação - TIC	R\$ 5.657,86	R\$ 4.280,18	R\$ 4.360,54	R\$ 7.440,15	R\$ 5.488,78

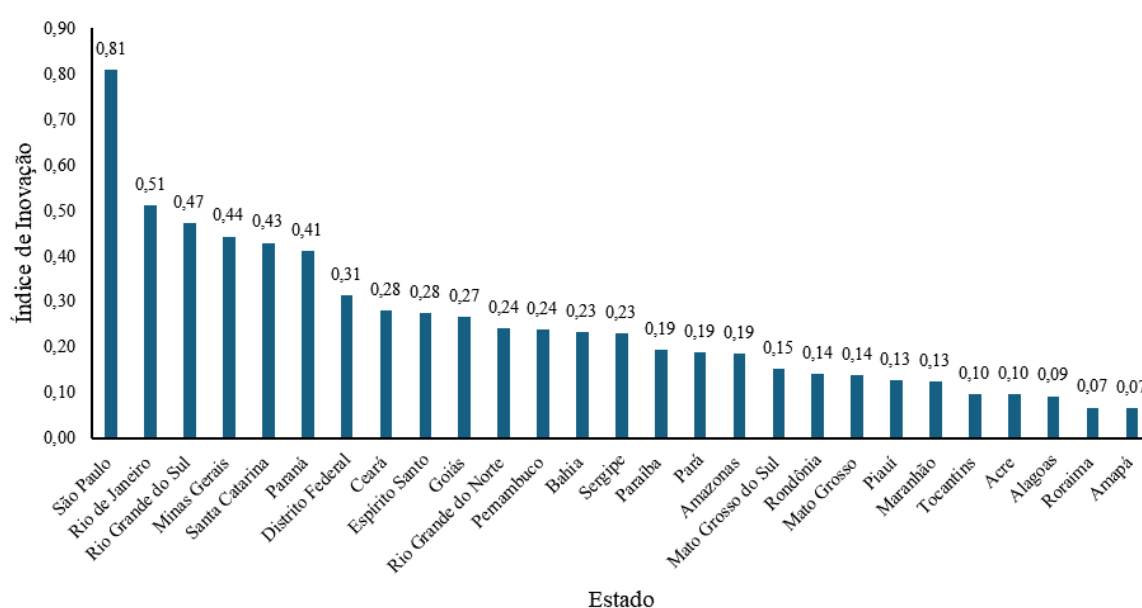
Fonte: FIRJAN (2024). *Legenda: Valores a preços de 2020 (Índice de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA - IBGE)

A estreita interligação entre criatividade, economia e desenvolvimento locais aumentou a popularidade da ideia de cultura e *clusters* criativos entre aca-

dêmicos e responsáveis pela formulação de políticas públicas (Burlina; Casadei; Crociata, 2023; Hnatenko *et al.*, 2020). A região Sudeste, frequentemente vista como um centro econômico do país, apresentou os maiores salários em vários segmentos, incluindo TIC (R\$ 7.440,15) e P&D (R\$ 13.264,42), indicando um forte investimento em áreas de alta tecnologia e inovação. Por outro lado, a região Norte mostrou salários comparativamente mais altos em Música (R\$2.905,94) e Biotecnologia (R\$5.122,85), sugerindo um mercado emergente para essas indústrias. Em contraste, o Nordeste registrou os menores salários em áreas como Moda (R\$1.323,07) e Publicidade & Marketing (R\$3.318,20), refletindo possivelmente uma menor concentração de indústrias criativas. Esses dados, fornecidos pela FIRJAN (2024) e ajustados pelo IPCA do IBGE, são cruciais para entender a dinâmica do emprego e da remuneração nos setores criativos do Brasil.

Os indicadores usados no Índice FIEC de Inovação dos Estados ajudam a determinar como cada estado está posicionado para apoiar a inovação em termos de infraestrutura, educação, políticas públicas e ambiente de negócios. A nova metodologia inclui um indicador específico de sustentabilidade ambiental. Na figura 27, apresenta-se o índice de inovação.

Figura 27- Inovação dos Estados do Brasil em 2023



Fonte: Índice da FIEC 2023

Os estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Santa Catarina lideram o *ranking*, refletindo uma robusta infraestrutura de inovação que inclui altos investimentos em tecnologia e educação e bons resultados em empreendedorismo e desenvolvimento tecnológico. Em contraste, estados como Amapá, Roraima e Alagoas são os últimos do *ranking*, evidenciando uma deficiência crítica em infraestrutura para inovação e apoio governamental, necessitando de intervenções planejadas. A disparidade observada entre as regiões Sul e Sudeste em comparação ao Norte e Nordeste ilustra um desafio regional significativo, demandando políticas específicas que possam mitigar tais desigualdades e promover uma distribuição mais homogênea de recursos e oportunidades de inovação pelo país.

Zandiatashbar e Kayanan (2020), Bakos (2021), Batabyal e Nijkamp (2022, p.4), Gasimova *et al.* (2022) e Khrushch *et al.* (2022), a economia criativa impulsiona o empreendedorismo social como ação criativa e inovadora para manter o os benefícios econômicos e promover a inclusão social e o desenvolvimento sustentável por meio de políticas públicas com estratégias de crescimento urbano capazes de atrair empreendedores tecnológicos globais. O CNAE principal de 1.024.679 negócios criativos foi verificado, sendo 682.763 (67%) negócios distribuídos em 10 classificações conforme tabela 3. Os outros negócios estão distribuídos em 65 classificações, tais como, ensino de música (17.504), *design* de interiores (6.861), agências de notícias (3.610), *design* de produto (1.636) e lapidação de gemas (1.427).

Tabela 3 – CNAE Principal dos Negócios Criativos

Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE	Número de Empresas	Percentual (%)
Confecção de peças do vestuário exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	154.040	23%
Confecção sob medida de peças do vestuário exceto roupas íntimas	90.872	13%
Atividades de produção de fotografias exceto aérea e submarina	84.723	12%

Atividades de pós-produção cinematográfica de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	80.766	12%
Produção musical	72.027	11%
Ensino de arte e cultura não especificado anteriormente	54.855	8%
Serviços de alimentação para eventos e recepções – bufê	44.005	6%
Facção de peças do vestuário exceto roupas íntimas	39.600	6%
Serviços de arquitetura	34.647	5%
Atividades de sonorização e de iluminação	27.228	4%
Total	682.763	100%

Fonte: Dados do Ministério da Fazenda (2024) e da RFB (2024).

*Legenda: 10 classificações com maior número de empresas até fevereiro de 2024.

A partir da análise dos CNAES brasileiros da indústria criativa, foi possível traçar o mapa abaixo, indicando as áreas econômicas do setor.

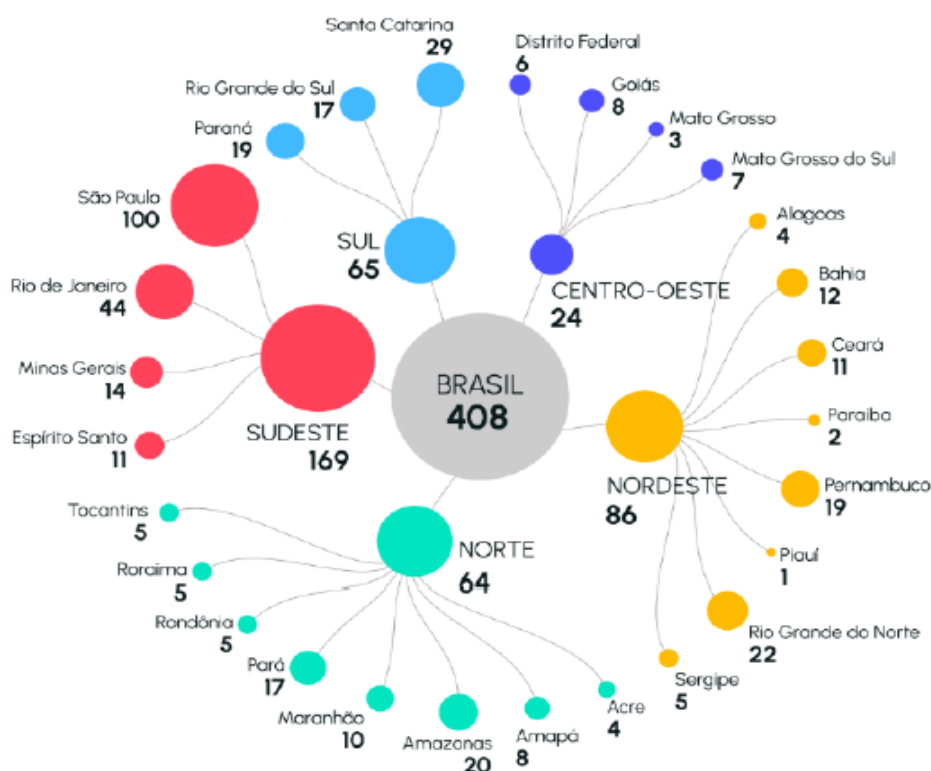
Figura 28 – Atividades Econômicas da Indústria Criativa no Brasil



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

O estudo do SEBRAE *Startups* (2024) mapeou 408 *startups* de impacto no Brasil que se preocupam em resolver problemas ambientais como a emissão de gases do efeito estufa e a gestão de resíduos e problemas sociais como a inclusão social e o apoio ao empreendedorismo. Na figura 29, apresenta-se a quantidade de *startups* de impacto por região e estado do Brasil.

Figura 29– Startups de Impacto do Brasil



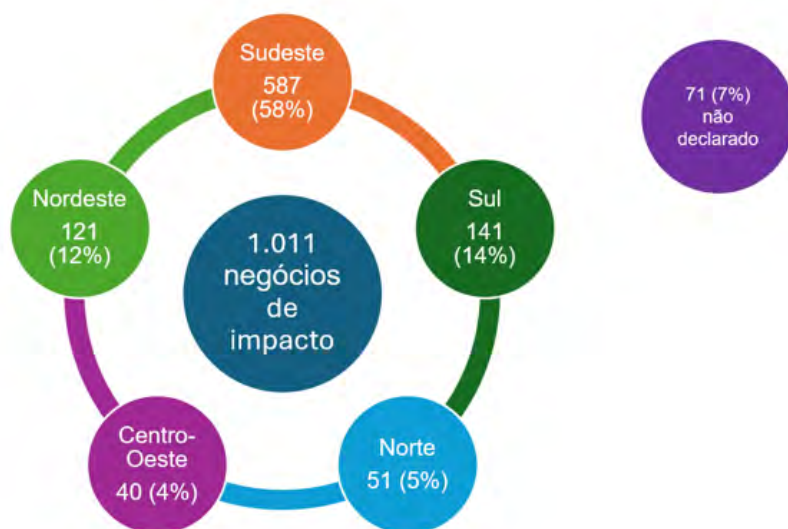
Fonte: SEBRAE Startups (2024)

Essas *startups* atuam com maior ênfase nos ODS 12 – consumo e produtos sustentáveis, ODS 11 – cidades e comunidades sustentáveis e ODS 10 – redução das desigualdades. As dez principais áreas de atuação dessas *startups* são: educação, agronegócio, saúde e bem-estar, indústria e transformação, alimentos e bebidas, tecnologia e informação, energia, gestão e consultoria, logística e transportes e crédito e finanças. Os 3 modelos de negócios predominantes são B2B (*Business to Business*), B2B2C (*Business to Business to Consumer*) e B2C (*Business to Consumer*). A partir dos dados do relatório de impacto do SEBRAE Startups (2024), observa-se que a distribuição das *startups* de impacto não é uniforme, com concentrações variadas em diferentes regiões do país: o Sudeste, tem o maior número de *startups* de impacto, com destaque para São Paulo e Minas Gerais nos setores de educação, saúde e finanças; a região Sul tem mais *startups* focadas em sustentabilidade e tecnologias verdes; o Centro-Oeste, tem maior destaque na área de agrotecnologia; no Nordeste, as *startups* apontam para pro-

blemas como acesso a água potável e educação em áreas rurais; e a região Norte tem o menor número de *startups* em números absolutos, mas a região se destaca por iniciativas voltadas para a biodiversidade e a conservação ambiental.

