

# MAPEAMENTO DO ECOSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO DA INDÚSTRIA CRIATIVA BRASILEIRA DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL

MAPPING THE ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION ECOSYSTEM OF THE BRAZILIAN CREATIVE INDUSTRY WITH SOCIAL AND ENVIRONMENTAL IMPACT

## **Matheus Pereira Mattos Felizola**

Doutor em Ciência da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe – UFS (Sergipe/Brasil). Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN (Rio Grande do Norte/Brasil). Professor Associado IV do curso de Publicidade e do Mestrado Profissional em Ciência da Informação -PPGCI da Universidade Federal de Sergipe – UFS (Sergipe/Brasil). E-mail: matheusfelizola@academico.ufs.br

## **Jane Aparecida Marques**

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (São Paulo/Brasil) Professora Livre Docente na área de Comunicação e Marketing, coordenadora do curso de Pós-Graduação Interunidades em Estética e História da Arte (São Paulo/Brasil). E-mail: janemarq@usp.br

## **Amanda Luiza Soares Silva**

Doutora em Ciência da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe – UFS (Sergipe/Brasil). Bolsista em Gestão de Transferência de Tecnologia da Agência de Inovação e Transferência de Tecnologia da Universidade Federal de Sergipe – AGITTE.SE/UFS (Sergipe/Brasil). E-mail: amandalsoaressilva@gmail.com

Recebido em: 15 de maio de 2024

Aprovado em: 14 de julho de 2024

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

RGD | v. 21 | n. 2 | p. 217-247 | jul./dez. 2024

DOI: <https://doi.org/10.25112/rgd.v21i2.3793>

## RESUMO

O artigo científico *Mapeamento do Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação da Indústria Criativa Brasileira de Impacto Socioambiental* oferece uma análise da dinâmica entre empreendedorismo, inovação e desenvolvimento sustentável na indústria criativa brasileira. A pesquisa investiga como a indústria criativa brasileira, impulsionada por iniciativas de inovação e empreendedorismo, pode promover mudanças socioambientais significativas. Desta forma, foram coletados dados e estatísticas de instituições como ANPROTEC, BNDES, FIEC, FIRJAN, IBGE, INPI, MDIC, Pipe.Labo, Programa ICE, SEBRAE e UNESCO. Os ecossistemas de empreendedorismo são descritos como redes complexas que incluem atores chave, como investidores, academias, e políticas institucionais que facilitam a geração de valor e inovação. Os principais resultados são: a maior parte dos profissionais criativos estão na área de Publicidade e Marketing e Tecnologia da Informação e Comunicação - TIC; as *startups* e negócios criativos de impacto socioambiental tem foco 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; e as indicações geográficas e cidades criativas estão em segmentos como Artesanato, Design, Gastronomia, Moda, Música e TIC.

**Palavras-chave:** Ecossistema de Empreendedorismo. Ecossistema de Inovação. Indústria Criativa.

## ABSTRACT

The scientific article 'Mapping the Entrepreneurship and Innovation Ecosystem of the Brazilian Creative Industry with Social and Environmental Impact' offers an analysis of the dynamics between entrepreneurship, innovation and sustainable development in the Brazilian creative industry. The research investigates how the Brazilian creative industry, driven by innovation and entrepreneurship initiatives, can promote significant socio-environmental changes. Data and statistics were collected from institutions such as ANPROTEC, BNDES, FIEC, FIRJAN, IBGE, INPI, MDIC, Pipe.Labo, Programa ICE, SEBRAE and UNESCO. Entrepreneurship ecosystems are described as complex networks that include key actors such as investors, academia, and institutional policies that facilitate the creation of value and innovation. The main results are: the majority of creative professionals are in the area of Advertising e Marketing and Information and Communication Technology - ICT; startups and creative businesses with social and environmental impact focus on SDG 8 – decent work and economic growth, SDG 12 – sustainable consumption and production, SDG 10 – reducing inequalities and SDG 11 – sustainable cities and communities; and geographical indications and creative cities are in segments such as Crafts, Design, Gastronomy, Fashion, Music and ICT.

**Keywords:** Entrepreneurship Ecosystem. Innovation Ecosystem. Creative Industry.

## 1 INTRODUÇÃO

O futuro da pesquisa no campo do ecossistema de empreendedorismo parece estar focado em compreender melhor a dinâmica das redes, o papel da educação empreendedora, a evolução temporal dos ecossistemas e como as economias emergentes lidam com lacunas institucionais e escassez de recursos, também é necessário explorar mais profundamente o papel das tecnologias digitais, como elas podem afetar a deslocalização dos ecossistemas e como a cultura empreendedora é moldada por essas dinâmicas (Cho; Ryan; Buciuni, 2022).

Sobre a evolução ou involução dos ecossistemas criativos, é essencial entender como esses sistemas se adaptam e transformam ao longo do tempo, especialmente em economias de países periféricos que enfrentam rápidas mudanças políticas, sociais e econômicas. O estudo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2020) de Economia Criativa do Nordeste mapeou 515 negócios e encontrou resultados, tais como: os eixos temáticos com mais negócios são cultura e consumo, respectivamente, 63% e 47%, sendo que esses negócios estão classificados em mais de um eixo; 71% desses negócios também atuam na periferia; 62% tem como modelo de negócio o *Business to Consumer* (B2C); 61% tem faturamento até R\$100 mil; 38% dos fundadores possuem pós-graduação, mestrado, doutorado ou pós-doutorado; só 10% já foram incubados ou acelerados enquanto que 62% estão buscando esses mecanismos de apoio.

De acordo com dados do Mapeamento da Indústria Criativa da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN, 2022), em 2020, o Produto Interno Bruto (PIB) criativo foi de R\$217,4 bilhões e 935 mil profissionais criativos estavam empregados formalmente. Conforme o estudo, Consumo e Tecnologia representam mais de 85% dos vínculos empregatícios, visto que, a economia está cada vez mais digital e as inovações tecnológicas são importantes para a eficiência das empresas, destacando-se o potencial de crescimento da indústria 4.0. Em relação ao segmento Consumo, só a área de moda teve queda. E os segmentos de Mídia e Cultura foram os mais afetados durante a pandemia, enfrentando, desafios como novas legislações e a evolução da tecnologia nas mudanças de criação, disseminação e consumo de conteúdo nesses setores.

Sendo assim, o trabalho teve como objetivo traçar um mapeamento do ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa brasileira de impacto socioambiental.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 ECOSSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

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.

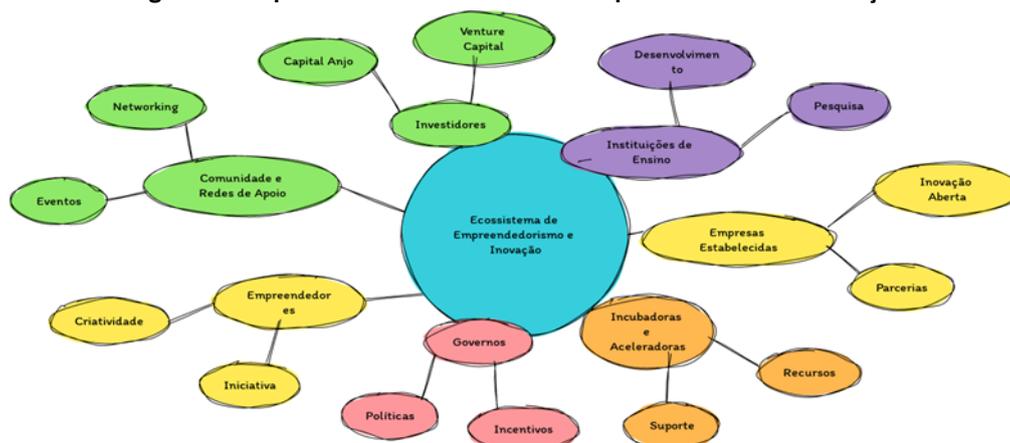
Para Santos (2022), a análise do ecossistema de empreendedorismo prioriza o papel do empreendedor individual e das *startups* na criação de valor e inovação, sendo caracterizado por uma cultura empreendedora que incentiva a experimentação, a resolução de problemas e a busca por oportunidades de negócios; 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 1, apresenta-se o ecossistema de empreendedorismo e inovação.