De acordo com dados do 4º Mapa de Negócios de Impacto da Pipe.Labo (2023), dos 1.011 negócios de impacto no Brasil, cerca de 495 (49%) já foram incubados/acelerados e aproximadamente 850 (84%) estão formalizados e usam tecnologias emergentes como *big data*, inteligência artificial, geolocalização, *machine learning*, *chatbot*, *biotech* e internet das coisas. Esses negócios atuam em todos ODS com maior ênfase nos ODS 8 – trabalho decente e crescimento econômico, ODS 12 – consumo e produção sustentáveis, ODS 10 – redução das desigualdades e ODS 11 – cidades e comunidades sustentáveis. As áreas de atuação são: tecnologia verde, cidadania, educação, cidades, saúde e finanças. Os principais modelos de monetização são venda direta recorrente, prestação de serviço, venda direta única, assinatura, doações, patrocínios, premiações ou editais, *Software as Service* – SAAS, comissão e publicidade. Os 4 modelos de negócios predominantes são B2B (*Business to Business*), B2B2C (*Business to Business to Consumer*) e B2C (*Business to Consumer*) e o B2G (*Business to Government*). Na figura 30, apresenta-se a quantidade de negócios de impacto por região.

Figura 30 – Negócios de Impacto do Brasil



Fonte: Elaborado pelo autor com base em PIPE.LABO (2023)

No quadro 5, apresenta-se programas de apoio ao empreendedorismo criativo e socioambiental do Brasil.

Quadro 5– Principais Programas de Apoio aos Negócios Criativos e Socioambientais do Brasil

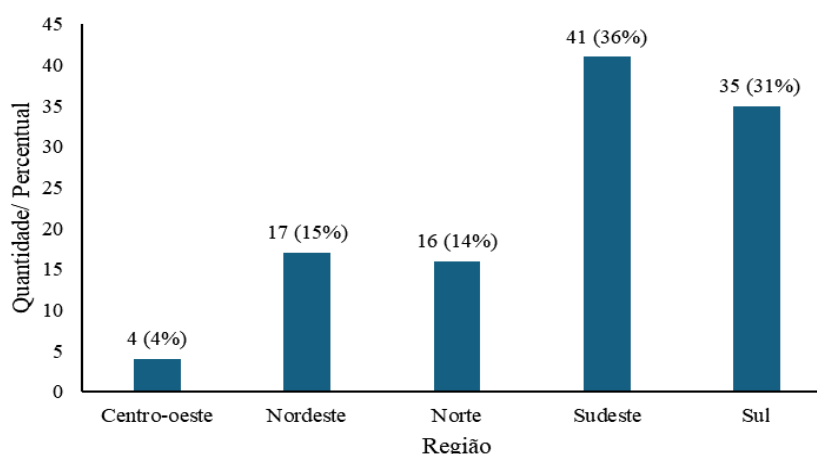
Programa de Apoio	Descrição
Certificado de Recebíveis de Investimento de Impacto Ambiental e Social — CRIIAS (Artemísia, 2023)	É um instrumento que se propõe a ser uma forma inovadora de dar crédito de longo prazo para empresas de pequeno e médio porte com foco na geração de impacto positivo. A 1ª série do Certificado de Recebíveis captou R\$9 milhões e os negócios sociais que estão recebendo os recursos são Redação Online, Estante Mágica, Portal Telemedicina e Meu Chapa.
Diagnóstico de Startups de Impacto Socioambiental (SEBRAE STARTUPS, 2023)	O Sebrae tem como objetivo aproximar os ecossistemas de inovação e de impacto socioambiental, ampliando um compromisso com o movimento <i>Environmental, Social and Governance</i> - ESG e com a adesão ao Pacto Global e os Objetivos do ODS. Benefícios em participar do Diagnóstico, até 90% de desconto em ferramentas como Pipedrive, Slack e Hubspot, além da possibilidade de ganhar mais de R\$250.000,00 em benefícios nas plataformas da AWS, Google, Zendesk, Zoho e Microsoft.
Estratégia Nacional de Economia de Impacto - ENIMPACTO (MDIC, 2023)	O objetivo do ENIMPACTO é estimular a economia criativa e solidária e o empreendedorismo social, que têm elevado potencial de inclusão produtiva, geração de renda e inovação social; construir políticas de fomento de redes e cadeias produtivas e outras iniciativas de cooperativismo, de facilitação do acesso a mercados e ao crédito e de estímulo à inovação; criar oportunidades de trabalho.
Programa ICE Investimentos de Impacto (ICE, 2023)	É uma parceria do ICE com o BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento) para comprovar que faz sentido investir em negócios de impacto em estágio inicial. A parceria celebrou o marco de R\$2,8 milhões investidos, entre os anos 2017 e 2018, em dezesseis empresas de diferentes setores, modelos de negócio e soluções de impacto socioambiental. O programa ajudou os negócios com mentorias, conexões, acesso a mercados e a redes.
InovAtiva de Impacto Socioambiental (MDIC, 2024)	InovAtiva Brasil é uma política pública que promove um conjunto de iniciativas de apoio ao desenvolvimento do ecossistema de empreendedorismo inovador no Brasil, realizado pelo MDIC e pelo SEBRAE. O InovAtiva de Impacto Socioambiental é focado em empresas com missão de gerar impacto social ou ambiental positivo, beneficiando até 80 startups com capacitação, conexão e mentorias aos participantes de forma gratuita e <i>equity free</i> .

BNDES Garagem (2024) – Negócios de Impacto	Programa gratuito criado pelo BNDES, em parceria com Artemísia, Wayra e Liga Ventures para apoiar a criação e a aceleração de soluções de impacto social e ambiental, estimulando o setor de empreendedorismo e desenvolvendo empresas que buscam alcançar resultados financeiros e de impacto socioambiental positivos.
Programa de Incubação e Aceleração de Impacto (ANPROTEC, 2024)	É uma parceria entre Instituto de ICE, ANPROTEC e SEBRAE com o objetivo de mobilizar aceleradoras e incubadoras a desenharem estratégias para atrair Negócios de Impacto Social no seu portfólio. O programa teve a participação de 45 incubadoras e aceleradoras como Centro de Empresas Nascentes - CENA, CECOMPI Incubadora, Aceleradora MGTI, Programa de Incubadoras - PROIN.UEG, Porto Digital, Pantanal Incubadora Mista de Empresas - PIME, Incubadora de Empresas da Mackenzie, Incubadora Unisinos - UNITEC, Centro de Empreendimento em Informática da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - CEI/UFRGS, Incubadora Tecnológica da Fundação de Ensino, Tecnologia e Pesquisa - ITFETEP, Superintendência de Parcerias e Inovação da Universidade Federal do Paraná - SPIn/UFPR, Incubadora do Semiárido - ISA, Incubadora Santos Dumont, Instituto Gene, Inova Sorocaba, HUBIZ Inovação e Negócios, Fundação para o Desenvolvimento Científico e Tecnológico - FUNDETEC, FAROL Incubadora de Empresas, Incubadora de Empresas de Base Tecnológica CENTEV/UFV e Incubadora Tecnológica de Empreendimentos Criativos e Inovadores - ITCG. Dentro desse programa foram incubadas/aceleradas 2.817 <i>startups</i> com investimento direto e indireto de R\$430 milhões.

Fonte: Elaborado pelos autor (2024)

Kézai, Fischer e Lados (2020) e Tsou e Chen (2022) descrevem um ambiente caracterizado pela criatividade e inovação, que se destaca por sua mentalidade empreendedora e proativa, aliada à preocupação com o registro da propriedade intelectual e o desenvolvimento de uma cultura de competitividade na indústria criativa para a introdução de novas ideias, produtos, gestão da qualidade e para diferenciação dos concorrentes internacionais.

Figura 31– Indicações Geográficas por Região do Brasil



Fonte: INPI (2024)

Gasparin e Quinn (2021) observaram que uma das principais deficiências para o desenvolvimento de ideias e projetos criativos, é a pouca atenção dada à propriedade intelectual. No quadro 6, apresenta-se as Indicações Geográficas (IGs) brasileiras.

Quadro 6 – Produto/Serviço das Indicações Geográficas do Brasil por Segmento Criativo

Região	Produto/Serviço por Segmento Criativo
Centro-oeste	Artesanato, Design e Moda: Goiás, produção de joias artesanais em prata; Biotecnologia e Gastronomia: Mato Grosso Sul, mel; Gastronomia: Goiás, açafraão ou cúrcuma e linguíça.
Nordeste	Artesanato: Ceará, redes; Artesanato, Design e Moda: Alagoas, bordado filé; Paraíba, renda renascença, têxteis de algodão colorido; Piauí, opalas preciosas e joias artesanais de opala de Pedro II; Rio Grande do Norte, bordado; Sergipe, renda irlandesa; Biotecnologia e Gastronomia: Alagoas, própolis verde; Gastronomia: Bahia, amêndoas de cacau (<i>Theobroma cacao L.</i>), café verde e aguardente de cana tipo cachaça; Ceará, camarão; Pernambuco, Uvas de mesa e manga, vinho fino, vinho nobre, espumante natural e vinho moscatel espumante; Piauí, cajuína; Rio Grande do Norte, melão; TIC: Pernambuco, Porto Digital.
Norte	Artesanato: Tocantins, artesanato em capim dourado; Design (de aquários ou aquarismo): Amazonas, peixes ornamentais; Gastronomia: Acre, açaí e farinha de mandioca; Amazonas, abacaxi, açaí, farinha de mandioca, guaraná, pirarucu manejado e waraná (guaraná nativo) e pães de waraná (bastão de guaraná); Pará: cacau, queijo e farinha de mandioca; Rondônia, cacau em amêndoas, café em grão robusto amazônico e lambari peixe amazônico.