**Figura 1 – Mapa mental do Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação**



**Fonte: Elaborado pelos autores (2024) por meio da ferramenta Diagrams: Show Me.**

A partir da figura 1, é possível observar que o ecossistema de empreendedorismo e inovação é composto por diversos atores-chave fundamentais para o desenvolvimento de novos negócios criativos. Empreendedores, sejam profissionais criativos ou coletivos criativos, impulsionam novas ideias e modelos de negócios, buscando inovações e soluções disruptivas. Investidores, como anjos e fundos de *venture capital*, fornecem o capital necessário para *startups* criativas escalarem suas operações e entrarem no mercado. Incubadoras e aceleradoras oferecem suporte por meio de recursos, mentorias e redes de contato. Instituições de ensino, como universidades e escolas técnicas, contribuem com pesquisa e desenvolvimento (P&D), fornecendo conhecimento técnico e inovações comercializáveis.

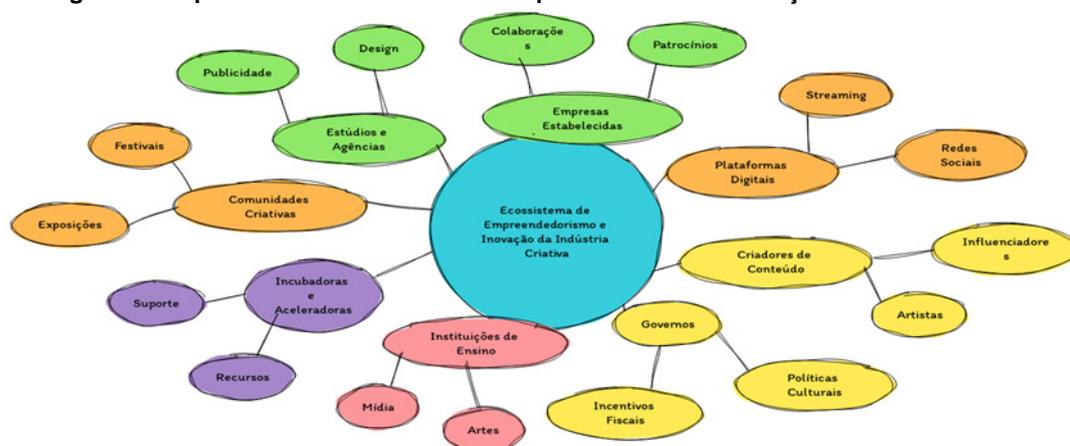
## 2.2 ECOSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO NA INDÚSTRIA CRIATIVA

A economia criativa aumenta o valor agregado dos sistemas econômicos, investimento financiamentos ou subsídios nas indústrias criativas e suas regiões, não só impulsionando a economia, mas também promovendo a diversidade cultural e social, aumentando a confiança dos empreendedores criativos e inovadores e contribuindo para o desenvolvimento sustentável de uma localidade, proporcionando melhorias na qualidade de vida e bem-estar da sociedade (Azevedo *et al.*, 2020; Khrushch *et al.*, 2022; Batabyal; Nijkamp, 2022, p.4; Gasimova *et al.*, 2022; Khlystova; Kalyuzhnova; Belitski, 2022; Nóbrega Barbosa; Emmendoerfer, 2022).

Cockshut, Brown e Hardey (2020) e Gawel (2021) analisa que as universidades são fundamentais para o desenvolvimento de negócios criativos e sustentáveis, especialmente dentro do modelo de ecossistema de empreendedorismo de base universitária, visto que, promovem o pensamento empreendedor e geram *spin-offs* universitárias que transferem conhecimento e tecnologia por meio de parcerias com outros atores do ecossistema criativo.

Os distritos de inovação criativos muitas vezes são criados para impulsionar a economia local, atrair *startups* e *spin-offs*, gerar empregos na economia do conhecimento e da criatividade e promover o desenvolvimento econômico criativo (Davidson *et al.*, 2023). Para Barros Luna *et al.* (2023), a inovação é o motor do desenvolvimento tecnológico e uma fonte de vantagem competitiva para as organizações, desencadeada por novos produtos, processos e serviços, e pode estar atrelada à sustentabilidade ambiental, abordando problemas como a poluição e o descarte inadequado de resíduos. A partir da literatura científica investigada, foi possível construir a figura 2, que representa o ecossistema de empreendedorismo e inovação da indústria criativa na ótica dos autores supracitados.

**Figura 2 – Mapa mental do Ecossistema de Empreendedorismo e Inovação da Indústria Criativa**



**Fonte: Elaborado pelos autores (2024) por meio da ferramenta Diagrams: Show Me.**

A conexão entre os diversos atores do ecossistema de inovação e empreendedorismo com a indústria criativa, perpassa pelos profissionais criativos envolvidos com diversas áreas da indústria criativa que tem sido cada vez mais mediada por plataformas digitais de *streaming* e redes sociais, que facilitam uma ampla disseminação de trabalhos criativos. Estúdios e agências desempenham um papel crucial neste ecossistema, fornecendo serviços essenciais de *design* e publicidade que ajudam a definir a visibilidade e o alcance de tais conteúdos. Essas dinâmicas são ainda mais potencializadas por incubadoras e aceleradoras, que oferecem suporte e recursos necessários para que novas ideias criativas se desenvolvam e atinjam

mercados competitivos. Instituições de ensino, especialmente aquelas focadas em artes e mídia, são fundamentais para fornecer a base teórica e técnica que sustenta essa cadeia produtiva.

### 3 METODOLOGIA

A presente pesquisa, envolveu **sete fases**, na **primeira fase**, definiu-se os objetivos da pesquisa, para identificar as principais cidades, organizações, setores e profissionais envolvidos com o ecossistema de empreendedorismo e inovação de impacto socioambiental dentro da indústria criativa brasileira. A **segunda fase**, envolveu a definição da revisão bibliográfica, envolvendo artigos acadêmicos atuais, relatórios de organizações governamentais e não governamentais, planejamento e editais de políticas públicas, e estudos de caso relevantes. A **terceira fase** envolveu a coleta de dados secundários, onde buscou-se identificar e coletar dados secundários disponíveis publicamente e relevantes para o ecossistema de empreendedorismo e inovação na indústria criativa, com um enfoque particular nos impactos socioambientais.

Desta forma, foram coletados e analisados artigos da base de dados da *Web of Science*, dados e estatísticas de instituições como Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores - ANPROTEC, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES, Federação das Indústrias do Estado do Ceará - FIEC, Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro - FIRJAN, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI, Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços - MDIC, Pipe.Labo, Instituto Cidadania Empresarial - ICE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE e *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* - UNESCO.

A **quarta fase** envolveu a análise de conteúdo dos dados, a partir do protocolo de Bardin (2016) e com a utilização do *software* Nvivo 12. Na **quinta fase** já com os dados analisados, foi possível desenvolver a triangulação de dados envolvendo o confronto entre as diversas fontes. Na **sexta fase**, foi possível construir a síntese dos resultados, que envolveu a perspectiva textual e a construção de tabelas, gráficos, diagramas e figuras que facilitassem a análise. Na **sétima fase**, foi possível construir um relatório pós-doutoral e preparar os dados para a apresentação deste artigo científico. A partir dos passos da metodologia da pesquisa, foi possível construir a figura 3 que resume em formato de diagrama.