Sudeste	Artesanato e Design: Espírito Santo: painéis de barro; São Paulo: cerâmica artística; Artesanato, Design e Moda: Minas Gerais, artesanatos têxteis produzidos por tear manual e produção manual, Peças artesanais em estanho; São Paulo: calçados, calçado infantil; Arquitetura e Design (de interiores): Espírito Santo: mármore; Rio de Janeiro: gnaíse milonítico de coloração cinza, gnaíse fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos de diâmetro geral inferior a um centímetro, gnaíse fitado milonítico de coloração clara com quatro variedades de cor: branca, rosa, verde e amarela; Biotecnologia e Gastronomia: Espírito Santo: mel de abelha <i>Apis mellifera L.</i> produzido a partir da aroeira <i>Myracrodruon urundeuva Allemão</i> e de <i>honeydew</i>; Minas Gerais: própolis verde; Gastronomia: Espírito Santo, cacau em amêndoas, café da espécie <i>Coffea Arábica</i>, café conilon da espécie <i>Coffea Canephora</i>, inhame, pimenta-do-reino, pimenta-rosa e socol (tipo de presunto cru, originalmente feito de lombo e copa (carne do pescoço) de suínos, sal, pimenta do reino e alho); Minas Gerais, aguardente de cana – cachaça, biscoito, café da espécie <i>Coffea Arabica</i>, derivados de jabuticaba: licor, geleia, molho, casca cristalizada e compota, frutas: banana, manga, mamão e lima ácida tahiti, hortifrútis: abacate, alho, batata e cenoura, queijo e queijo de leite de vaca cru integral; Rio de Janeiro, Laranjas da espécie <i>Citrus sinensis</i> das variedades Seleta, Natal Folha Murcha, Natal Comum, cachaça; São Paulo: café da espécie <i>Coffea Arabica</i>, uva niagara rosada.
Sul	Artesanato, Design e Moda: Rio Grande do Sul, couro acabado; Biotecnologia e Gastronomia: Paraná, camomila desidratada, erva-mate, mel de abelha <i>Apis mellifera scutellata</i> (apis africanizada) e mel de abelha <i>Tetragonisca angustula</i> (Jataí); Santa Catarina, erva-mate, mel de melato da bracatinga; Gastronomia: Paraná, aguardente de cana e cachaça, bala de banana, barreado (feito à base de carne cozida exaustivamente), espumante natural, goiaba, melado batido e melado escorrendo, morango, queijo, uvas finas de mesa, vinhos; Rio Grande do Sul, arroz, carne bovina e derivados, chocolate artesanal, doces finos, vinho branco, espumante e licoroso, vinho fino branco tranquilo; vinho fino rosado tranquilo; vinho fino tinto tranquilo; vinho espumante fino, vinho tinto, branco e espumante, vinhos e espumantes; Santa Catarina, banana (Subgrupo Cavendish), linguiça (de carne suína pura e defumada), maçã Fuji, queijo artesanal serrano, vinho branco, espumante e licoroso, vinhos (vinho fino, vinho nobre, vinho licoroso, espumante natural e vinho moscatel, espumante) e o brandy.

Fonte: INPI (2024)

Nesta pesquisa, cada produto/serviço foi analisado de acordo com sua relevância cultural, econômica e biológica dentro da perspectiva de segmento criativo e distribuição geográfica. Destacam-se produtos artesanais como as joias de prata de Goiás e os alimentos regionais, como o mel de Mato Grosso do Sul. O Nordeste se destaca na área de artesanato e *design*, com destaque para as redes do Ceará e o bordado filé de Alagoas. A gastronomia também é rica, exemplificada pela cachaça da Bahia e pelos vinhos e frutas de Pernambuco. Na área de TIC ressalta-se a importância do Porto Digital em Pernambuco, como catalisador inovativo na região.

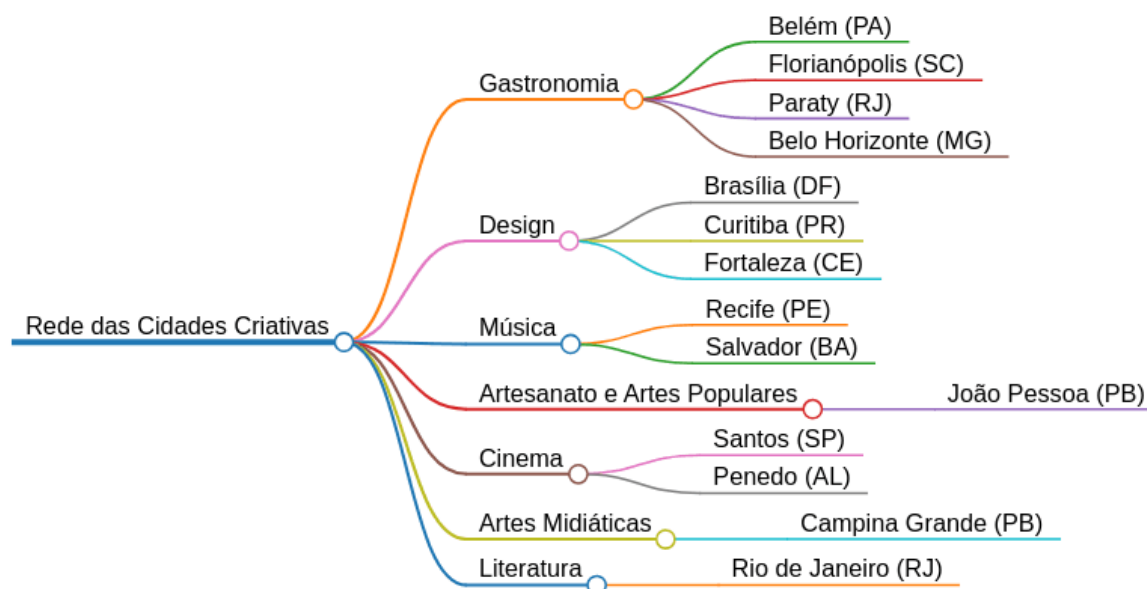
A região Norte tem produtos nativos como o açaí e a farinha de mandioca. O artesanato em capim dourado do Tocantins e os peixes ornamentais do Amazonas são indicativos de um aproveitamento sustentável dos recursos naturais. A região Sudeste mostra uma combinação de tradição e inovação, com produtos que vão desde panelas de barro no Espírito Santo até a alta tecnologia aplicada na produção de café e cerâmica artística em São Paulo. A variedade de produtos ilustra o dinamismo econômico da região e sua capacidade de adaptação cultural e tecnológica. Em relação a região Sul, se evidencia uma forte presença de produtos gastronômicos e artesanais, como o couro acabado do Rio Grande do Sul e os vinhos de Santa Catarina. A erva-mate e o mel são produtos chave, refletindo tanto a tradição quanto a biotecnologia aplicada.

O desenvolvimento sustentável regional depende de estratégias comunitárias que conectam redes de governança e inovação na indústria criativa como implementação de metodologias ágeis na gestão, visando contribuir para o crescimento econômico (Bogoyavlenska; Persia; Bondarenko, 2020; Jones; Van Assche; Parkins, 2021).

As cidades criativas e inteligentes como Amsterdã, Barcelona, Lisboa e Viena combinam infraestrutura tecnológica com políticas públicas voltadas para o bem-estar da comunidade, atração de talentos e desenvolvimento urbano com ênfase em variáveis sociais, éticas e ambientais, facilitando o compartilhamento

de conhecimento e inovação (Penco; Ivaldi; Ciacchi, 2021; Den Hartog, 2021). Na figura 32 abaixo, apresenta-se as 14 cidades criativas brasileiras e suas áreas de especialidade.

Figura 32 – Cidades Criativas Brasileiras com Selo da UNESCO



Fonte: UNESCO (2024)

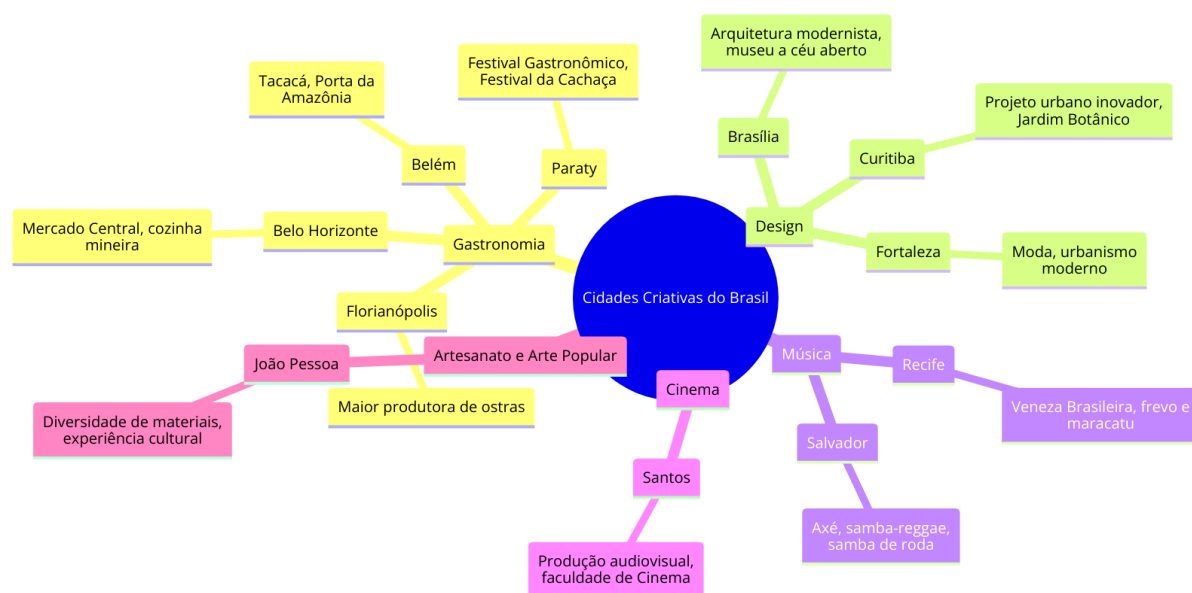
As Cidades Criativas Brasileiras reconhecidas pelo selo da UNESCO ganham um destaque mercadológico, devido ao importante reconhecimento internacional nas áreas criativas, sendo assim, o selo é uma das ações estratégicas da Rede de Cidades Criativas da UNESCO, estabelecida em 2004, que visa promover a cooperação entre cidades que identificam a criatividade como um fator estratégico para o desenvolvimento urbano sustentável. Em 2024, no mundo existem 330 cidades consideradas criativas, no Brasil são 14 cidades, ou seja 4,24% das cidades criativas do mundo estão no Brasil.

As cidades que fazem parte da rede, desenvolvem estratégias de desenvolvimento urbano atrativas ao turismo, impulsionando a economia local de maneira sustentável. Na área de Artes Midiáticas, a única representante brasileira é a cidade de Campina Grande que foi pioneira na criação de um curso de artes midiáticas e laboratório de jogos digitais, também tem atrações culturais como o

Museu Digital SESI, um espaço de artes midiáticas dedicado à história da cidade e o São João de Campina Grande (SEBRAE, 2024; UNESCO, 2024).

Na área de Artesanato e Arte popular, João Pessoa é a única cidade criativa brasileira reconhecida pela cerâmica, bordado e crochê, promove ativamente o desenvolvimento sustentável do setor de artesanato por meio de programas inovadores e iniciativas como o Salão de Artesanato da Paraíba e a Rota dos Ateliês e preserva as habilidades tradicionais de 5.000 famílias de artesãos locais (SEBRAE, 2024; UNESCO, 2024). Na figura 33 abaixo, apresenta-se as 14 cidades criativas brasileiras e suas áreas de especialidade.

Figura 33 – Cidades Criativas Brasileiras por especialidade



Fonte: Elaborado pelo autor (2024) por meio da ferramenta *Diagrams: Show Me*.

Na área de Cinema, Santos e Penedo são as representantes brasileiras (UNESCO, 2024). Santos concentra-se em iniciativas como o Festival de Curtas-Metragens de Santos e o projeto Cinema Comunitário, que visam democratizar o cinema e promover a inclusão social, o projeto Cine Escola para emprego juvenil, fomentando parcerias em pesquisa e inovação no Parque Tecnológico de Santos, promovendo intercâmbios através de eventos como o *Creative September*, apoiando a mobilidade estudantil através da Universidade Unimonte e realizando co-produções cinematográficas para fomentar conexões interdisciplinares e compartilhamento de conhecimento.

Penedo se destaca por sua rica diversidade cultural, tendo seu centro histórico reconhecido como patrimônio nacional desde 1996, atraindo turistas por sua arquitetura cinematográfica com destaque para as igrejas barrocas e o emblemático complexo Cine Penedo, também é palco de festivais internacionais de música, literatura e cinema.

Na área de *Design*, Curitiba, Brasília e Fortaleza são as representantes brasileiras. Curitiba se destaca por projetos como o Parque Tanguá, o Cine Passeio e o Rosto da Cidade, que incorpora *QR codes* em edifícios relevantes para contar a história arquitetônica. Além disso, empreendedores locais utilizam o *design* em uma variedade de produtos, desde joias inspiradas no pinhão até móveis inovadores, destacando a cidade como fonte de inspiração e referência em como o *design* pode transformar, inovar e facilitar com consciência ambiental.

Brasília é Patrimônio Cultural da Humanidade desde 1987, tem um PIB Criativo de US\$1,8 bilhão anual (3,7% do PIB local) e como principais eventos anuais, o Salão Brasil Criativo – *Design & Negócios*, *Capital Fashion Week*, Festival Senai Brasil, Bienal Brasileira de *Design* Gráfico e JAM *Nerd* Festival. E instituições de apoio criativo como laboratórios e incubadoras de *startups*, a Secretaria de Esporte, Turismo e Lazer e o Sebrae-DF e as iniciativas de apoio incluem a Lei Orgânica da Cultura, Plano de Cultura do Distrito Federal, Programa Cidade, Cidadão, Cidadania 2016-2019, Plano de Turismo Criativo. Tem 58 locais de *design* e projetos de colaboração internacional com Detroit (EUA) e Buenos Aires (Argentina).

Fortaleza abriga 914 empresas atuantes no campo do *design*, com cerca de 23% dos estabelecimentos de *design* no Nordeste e gera receita de US\$135 milhões, tendo como principais eventos: Ceará *Design Week*, Festival *OFF* Fortaleza, Mais *Design* Ceará.

Na área da Gastronomia, Florianópolis, Belém, Paraty e Belo Horizonte são as representantes brasileiras (SEBRAE, 2024; UNESCO, 2024). Florianópolis é conhecida como a ‘Capital Brasileira da Qualidade de Vida’, a ‘Melhor Cidade Brasileira para o Empreendedorismo’ e a ‘Capital Brasileira da Ostra’ e está implementando duas ações inovadoras: o Observatório da Gastronomia para

coletar, analisar e disponibilizar informações e conhecimentos do setor gastronômico e o Laboratório de Inovação Cultural que trabalhará em ações transversais combinando artesanato, *design* e gastronomia.

Belém é conhecida pela mistura de culinária nativa e influências coloniais europeias, com ingredientes da fauna e flora amazônicas como açaí, guaraná e pirarucu, tem como marco histórico o Mercado Ver-o-Peso e possui o Instituto de Tecnologia de Alimentos, laboratórios voltados à pesquisa de sistemas agroalimentares sustentáveis, o Museu da Alimentação, Casa das Ervas e Temperos e o restaurante *Farm-to-Table* em parceria com comunidades locais.

Paraty tem uma diversidade cultural refletida na gastronomia tradicional, como paçoca-de-banana e farofa-de-feijão, e na produção de cachaça da qual possui registro como Indicação Geográfica. E realiza Festivais como Folia Gastronômica e Cachaça, Cultura e Sabores para promoção da culinária local, além de ter iniciativas de sustentabilidade que incluem regulamentações ambientais, certificações de gastronomia sustentável e proteção do território.

Belo Horizonte tem um forte setor de gastronomia, representando 86% do PIB, e realiza diversos eventos dedicados aos trabalhadores do campo criativo como a Feira da Agricultura Familiar – AGRIMINAS; a Semana Internacional do Café, destacando a produção de café, a maior do estado. Programas governamentais oferecem cursos de capacitação em áreas como *sommelier*, habilidades de hospedagem e técnicas de culinária.

Na área da Literatura, o Rio de Janeiro é a única cidade brasileira desse segmento. O setor literário contribui significativamente para a economia do Rio de Janeiro, com a região metropolitana respondendo por 14% das vendas nacionais de livros, totalizando 7,95 milhões de unidades e gerando um faturamento de 66,2 milhões de dólares em 2022. A cidade abriga importantes editoras, como Grupo Gen, Globo, Record, Rocco e Sextante, além de numerosas livrarias e editoras associadas ao Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), que trabalha em sintonia com os objetivos da Prefeitura para tornar os livros mais acessíveis aos cidadãos brasileiros, enfatizando a diversidade e a sustentabilidade na preservação da bibliodiversidade (UNESCO, 2024).

Na área da Música, Recife e Salvador são as representantes brasileiras (SEBRAE, 2024; UNESCO, 2024). Salvador é conhecida pelos seus diversos gêneros musicais, incluindo o tropicalismo, axé, bossa nova e samba, além disso, a criação do trio elétrico. O Carnaval de Salvador gera mais de 248 milhões de dólares em transações financeiras, impulsionando a indústria musical local em escala internacional e criando oportunidades de emprego. Iniciativas como Incubadora Sonora, Museu da Música, Afródromo e Fórum Salvador Capital da Música.

Recife tem o Frevo, ritmo tradicional, reconhecido pela UNESCO como Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade, além disso, destaca-se o carnaval de rua que tem o Galo da Madrugada como maior grupo carnavalesco do mundo e eventos como o Abril Pro Rock e o Porto Musical que contribuem para a inovação musical.

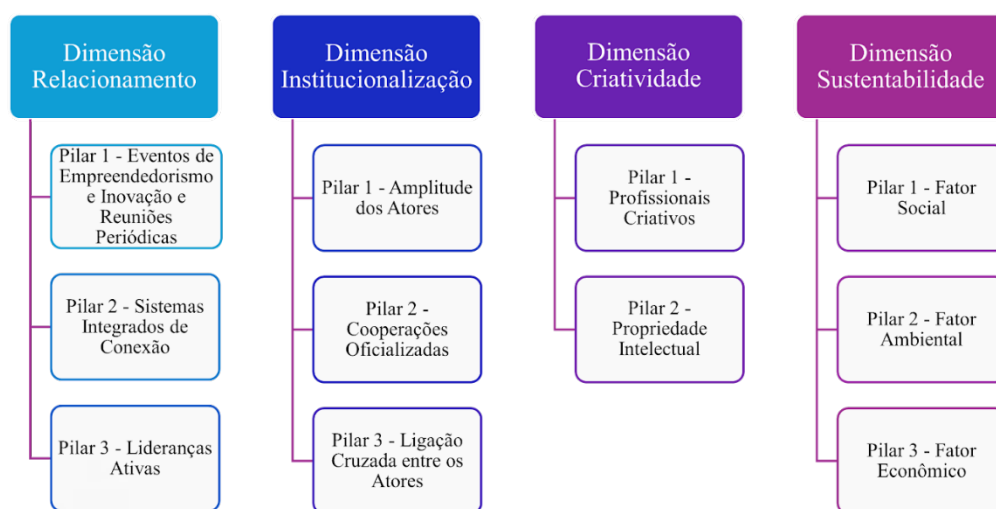
A partir dessa realidade encontrada, foi possível atingir o último objetivo específico da pesquisa, de apresentar o Modelo de Análise da Conexão entre os Atores de um Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação da Indústria Criativa e o desenvolvimento de um estudo de caso único envolvendo a análise da conexão entre os atores do ecossistema de empreendedorismo e de inovação da Economia Criativa na Região Geográfica Imediata de Estância em Sergipe, e mais especificamente no Polo Têxtil e Comercial da Moda do município de Itabaianinha em Sergipe, cidade considerada a “capital da moda de Sergipe”. O próximo tópico vai trazer os resultados.

Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação da indústria criativa em Sergipe

O estudo foi iniciado com o redimensionamento do Modelo de Análise da conexão entre os atores de um Ecossistema de Inovação proposto por Felizola (2021) e que estava associado a duas dimensões: Relacionamento e Institucionalização. O novo modelo incluiu os atores do Ecossistema de Empreendedorismo (revisão sistemática do conceito) e a adaptação para a realidade dos atores da Indústria Criativa (revisão dos mapeamentos realizados), além da propositura

de duas novas dimensões, a dimensão criatividade com os pilares: Profissionais Criativos e Propriedade Intelectual e a dimensão sustentabilidade com os pilares: Fator Social, Fator Ambiental e o Fator Econômico. A figura 34 abaixo apresenta o Modelo de Análise da Conexão entre os Atores de um Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação da Indústria Criativa.

Figura 34 - Modelo de Análise da Conexão entre os Atores de um Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação da Indústria Criativa



Fonte: Adaptada da tese de Felizola (2021)

Investigou-se o caso da moda no município de Itabaianinha em Sergipe de maneira isolada e única, para o melhor entendimento do fenômeno contemporâneo a partir de Yin (2014, 2017), configurando-se como uma pesquisa de caráter exploratório e quali quantitativo tendo como questão de pesquisa a identificação de quais os atores do ecossistema de empreendedorismo e inovação que estão envolvidos na cadeia da moda. Na sequência será apresentada as etapas da pesquisa.

O processo de pesquisa foi dividido em **6 etapas**. A **primeira etapa** foi de escolha do protocolo metodológico, sendo assim, decidiu-se seguir os passos de Aguirre Baztán (1995), Flick (2009) e Yin (2014, 2017) e da análise de conteúdo proposta por Bardin (2016). A **segunda etapa** foi a definição das fontes de evidências utilizadas na pesquisa, de acordo com Yin (2014, 2017) como fontes de evidências, foram utilizadas a documentação, registros em arquivos, entrevistas e

observações diretas. Nessa etapa foram desenvolvidas as seguintes ações: Mapeamento inicial dos atores do Ecossistema de Inovação e Empreendedorismo da Indústria Criativa da Cidade de Itabaianinha; Identificação dos objetivos organizacionais; Identificação das redes; Análise da conexão entre os atores e Identificação das lideranças.

Em seguida iniciou-se a **terceira etapa**, onde foi feita a triagem das fontes, a partir de literatura científica e técnica, artigos científicos (bases nacionais e internacionais) e textos disponíveis em bases científicas de análise *Web of Science*, *Scopus*, EBSCO, IEEE e Google Acadêmico. Além disso, foram agregados dados secundários oriundos de pesquisas realizadas por órgãos públicos oficiais nacionais, estaduais e municipais. A investigação documental foi direcionada na busca por dados das instituições que possuem transparência pública obrigatória, tais como o Banco Central do Brasil - BACEN, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA, Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro - FIRJAN, Ministério da Fazenda, Ministério do Trabalho e Emprego - MTE, Receita Federal do Brasil - RFB e SEBRAE Sergipe. E no contato com lideranças da área de empreendedorismo e inovação da cadeia da moda do município de Itabaianinha foi possível colher documentos de atas de reuniões, acordos e parcerias firmadas e o cruzamento dos objetivos organizacionais dos atores envolvidos.