**Figura 3 – Fases da Pesquisa**



**Fonte: Organizado e sistematizado pelos autores (2024)**

## 4 ANÁLISE DE RESULTADOS

As quatro dimensões da presente pesquisa são:

1) Profissionais criativos, esses indivíduos são a base da indústria criativa, gerando novas ideias e produtos culturais, enfrentando desafios como instabilidade financeira, reconhecimento e valorização do trabalho, e necessidade constante de inovação. Nessa dimensão, aborda-se a questão da quantidade de profissionais criativos no Brasil e as diferenças de remuneração desses profissionais nas regiões brasileiras. De acordo com Santarem e Begnis (2021), em relação à dimensão econômica da sustentabilidade, é crucial preservar a lucratividade e superar diferenças regionais;

2) Indústria criativa e impacto socioambiental, setor econômico composto por atividades que têm a criatividade como elemento central. Exemplos incluem cinema, moda, publicidade, *software*, entretenimento etc. As indústrias criativas podem ter tanto impactos positivos quanto negativos no meio ambiente e na sociedade. Exemplos positivos incluem a promoção da diversidade cultural, o incentivo à sustentabilidade através do *design* ecológico e a adoção de eco-inovação para cocriação de soluções inovadoras sustentáveis é influenciada por fatores como pressões regulatórias, apoio governamental, capacidade ambiental e preocupação gerencial (Bossle *et al.*, 2020; Severo; Dorion; Guimarães, 2020; Passos; Borges, 2021). Os desafios incluem a gestão de resíduos, o uso de recursos naturais, e a necessidade de práticas sustentáveis (Ferraz, 2021; Matos; Massano Cardoso, 2024). Nessa dimensão aborda-se as *startups* e negócios de impactos que além do aspecto socioambiental utilizam tecnologias diversas que é uma das áreas criativas da FIRJAN (2022). De acordo com Bernardi Zorzo *et al.* (2022), a tecnologia é essencial para alcançar os objetivos da Agenda 2030, ao facilitar o acesso global à ciência e capacitar pessoas para promover a sustentabilidade;

3) Indicações geográficas, nessa dimensão a ideia foi trazer uma relação entre os produtos/serviços que são indicações geográficas registradas no INPI com os segmentos de Cidades Criativas e áreas criativas da FIRJAN (2022). Essas indicações geográficas são importantes porque protegem o patrimônio

cultural e intelectual, promovem a qualidade e autenticidade dos produtos, e incentivam o turismo e a economia local;

4) Cidades criativas, nessa dimensão listou-se as cidades criativas brasileiras. As cidades que investem na criatividade como motor de desenvolvimento econômico, social e cultural são importantes porque atraem talento, turistas e investimentos, promovendo um ambiente vibrante e inovador. Além de enfrentar questões como a gentrificação, a desigualdade social, e a necessidade de infraestrutura adequada para suportar o crescimento criativo.

#### 4.1 PROFISSIONAIS CRIATIVOS

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; 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.

A Firjan (2022) divide o Mapeamento da Indústria Criativa em quatro áreas criativas - Tecnologia (Biotecnologia, Pesquisa e Desenvolvimento e Tecnologia da Informação e Comunicação), Consumo (Publicidade e Marketing, Design, Arquitetura e Moda), Mídia (Editorial e Audiovisual) e Cultura (Expressões Culturais, Artes Cênicas, Música, Patrimônio e Artes) e considera os dados do mercado de trabalho formal. Além disso, tem-se atividades relacionadas às indústrias, serviços e apoio, tais como, propriedade intelectual, construção civil, indústria e varejo de insumos, ferramentas e maquinário. Na tabela 1, apresenta-se dados quantitativos sobre profissionais criativos no Brasil, divididos por região.

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

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 e 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 Ministério da Cultura (MinC, 2024) está em processo de elaboração da Política Nacional de Economia Criativa (PNEC), com lançamento previsto para o segundo semestre de 2024. A iniciativa, destacada na 4ª Conferência Nacional de Cultura, visa estabelecer diretrizes estratégicas para o setor criativo no Brasil, promovendo uma abordagem intersetorial e participativa. A política busca enfrentar desafios como a produção de dados confiáveis, a educação para competências criativas e a ampliação do fomento e investimento, enquanto promove princípios como inovação, sustentabilidade e inclusão produtiva. A coleta de contribuições da sociedade civil, por meio de debates e um formulário eletrônico, está em andamento até 18 de março. A PNEC será discutida em

reuniões e encontros interministeriais até agosto, com diretrizes sendo apresentadas no encontro do G20 em Porto Alegre, e uma publicação normativa esperada para o final do ano.