Na **quarta etapa** aconteceu a análise do conteúdo com a utilização do software de pesquisa qualitativa *NVivo 12*, usando os preceitos da Análise de Conteúdo da Bardin (2016). Na **quinta etapa**, foi possível realizar a triangulação dos dados, a partir da reanálise do material colhido na segunda etapa. A **sexta etapa**, envolveu a construção do presente trabalho no formato exigido pela publicação.

Figura 35 – Etapas dos Procedimentos Metodológicos



Fonte: Organizado e sistematizado pelos autores (2024)

Após o trabalho de pesquisa que contou com seis fases, o próximo tópico dos resultados, será de confronto entre a realidade encontrada no município de Itabaianinha e a literatura científica envolvendo os ecossistemas de empreendedorismo e de inovação.

O município de Itabaianinha, de acordo com os dados da Enciclopédia dos Municípios Brasileiros (1959) foi elevado à condição de cidade em 1891, a partir do censo do IBGE (2022), a área do município era de 501,794 km², o que o coloca na posição de 13º maior município do estado de Sergipe.

O município de Itabaianinha se encontra na Região Sul do estado de Sergipe, ficando distante 118 Km da cidade de Aracaju, capital de Sergipe, fazendo divisa ao norte com os municípios de Boquim e Riachão do Dantas, ao leste com Umbaúba, Santa Luzia do Itanhy, Arauá e Pedrinhas, ao oeste com Tobias Barreto e ao sul com Cristinápolis e Tomar do Geru. Na figura 36 abaixo é possível observar o mapa da Divisão por Regiões do estado de Sergipe, construído pela gerência de Informações Geográficas e Cartográficas - GICEC/SUPES/SEPLAN (2008).

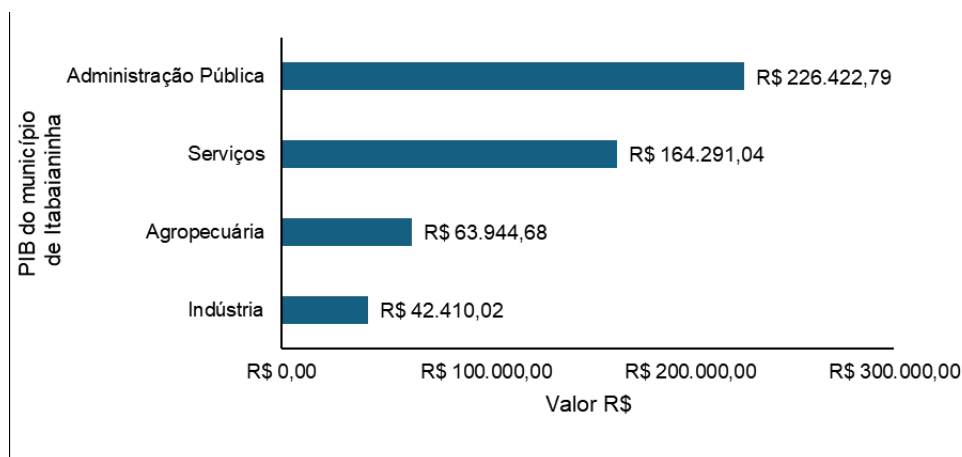
Figura 36 – Divisão por Regiões do Estado de Sergipe



Fonte: Gerência de Informações Geográficas e Cartográficas- GICEC/SUPES/SEPLAN (2008)

De acordo com dados do IBGE (2021), Itabaianinha é um município cuja economia está fortemente ligada ao setor têxtil, formando um polo de confecções relevante em Sergipe. O PIB a preços correntes do município é de R\$535.800.000, subtraindo-se os Impostos, líquidos de subsídios, sobre produtos de R\$38.728.013, é possível chegar no Valor adicionado bruto a preços correntes de R\$497.068.540, sendo que R\$226.422.790 (45,5%) do PIB, vem da Administração Pública (em suas ações de Administração, Defesa, Educação, Saúde Públicas e Seguridade Social), o setor de Serviços tem R\$164.291.040 (33,1%), a Agropecuária com o valor de R\$63.944.680 (12,9%), enquanto que a Indústria R\$42.410.020 (8,5%) Na **figura 37**, apresenta-se a divisão por setor do PIB de Itabaianinha.

Figura 37 – PIB do Município de Itabaianinha

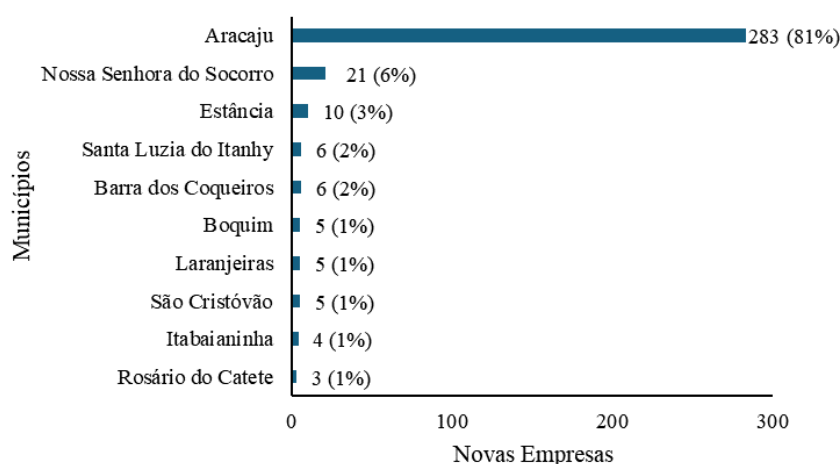


Fonte: IBGE (2021)

Na comparação estadual, Itabaianinha ficou na posição 59º entre os municípios do estado de Sergipe. Os dados do IBGE (2015), apontaram que o percentual de receitas externas era de 91,8%, o que o colocava na posição 42º entre os municípios de Sergipe. Segundo dados do IBGE entre 2006 a 2021, o crescimento do PIB municipal apresentou o 2º melhor desempenho do Sul Sergipano. Nos últimos dez anos, o crescimento nominal do nível de atividade da cidade foi de 130,3% e a taxa apresentada nos últimos 5 anos foi de 31,7%.

Segundo dados do Ministério da Economia, em janeiro de 2024 houve registro de 4 novas empresas em Itabaianinha, sendo que a maioria delas atua com estabelecimento fixo. No ano de 2023, foram registradas 52 novas empresas na cidade de Itabaianinha. Em Sergipe, 379 novas empresas foram registradas em Janeiro de 2024, valor que é superior ao desempenho do no mesmo mês do ano passado (2023). Na figura 38 abaixo, é possível observar as 10 cidades do Estado de Sergipe com maior frequência de novas empresas.

Figura 38 – Cidades com novas empresas em Jan/2024



Fonte: Ministério da Economia (2024)

De acordo com dados do Ministérios da Fazenda (2024) e Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) da RFB (2024), a cidade de Itabaianinha tem em 2024, 1.455 pessoas jurídicas, sendo que 15% dessas empresas estão relacionadas à indústria criativa da moda. Os empreendedores de Itabaianinha têm 120 empresas com Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE: 13 - Toda Divisão de Fabricação de Produtos Têxteis e 14 - Toda Divisão de Confeção de Artigos do Vestuário e Acessórios. Em relação ao CNAE 4781400 - Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios foram encontradas 100 empresas. Comparativamente, Sergipe tem 2.117 empresas de fabricação e confecção e 7.357 de varejo. Em relação ao CNAE: 4642701: Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios, exceto profissionais e de segurança, identificou-se apenas uma empresa em Itabaianinha, a OXINTTY SPORT FITNESS IND. E COM. DE CONFECÇOES LTDA, enquadrada como Empresa de Pequeno Porte (EPP).

Na tabela 4 abaixo, é possível observar a quantidade de empresas de Itabaianinha e CNAE Principal na área de Varejo, Fabricação de Produtos Têxteis e na Divisão de Confeção de Artigos do Vestuário e Acessórios.

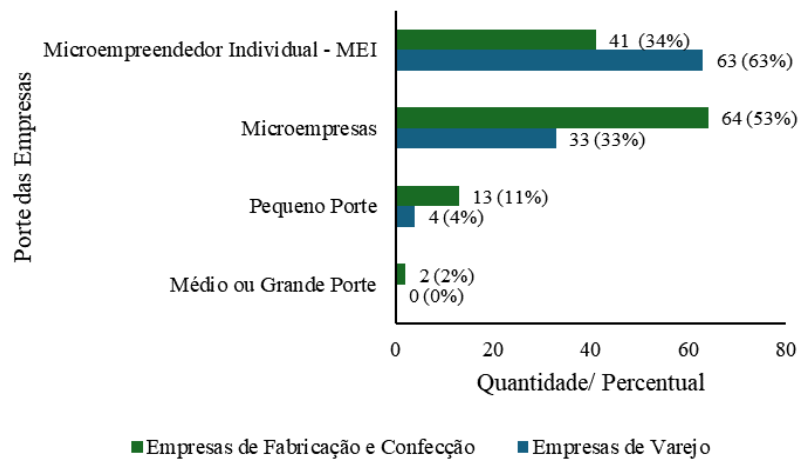
Tabela 4 – Empresas de Itabaianinha das Áreas de Varejo, de Fabricação de Produtos Têxteis e Confecção de Artigos do Vestuário e Acessórios em Fev/2024

Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE	Número de Empresas	Percentual (%)
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	100	45,5%
Confecção de peças do vestuário exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	63	28,6%
Facção de peças do vestuário exceto roupas íntimas	23	10,5%
Fabricação de artefatos têxteis para uso doméstico	9	4,1%
Confecção sob medida de peças do vestuário exceto roupas íntimas	9	4,1%
Confecção de roupas íntimas	6	2,7%
Fabricação de artigos do vestuário produzidos em malharias e tricotagens exceto meias	3	1,4%
Estamparia e texturização em fios tecidos artefatos têxteis e peças do vestuário	2	0,9%
Confecção sob medida de roupas profissionais	2	0,9%
Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente	1	0,5%
Facção de roupas profissionais	1	0,5%
Facção de roupas íntimas	1	0,5%
Total	220	100,0%

Fonte: Dados do Ministério da Fazenda (2024) e da RFB (2024)

Em relação ao porte das 120 empresas de Fabricação de Produtos Têxteis e Confecção de Artigos do Vestuário e Acessórios, observa-se que 2 (2%) são de Médio ou Grande Porte, 13 (11%) de Pequeno Porte, 41 (34%) são MEI e 64 (53%) são Microempresas conforme figura 32. Em relação ao Porte das 100 empresas de Varejo, 63% são MEI, 33% Microempresas, apenas 4% de Pequeno Porte e nenhuma empresa de Médio ou Grande Porte.

Figura 39 – Porte das Empresas da Área de Confeccção e de Varejo do Município de Itabaianinha/SE



Fonte: Dados do Ministério da Fazenda (2024) e da RFB (2024)

Na **tabela 5**, observa-se que a taxa de sobrevivência de negócios da área de confeccção é alta, visto que 58% das empresas têm mais de 5 anos de existência. E a taxa de sobrevivência da área de varejo é menor quando comparada com a área de confeccção, visto que, 55% das empresas têm 4 anos ou menos de existência. Em nossa análise, identificou-se que ao longo da sua história empreendedora, Itabaianinha inicialmente investiu na produção de confeccções para revenda e só depois começou a desenvolver suas marcas próprias.

Tabela 5 – Tempo de Existência dos Negócios na Área de Confeccção e Varejo de Itabaianinha/SE

Tempo de Existência	Número de Empresas na Área de Confeccção	Percentual (%)	Número de Empresas na Área de Varejo	Percentual (%)
Entre 20 e 30 anos de atividade	5	5%	5	5%
Entre 10 a 20 anos de atividade	35	32%	20	20%
Entre 5 a 10 anos de atividade	23	21%	20	20%
4 anos de atividade	12	11%	11	11%
3 anos de atividade	13	12%	13	13%
2 anos de atividade	16	15%	10	10%
1 ano de atividade	2	2%	21	21%
Abertas em 2024	2	2%	2	2%
Total	108	100%	102	100%

Fonte: Dados do Ministério da Fazenda (2024) e da RFB (2024)

Após a análise de dados secundários que auxiliaram no entendimento da realidade econômica nacional, regional, estadual e do Município de Itabaianinha, nas próximas páginas serão apresentados os resultados da análise da conexão entre os atores do ecossistema de empreendedorismo e inovação.

Dimensão Relacionamento

A dimensão de relacionamento está atrelada ao fortalecimento das redes entre os atores, do impulsionamento das operações e da integração da comunicação do ecossistema. A análise enfocou os pilares de Eventos de Empreendedorismo e Inovação e Reuniões Periódicas, Sistemas Integrados de Conexão e Lideranças Ativas. Ao avaliar a conexão da cadeia da moda do município de Itabaianinha, em relação ao **Pilar 1 - Eventos de Empreendedorismo e Inovação e Reuniões Periódicas**, o ponto de destaque é o “Moda Mix” que é considerado o maior evento de moda do estado de Sergipe e está em sua nona edição. A proposta do referido evento é conceitual e anual, e consegue atrair a cadeia da moda da região Centro Sul do estado de Sergipe, sendo organizado pela Associação da Confecção de Itabaianinha (ASK) que tem mais de 50 empresas da cadeia da moda e conta com o apoio do Sebrae e da Prefeitura do município. O polo da moda de Itabaianinha realiza eventos promocionais para cada mudança de estação, além disso, o SEBRAE desenvolve eventos, cursos e capacitações específicas para os empreendedores, essa prática do ecossistema segundo a lógica de Adner e Kapoor (2010) está associada a amplitude de vendedores, consumidores e outros atores interdependentes que vão além do ambiente de negócios tradicional e promovem o desenvolvimento da inovação considerando toda a complexidade da rede.

Em relação às reuniões periódicas, foi criado um Comitê Gestor de Confecção/Indústria têxtil do território Centro Sul Sergipano, que é coordenado pelo Banco do Nordeste - BNB e conta com a participação de vários atores do ecossistema, além disso acontecem mensalmente reuniões da Associação da Confecção de Itabaianinha - ASK e da Câmara de Dirigentes Lojistas - CDL, onde outros atores do ecossistema também são convidados. Ao se avaliar a estrutura do ecos-

sistema sob a ótica do primeiro pilar, é importante mencionar que a conexão envolve atores com representatividade nacional, regional e estadual e não apenas na esfera da cidade de Itabaianinha, noção que foi analisada por Audretsch *et al.* (2019) que destacam a importância de avaliar a geografia dos ecossistemas, principalmente devido aos limites físicos e a atuação dos atores líderes, sendo importante considerar os limites do impacto dos ecossistemas de inovação, que se devem principalmente à presença de atores que operam virtualmente no campo da inovação, mesmo fora da região, ou no caso específico do município de Itabaianinha.

Ao avaliar o **Pilar 2 - Sistemas Integrados de Conexão** que dão suporte à conexão da cadeia da moda do município de Itabaianinha, foi possível identificar que não existem plataformas criadas especificamente para os atores do ecossistema do município de Itabaianinha, e eles utilizam as principais plataformas internacionais, a principal ferramenta instantânea de comunicação é o WhatsApp. Os atores do ecossistema não utilizam ferramentas de gestão compartilhada e gerenciamento de documentos. Para Valkokari (2015) novas estratégias ecossistêmicas impulsionadas pelos desenvolvimentos nas tecnologias de informação e comunicação facilitam a comunicação entre diferentes regiões. A ausência de uma maior profissionalização, pode ser considerado um ponto fraco do ecossistema do município de Itabaianinha.

Em relação ao **Pilar 3 - Lideranças Ativas**, foi possível identificar organizações públicas, privadas e terceiro setor e pessoas físicas sem representatividade jurídica que assumem a responsabilidade de comandar os diversos atores de inovação. A prefeitura municipal atualmente conta com um Prefeito e um Secretário de desenvolvimento econômico que são empreendedores do ramo da moda, além disso, a principal associação comercial ligada a moda, tem um empreendedor de destaque na liderança e a CDL tem um empreendedor que atua no varejo e na área de tecnologia com experiência no lançamento de startups. Além disso, o SEBRAE assume o protagonismo com um escritório regional na região, além da importante participação de entidades como o Governo do Estado de Sergipe,

SENAC, SENAI e do Banco Itaú na formação de mão de obra qualificada para a área de moda na região e de outras entidades financeiras como o Banco do Estado de Sergipe - BANESE, BNB e Banco do Brasil como entidades importantes para o financiamento das operações. A análise da conexão em seu terceiro pilar, permitiu observar novamente a amplitude proposta por Audretsch *et al.* (2019) ao analisarem a capacidade dos atores em captar recursos, fornecer serviços e gerar insumos para outros intervenientes e mercados através da expansão das fronteiras geográficas.

Dimensão Institucionalização

Na dimensão institucionalização, a proposta é a de avaliação dos atores do ecossistema enquanto personalidades jurídicas que atuam em conjunto para o benefício do ecossistema, aqui foi observada a existência e as relações entre as Empresas Públicas, de Economia Mista, Associações, Institutos, Fundações, Organizações Não Governamentais, Empresas particulares em suas diversas configurações: Microempreendedores Individuais – MEIS, Microempresas - ME, Empresas de Pequeno Porte - EPP, Grandes Empresas, Sociedades Anônimas – S/A, Indústrias etc. A análise enfocou os pilares: a amplitude dos atores, as cooperações oficializadas e as ligações cruzadas entre os atores.

Em relação ao **Pilar 1 - Amplitude dos Atores**, foi possível identificar no estudo de caso, a presença de investidores anjos entre os próprios empreendedores da cadeia da moda de Itabaianinha, que aportam recursos em empresas relacionadas com o ecossistema, de banco convencionais que oferecem linhas de crédito para os atores do ecossistema, do governo do Estado de Sergipe que pretende lançar um Cinturão de Confeções com a criação de um Centro de Comercialização no Polo de Moda no município e da Prefeitura do Município, principalmente da Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo de Itabaianinha, de consultorias independentes e cadastradas no SEBRAE atendendo demandas específicas da região e de mentores experientes da área da confecção que auxiliam novos entrantes no mercado. Em relação às instituições de ensino, foi possível observar

a participação importante do Instituto Federal de Sergipe - IFS na região, bem como dos cursos de capacitação promovidos pelo SENAC, SENAI e SEBRAE. Em Valkokari (2015), os intervenientes que formam o ecossistema de inovação incluem decisores políticos de inovação, prestadores de serviços regionais e organizações generalistas ou especialistas que prestam serviços relacionados com a inovação e o financiamento da inovação.

Em relação às associações, destaca-se a atuação de associações comerciais específicas da área de moda, da CDL e do Sindilojas. Um importante traço do ecossistema foi a presença de Prestadores de Serviços de auxílio ao Ecossistema, tais como: Contadores, Publicitários, Designers Gráficos e Advogados especializados. Para Jacobides, Cennamo e Gawer (2018), um ecossistema de inovação consiste em muitos atores com níveis variados de compatibilidade que o sistema não pode controlar totalmente.

Em relação ao **Pilar 2 - Cooperações Oficializadas** e **Pilar 3 - Ligações Cruzadas entre atores**, verificou-se que o Comitê Gestor de Confecção/Indústria têxtil do território Centro Sul Sergipano, oficializou o compromisso com entidades como a Associação de Confecções de Itabaianinha, Banco do Nordeste - BNB, Câmara dos Dirigentes Lojistas - CDL de Itabaianinha, Instituto Federal de Sergipe - IFS, Prefeitura Municipal de Itabaianinha, SENAC, SENAI e SEBRAE dentre outras entidades. Nessa amplitude de atores, é possível observar como avaliou Valkokari (2015, 2017) que o ecossistema envolve a cocriação de inovação entre atores geograficamente próximos e com diversos graus de relacionamento e cooperação.

Dimensão Criatividade

Na dimensão criatividade, a proposta é a de avaliação dos pilares profissionais criativos e propriedade intelectual. O pilar 1 - Profissionais Criativos referem-se às atividades profissionais e/ou econômicas que utilizam as ideias como insumo principal para geração de valor, atividades relacionadas como registros de marcas e patentes, comércio varejista e materiais para publicidade e outros

profissionais de apoio, em setores como construção civil, telecomunicações e serviços educacionais (FIRJAN, 2016).

A seguir algumas das atividades profissionais dos segmentos da Indústria Criativa: 1) Consumo: Arquitetura, *Design*, Moda e Publicidade; 2) Cultura: Artes Cênicas; Expressões Culturais como artesanato e gastronomia; Música; e Patrimônio e Artes, tais como, serviços culturais, museologia, produção cultural e patrimônio histórico; 3) Mídias: Audiovisual e Editorial; e 4) Tecnologia: Biotecnologia; Pesquisa e Desenvolvimento - P&D como desenvolvimento experimental e pesquisa em geral, exceto biologia; Tecnologia da Informação e Comunicação - TIC, desenvolvimento de *software*, sistemas, consultoria em TI e robótica.

O Pilar 2 - Propriedade Intelectual refere-se a Lei nº 9.279/1996 especificamente aos itens do art. 2º: 1) concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade; 2) concessão de registro de desenho industrial; 3) - concessão de registro de marca; 4) repressão às falsas indicações geográficas; e 5) repressão à concorrência desleal (Brasil, 1996). Pretende-se identificar e analisar quais tipos de propriedade industrial são usados pela indústria criativa da moda de Itabaianinha/SE.

Em relação ao **Pilar 1 - Profissionais Criativos**, os empreendedores(a) citaram a ausência de mão de obra capacitada, mas essa dificuldade já está sendo sanada, com o próprio ensino público da região e com parceiros estratégicos tais como SENAI, SENAC, SEBRAE, SENAR, IFS, Banco Itaú etc. No Polo de Moda de Itabaianinha tem-se diversos profissionais criativos da Moda, tais como, costureiras, bordadeiras, estilistas de moda, maquiadores, modelistas, vitrinistas, gestores de produção e mecânicos. Além desses profissionais existem publicitários, *social media*, fotógrafos, jornalistas, *filmmakers*, modelos, *influencers*, blogueiros. Além disso, também interagem com o ecossistema, profissionais de outras áreas que estão se especializando na economia criativa, tais como fornecedores de matéria-prima, advogados e contadores. Stam e Van de Ven (2021) citaram os recursos humanos, como habilidades, conhecimentos e experiências dos indivíduos como um dos elementos que formam o ecossistema de empreendedorismo.