O segmento de Publicidade e 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 culturalmente 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 e 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 e 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 e 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 e 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)

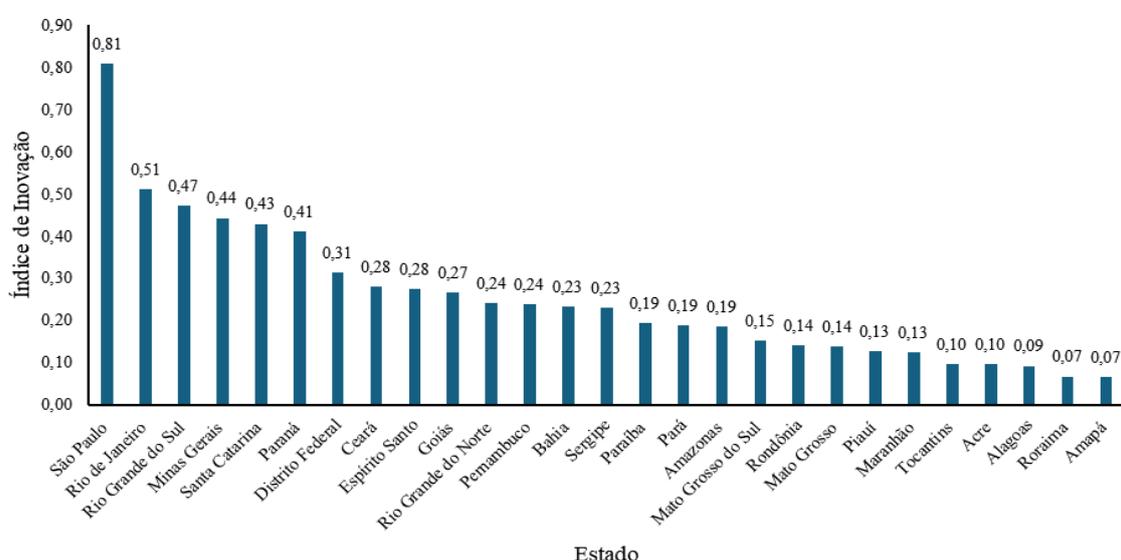
A estreita interligação entre criatividade, economia e desenvolvimento locais aumentou a popularidade da ideia de cultura e *clusters* criativos entre acadêmicos e responsáveis pela formulação de políticas públicas (Burlina; Casadei; Crociata, 2023; Hnatenko *et al.*, 2020). A região Sudeste, frequentemente 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 e 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.

## 4.2 INDÚSTRIA CRIATIVA E IMPACTO SOCIOAMBIENTAL

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 4, apresenta-se o índice de inovação.

**Figura 4 – 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 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).

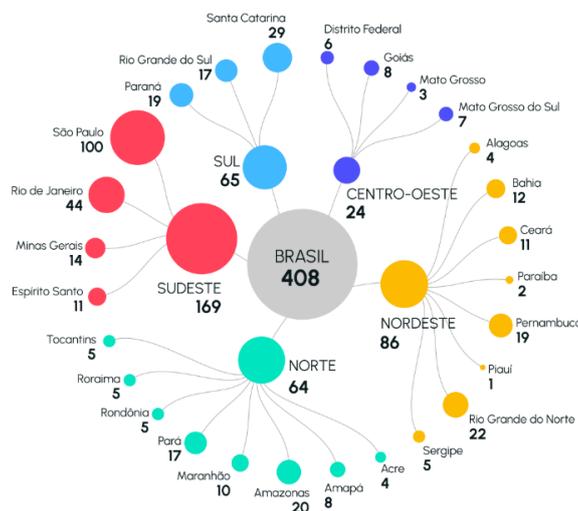
**Tabela 3 – CNAE Principal dos Negócios Criativos**

<b>Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE</b>	<b>Número de Empresas</b>	<b>Percentual (%)</b>
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%
<b>Total</b>	<b>682.763</b>	<b>100%</b>

**Fonte: Dados do Ministério da Fazenda (2024) e da RFB (2024). \*Legenda: 10 classificações com maior número de empresas até fevereiro de 2024.**

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 5, apresenta-se a quantidade de *startups* de impacto por região e estado do Brasil.