Em relação ao **Pilar 2 - Propriedade Intelectual**, os empreendedores(as), afirmam terem preocupação com o registro de marca, embora algumas empresas provavelmente tenham que mudar sua marca, pois o registro no Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI não foi liberado ainda, já sofreram notificações extrajudiciais por uso de nomes registrados ou usaram nomes genéricos que não podem ser registrados. Van Weele *et al.*, (2018) e Angrisani, Cannavacciuolo e Rippa (2023) citaram a importância do governo em criar condições favoráveis para proteção da propriedade intelectual e do papel do ecossistema de transferência de tecnologia na estimulação da inovação e do crescimento econômico.

Em relação à indicação geográfica, eles nunca buscaram se unir com outros empresários para tentar o processo no INPI. Os empresários também citaram que as marcas que realizam pirataria não são bem-vistas pelos atores da Cadeia da Moda de Itabaianinha/SE e a questão de cópia de modelos é percebida como um tipo de reconhecimento pelo trabalho bem realizado, o que pode explicar a falta de proteção das coleções por meio de registro de desenho industrial.

A pesquisa feita na base de marcas do INPI (2024) identificou registros de marcas em vigor de 11 empresas, sendo a Oxxinty, a empresa que mais tem registros (Line4D Fitness, Oxintty, Oxxinty Sport Fitness e Oxyline JeansWear) conforme figura 40.

Figura 40 – Marcas Registradas dos Negócios de Moda de Itabaianinha/SE



Fonte: Pesquisa INPI (2024)

Dimensão Sustentabilidade

Na dimensão sustentabilidade, a proposta é a de avaliar a importância das interações sociais e culturais na promoção da inovação e do crescimento econômico (Ancona *et al.*, 2023), a integração das preocupações socioambientais no desenvolvimento de modelos de negócios (Thompson, Purdy e Ventresca, 2018; Berger e Blanka, 2024) e a criação de valor econômico por meio do desenvolvimento de um ambiente propício ao empreendedorismo com investimentos em educação empreendedora, infraestrutura e políticas públicas de apoio (Autio *et al.*, 2018; Spigel e Harrison, 2018). A análise enfocou os pilares: fator social, ambiental e econômico.

Em relação ao **Pilar 1 - Fator Social**, o curso de Modelagem do Vestuário do Colégio Estadual Monsenhor Olímpio Campos é um exemplo da importância de investimentos em educação e formação criativa para nutrir o talento local e preparar a próxima geração de profissionais e empreendedores criativos da moda de Itabaianinha.

Outras iniciativas de formação de talentos são as capacitações na escola técnica do Polo da Moda e nas fábricas dos próprios empresários, o curso de Estilista de Moda disponibilizado gratuitamente pelo SENAC-SE e o Projeto Inova Moda Digital SENAI-SE, Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil do Rio de Janeiro CETIQT/SENAI-RJ, SEBRAE-SE, SENAC-SE, Governo do Estado e Prefeitura que apoia a educação por meio de consultorias, capacitações e adoção de tecnologias inovadoras, buscando-se atualizar às empresas, promover a sustentabilidade, desenvolver a mão de obra e aprimorar toda a cadeia produtiva. De acordo com Spigel e Harrison (2018) e Ancona *et al.* (2023), as redes formadas pelos empreendedores e outros atores do ecossistema de empreendedorismo enfatizam o aspecto social das atividades empreendedoras.

Os empreendedores, a ASK e a prefeitura de Itabaianinha buscam a obtenção do título oficial para Itabaianinha de capital da moda sergipana, de acordo com os entrevistados, além das tratativas com o governo do estado, devido ao projeto do Cinturão de confecções de Sergipe, a cidade pretende aumentar a

divulgação como “capital da moda” com uma estratégia de marketing de posicionamento da cidade no imaginário coletivo. Essas ações são importantes para fortalecer a identidade cultural da comunidade local, destacando a importância da indústria da moda nos valores coletivos e narrativas compartilhadas (Hannigan *et al.*, 2022) dos habitantes de Itabaianinha. De acordo com Stam e Van de Ven (2021) e Berger e Blanka (2024), os aspectos culturais são elementos importantes do ecossistema de empreendedorismo, promovendo a cultura empreendedora, crescimento socioeconômico inclusivo e resiliência da comunidade.

Em relação ao **Pilar 2 - Fator Ambiental**, há iniciativas focadas na sustentabilidade, especialmente na aquisição de insumos para a produção. Os empreendedores expressaram preocupações sobre a compra sustentável, dado que a matéria-prima frequentemente vem de fornecedores de outros estados do Brasil, resultando em visitas frequentes de representantes comerciais nas lojas do Polo da Moda. Para Thompson, Purdy e Ventresca (2018) e Berger e Blanka (2024), o ecossistema de empreendedorismo torna-se sustentável quando traz as preocupações socioambientais no cerne das atividades principais do negócio.

Embora os entrevistados observem que a sustentabilidade é uma tendência internacional da moda e algumas ações tenham aparecido ao longo das entrevistas, tais como, a preocupação de algumas lojas específicas em lançar linhas ecologicamente corretas e o tema Sustentabilidade já foi discutido no último Moda Mix de 2023, ainda falta divulgação das ações sustentáveis realizadas na compra de insumos, ou mesmo uma coleção que explore a moda sustentável.

Em relação ao **Pilar 3 - Fator Econômico**, os entrevistados consideram o ambiente propício para empreender, devido a experiência com confecção que é uma característica da cidade, além disso, eles consideram o município um “celeiro” de empreendedores desde a experiência surgida com a Grippon, que foi uma grande indústria instalada na região na década de 1990 e que acabou também motivando o surgimento de novos negócios que de acordo com Angrisani, Cannavacciuolo e Rippa (2023) é um dos objetivos do ecossistema de empreendedorismo. A experiência da Grippon como plataforma de inovação, de acordo com Jacobides, Cennamo e Gawer (2018) é amparada na lógica dos fluxos de

entrada e saída que cercam a formação de plataformas destinadas a aumentar o potencial inovador. Esta concepção de plataforma de inovação é comum na literatura científica do ecossistema de empreendedorismo e inovação e aponta para conglomerados empresariais formados a partir dos interesses de uma determinada organização.

Em relação a facilitação para a abertura de empresas e instrumentos legais para auxiliar os empreendedores, de acordo com a prefeitura, um dos objetivos da sala do empreendedor é facilitar a rapidez na abertura de empresas e têm contadores que constantemente repassam informações para os empreendedores, sobre os melhores caminhos contábeis e legais para a abertura de empresas. Além disso, os funcionários da prefeitura estão estudando medidas orçamentárias para aumentar o incentivo, tais como redução de taxas e impostos, mas necessitam de aparato jurídico para dar legitimidade e legalidade aos atos. Stam e Van de Ven (2021) destacaram o ambiente legal e regulatório das instituições formais. Esse trabalho realizado em Itabaianinha deve surtir um efeito positivo nos próximos anos, pois de acordo com Jacobides, Cennamo e Gawer (2018), novos ecossistemas emergem através das preferências e experiências de diferentes atores e não surgem automaticamente.

Em relação a possibilidade de exportar os produtos, os atores chaves descrevem que algumas empresas do polo vendem para todo o Brasil, na ótica dos entrevistados os resultados dos eventos como Moda Mix e o Aniversário do Polo, demonstram o potencial do Polo da Moda de Itabaianinha para a venda de produtos em outros estados do Brasil e mesmo internacionalmente, visto que uma das lojistas do Polo em uma premiação foi convidada para que seus produtos fizessem parte do portfólio de produtos do Grupo Chinês *Shein*.

Outro ponto lembrado pela prefeitura, foi a iniciativa de desenvolver o turismo de negócios para a região por meio diversificação das ofertas turísticas, incluindo o Polo da Moda e outros itinerários, fortalecendo a atividade comercial, atraindo investimentos para a região e criando empregos e oportunidades de negócios.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa, tinha o objetivo geral, de mapear e descrever o ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira e a conexão entre os atores de impacto socioambiental, e foi possível perceber que os programas e iniciativas de apoio ao empreendedorismo criativo e socioambiental no Brasil, aliada aos mapeamentos de *startups* e negócios de impacto, revela um panorama promissor e multifacetado. Essas iniciativas não apenas fomentam a criação de negócios com impacto positivo, mas também promovem a convergência entre os setores público, privado e acadêmico.

Ao abordar áreas-chave como educação, saúde, tecnologia verde e finanças, esses programas e mapeamentos demonstram um compromisso integral com ODS, promovendo uma abordagem holística para enfrentar desafios socioeconômicos e ambientais. A diversidade regional na distribuição das *startups* e negócios de impacto também evidencia a capacidade de adaptação e resposta às necessidades específicas de cada região do país. Portanto, ao fortalecer essas redes de apoio e investimento, o Brasil está construindo um ecossistema de empreendedorismo resiliente e orientado para o futuro, capaz de gerar benefícios tangíveis para a sociedade e o meio ambiente.

Foi possível observar que o debate sobre ecossistemas de inovação e indústria criativa vai além das fronteiras locais, destacando a importância de envolver tanto áreas urbanas quanto rurais, além da necessidade de redimensionar parâmetros relacionados com as localidades e regiões. A revisão sistemática, possibilitou observar a importância da construção de distritos e zonas de inovação, além de coletivos de criatividade, cidades criativas e cidades inteligentes, todos orientados por critérios de sustentabilidade. As indicações geográficas representam um valioso patrimônio intelectual, evidenciando a riqueza cultural, econômica e biológica das regiões brasileiras. Ao mesmo tempo, as cidades criativas emergem como pólos de inovação e desenvolvimento, onde a criatividade e a diversidade

cultural são celebradas e impulsionadas. A intersecção entre esses dois elementos ressalta o potencial sinérgico para o desenvolvimento social, econômico, ambiental e sustentável.

Ao promover e proteger produtos e tradições locais através das indicações geográficas, as comunidades criativas encontram uma base sólida para seu trabalho, enquanto as cidades criativas proporcionam o ambiente propício para a inovação e a expressão cultural florescerem. Essa conexão não apenas fortalece as economias locais, mas também preserva as tradições, promove a inclusão social e impulsiona práticas sustentáveis, contribuindo assim para um futuro mais próspero e equitativo para as gerações presentes e futuras.

Dado o crescente interesse no campo do empreendedorismo criativo, pesquisas futuras que envolvam os impactos da indústria criativa, podem se beneficiar de uma abordagem interdisciplinar que integre conhecimentos de negócios, comunicação, sociologia, economia e ciência da computação para analisar as redes de empreendedorismo e inovação com foco na indústria criativa. Em relação a academia, torna-se fundamental que ele acompanhe esse movimento empreendedor, com currículos inovadores e métodos de ensino podem cultivar habilidades críticas como resiliência, criatividade e capacidade de adaptação dos profissionais criativos, ao mesmo tempo outras pesquisas podem acompanhar a evolução dos ecossistemas de empreendedorismo e inovação em localidades específicas do Brasil, percebendo questões que influenciam o crescimento e a sustentabilidade desses ambientes.

REFERÊNCIAS

ADNER, R. Match your innovation strategy to your innovation ecosystem. **Harvard Business Review**, v. 84, n.4, p.98-107, 2006.

ADNER, R; KAPOOR, R. Value creation in innovation ecosystems: How the structure of technological interdependence affects firm performance in new technology generations. **Strategic Management Journal**, vol. 33, n. 3, p. 306–333, 2010.

AGUIRRE BAZTÁN, Á. **Etnografía: metodología cualitativa en la investigación sociocultural**. Barcelona: Editorial Boixareu Universitaria e Marcombo, 1995.

ANDRADE, Renato Fonseca de. Contexto do empreendedorismo no Brasil. In: GRANDO, Ney (org.). **Empreendedorismo inovador: como criar startups de tecnologia no Brasil**. São Paulo: Êvora, 2012. 557 p.

ANGROSINO, M. **Etnografia e Observação Participante**. Porto Alegre, RS: Artmed, 2009.

BAKER, Michael John (EE); Hart, Susan J (EE). **The marketing book**. 7ª ed. Abingdon, Oxon ; New York, NY : Routledge, 2015.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. 7.ed. São Paulo: Edições 70, 2016.

BEHLING, Gustavo et al. **Microempreendedor individual catarinense: uma análise descritiva do perfil dos empreendedores individuais em Santa Catarina**. NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia, v. 5, n. 1, p. 65-78, 2015.

BLYTHE, M. The work of art in the age of digital reproduction: the significance of the creative industries. **JADE**, v. 20, n. 2, p. 144-150, 2001.

BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. **Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais**. Em Tese, v. 2, n. 1, p. 68-80, 2005.

BORGES, Cândido; FILION, Louis Jacques; SIMARD, Germain. **Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas**. Revista de Administração Mackenzie, v. 9, n. 8, 2009.

CAGED – CADASTRO GERAL DE EMPREGADOS E DESEMPREGADOS. **Institucional**. 2023. Disponível em: <http://pdet.mte.gov.br/novo-caged>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2024.

CARAYANNIS, E; CAMPBELL, D. ‘Mode 3’ and ‘Quadruple Helix’: toward a 21st century fractal innovation ecosystem. **International Journal of Technology Management**. v. 46, nº. 3-4, p. 201-234, 2009.

CARAYANNIS, E; CAMPBELL, D. Triple Helix, Quadruple Helix and Quintuple Helix and how do knowledge, innovation and the environment relate to each other? a proposed framework for a trans-disciplinary analysis of sustainable development and social ecology. **International Journal of Social Ecology and Sustainable Development (IJSESD)**, v. 1, n. 1, p. 41-69, 2010.

CAVES, Richard E. Creative industries: Contracts between art and commerce. **Harvard university press**, 2000.

CHINEM, Rivaldo. **Marketing e divulgação da pequena empresa: como o pequeno e o microempresário podem chegar à mídia**. Senac, 2017.

CNPJ – CADASTRO NACIONAL DE PESSOAS JURÍDICAS. **Institucional**. 2023. Disponível em: <http://pdet.mte.gov.br/novo-caged>. Acesso em: 20 de janeiro de 2024.

CO.NNECT. **1º Relatório SEBRAE – Edital Catalisa: Atores do Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação de Sergipe**. Co.nnect: Aracaju, 2023a. ISBN: 978-65- 999794-1-5.

CO.NNECT. **2º Relatório SEBRAE – Edital Catalisa: Ações (Projetos, eventos, cursos e outros) do Ecossistema de Inovação, Propriedade Industrial e Empreendedorismo de Sergipe**. Co.nnect: Aracaju, 2023b. ISBN: 978-65-999794-2-2.

CORSEUIL, Carlos Henrique L.; NERI, Marcelo Côrtes; ULYSSEA, Gabriel (2014) : **Uma análise exploratória dos efeitos da política de formalização dos microempreendedores individuais**. Texto para Discussão, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), No. 1939, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Brasília.

ENDEAVOR. Índice de Cidades Empreendedoras - Brasil 2017. In: Relatório de pesquisa Endeavor Brasil – 2017/02. Disponível em: <https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/6588/1512651268AF-REAL-ICE-2017-web.pdf>. Acesso em: 22 de Fev. de 2021.

ENDEAVOR. **Empreendedores Brasileiros: perfis e percepções**. 2013. Disponível em: <https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F6588%2F1425322451Empreendedores+Brasileiros+2013.pdf>. Acesso em: 22 de Fev. de 2021.

ENCICLOPÉDIA dos municípios brasileiros. Rio de Janeiro: IBGE, 1959. v. 19. p. 323-324. Disponível em: http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv27295_19.pdf. Acesso em: 18 dez. 2023.

EISENSTEIN, Evelyn; ESTEFENON, Susana Graciela Bruno. **Geração digital: riscos e benefícios das novas tecnologias para crianças e adolescentes**. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2009.

IAN SISTI, M.; LEVIEN, R. Strategy as ecology. **Harvard Business Review**, v. 82, n. 3, p. 1-11, 2004.

FELIZOLA, M; ARAÚJO, N; NUNES, M. ; GOMES, V ; MACEDO, W. O nordeste conectado: um quadro do acesso às tecnologias digitais de comunicação pelos jovens. **REVISTA FRONTEIRAS (ONLINE)**, v. v. 19, p. 120-128, 2017.

FELIZOLA, M; GOMES, V; SANTOS, B; SANTOS, H . Consumo cultural e performance de gosto: Músicas ouvidas (e compartilhadas) em meios digitais por jovens do menor estado brasileiro. **Revista Teknokultura**, v. Vol 14, p. 305-322, 2017.

FELIZOLA, M; GOMES, V; SANTOS, B ; AGUIAR, L; MACEDO, W. Consumo cultural em tempos de convergência: uma análise dos jovens sergipanos. **Revista Fronteiras (Online)**, v. 18, p. 265-276, 2016.

FELIZOLA, M; GOMES, I; ALMEIDA, M. Innovation Ecosystem in Sergipe State: The Difficulties faced by Startups. **International Journal on Management of Innovation & Technology**, v. 1, p 13- 28, 2018.

GOMES, R; TEIXEIRA, C. As tipologias de habitats de inovação: uma análise da legislação vigente do sul do Brasil sob luz do novo marco legal de ciência, tecnologia e inovação. **Revista Eletrônica do Alto Vale do Itajaí**, v. 7, p. 10-19, 2018.

FLICK, Uwe. **Qualidade na pesquisa qualitativa: coleção pesquisa qualitativa**. Bookman editora, 2009.

FNEM –FÓRUM NACIONAL DE ENTIDADES METROPOLITANAS. **Região Metropolitana de Aracaju**. 2024. Disponível em: <https://fnembrasil.org/regiao-metropolitana-de-aracaju-se/>. Acesso em: 14 de abril 2024

GARCÍA AVILÉS, José Alberto; CARVAJAL, Miguel. **Integrated and cross-media newsroom convergence: Two models of multimedia news production – The cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain**. In.: Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. Londres: Sage, v. 14, n. 2, p. 221-39, 2008.

GICEC - Gerência de Informações Geográficas e Cartográficas. **Mapa Divisão por Regiões do Estado de Sergipe**. Aracaju: SUPES/SEPLAN, 2008.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Documentação do Censo 2000**. Rio de Janeiro: IBGE, 2002.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Brasileiro de 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Dados dos Municípios**. Rio de Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/perfil-dos-municipios.html>. Acesso em: 14 de abril de 2024.

IBGE, Coordenação de Geografia. **Divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias**. - Rio de Janeiro : IBGE, 2017.

IBGE. **Censo Demográfico 2010- Panorama Amparo de São Francisco**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/se/amparo-de-sao-francisco/panorama>>. Acesso em 30 de jun. de 2017.

IBGE CIDADES. s.d. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/canhoba/historico>. Acesso em: 09 de set. de 2018.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Percentual de receitas**. Rio de Janeiro: IBGE, 2015. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Total de receitas**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Regiões das Influências de Cidade**. Rio de Janeiro: IBGE, 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/geociencias/cartas-e-mapas/redes-geograficas/15798-regioes-de-influencia-das-cidades.html>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Dados dos Municípios**. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/perfil-dos-municipios.html>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Documentação do Censo 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Dados dos Municípios**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/perfil-dos-municipios.html>. Acesso em: 30 de novembro de 2023.

INPI - INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Busca de marcas**. 2024. Disponível em: https://busca.inpi.gov.br/pePI/jsp/marcas/Pesquisa_classe_basica.jsp. Acesso em: 27 de fevereiro de 2024.

ISENBERG, D. What an Entrepreneurship Ecosystem actually is. **Harvard Business Review**, 5, p. 1–7. 324, 2014.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H; FORD, S; GREEN, J. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.

KOTLER, Philip. **Marketing 3.0 – as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. Tradução Ana Beatriz Rodrigues. – Rio de Janeiro : Elsevier, 2012.

LIMA FILHO, Dario de Oliveira; SPROESSER, Renato Luiz; MARTINS, Éber Luis Capistrano. **Empreendedorismo e Jovens Empreendedores**. Revista de Ciências da Administração, Florianópolis, p. 246-277, dez. 2009. ISSN 2175-8077. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2009v11n24p246/12623>>. Acesso em: 11 set. 2018. DOI: :<https://doi.org/10.5007/2175-8077.2009v11n24p246>.

MACHADO, HILKA PELIZZA VIER; GIMENEZ, Fernando Antônio Prado. **Empreendedorismo e diversidade: uma abordagem demográfica de casos brasileiros**. Encontro De Estudos Sobre Empreendedorismo e Gestão De Pequenas Empresas, v. 1, 2000.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Institucional**. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br>. Acesso em: 15 de abril de 2024.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. **Institucional**. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/fazenda/pt-br>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2024.

MTE - MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **Institucional**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br>. Acesso em: 20 de dezembro de 2023.

MOORE, J. Predators and Prey: A New Ecology of Competition. **Harvard Business Review**. 71, n. 2, May-June, p. 75-86, 1993.

MOORE, J. The death of competition: leadership and strategy in the age of business ecosystems. **New York: Harper Business**. 1996.

OBSERVATÓRIO DE SERGIPE. **Enciclopédia dos municípios sergipanos**. 2014. Disponível em: http://observatorio.se.gov.br/images/enciclopedia_municipios/enciclope.rar. Acesso em: 09 de set. de 2018.

PORTAL DO EMPREENDEDOR - MEI. **Estatísticas**. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>. Acesso em: 11 de set. de 2023. RAIS – RELAÇÃO ANUAL DAS INFORMAÇÕES SOCIAIS. **Institucional**. 2023. Disponível em: <http://pdet.mte.gov.br/rais>. Acesso em: 20 de dezembro de 2023.

RFB – RECEITA FEDERAL DO BRASIL. **Institucional**. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br>. Acesso em: 15 de abril de 2024.

SEBRAE/SE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESA DE SERGIPE. **Data SEBRAE/SE**. 2024. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/se/>. Acesso em: 16 de abril de 2024.

SEGG – SECRETARIA DE ESTADO GERAL DO GOVERNO DE SERGIPE. **Institucional**. 2017. Disponível em: <https://observatorio.se.gov.br/>. Acesso em: 20 de dezembro de 2023.

TEECE, D. Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance Strategic. **Management journal**, v.28, n.13, p.1319-1350, 2007.

TEECE, D. Business models, business strategy, and innovation. **Long Range Planning**, v.43, n.3, p.172-194, 2010.

YIN, R. **Case Study Research Design and Methods** (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. p. 282, 2014.

YIN, R. **Case Study research and applications: Design and methods**. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. p. 352, 2017.

O ECOSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO DE INOVAÇÃO DA INDÚSTRIA CRIATIVA BRASILEIRA-

A CONEXÃO ENTRE OS ATORES DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL

www.terried.com
contato@terried.com
(55) 99656-1914