**Figura 5 – 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*).

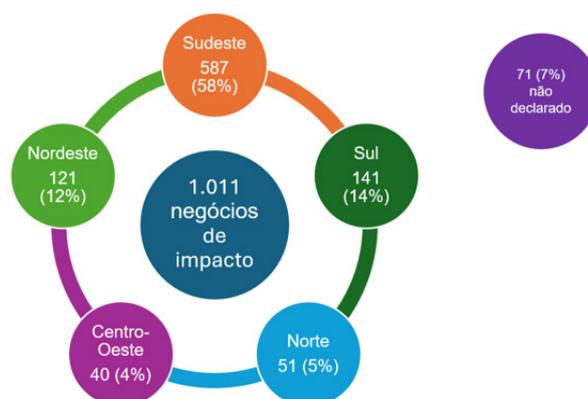
A partir dos dados do relatório de impacto do SEBRAE *Startups* (2024), observa-se que a distribuição das *startups* de impacto não é uniforme, com concentrações variadas em diferentes regiões do país: o Sudeste, tem o maior número de *startups* de impacto, com destaque para São Paulo e Minas Gerais 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 problemas 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*), B2C (*Business to Consumer*) e o B2G (*Business to Government*). Na figura 6, apresenta-se a quantidade de negócios de impacto por região.

**Figura 6 – Negócios de Impacto do Brasil**



**Fonte: Elaborado pelos autores (2024) com base em PIPE.LABO (2023)**

No quadro 2, apresenta-se programas de apoio ao empreendedorismo criativo e socioambiental do Brasil.

**Quadro 2 – 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 <i>Startups</i> , 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.

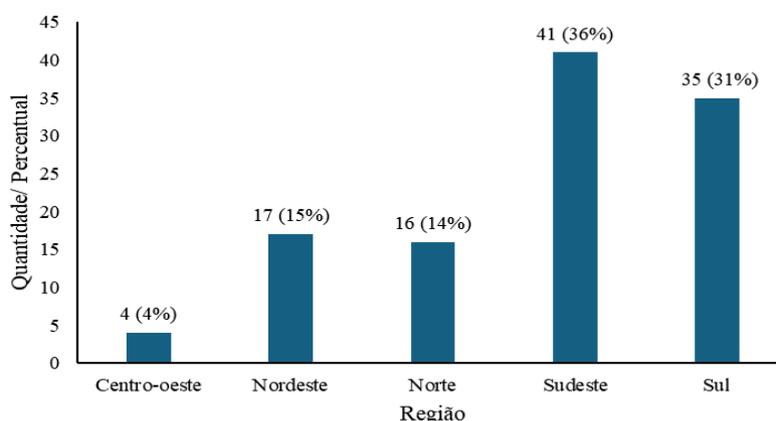
Programa de Apoio	Descrição
Estratégia Nacional de Economia de Impacto - ENIMPACTO (MDIC, 2023)	O objetivo do ENIMPACTO é estimular a economia criativa e solidária e o empreendedorismo social, que têm elevado potencial de inclusão produtiva, geração de renda e inovação social; construir políticas de 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 autores (2024)

### 4.3 INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

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. Na figura 7, mostra-se a quantidade de Indicações Geográficas (IGs) brasileiras por região.

**Figura 7 – 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 3, apresenta-se as Indicações Geográficas (IGs) brasileiras.

**Quadro 3 – Produto/Serviço das Indicações Geográficas do Brasil por Segmento Criativo**

Região	Produto/Serviço por Segmento Criativo
Centro-oeste	<b>Artesanato, Design e Moda:</b> Goiás, produção de joias artesanais em prata; <b>Biotecnologia e Gastronomia:</b> Mato Grosso Sul, mel; <b>Gastronomia:</b> Goiás, açafraão ou cúrcuma e linguiça.
Nordeste	<b>Artesanato:</b> Ceará, redes; <b>Artesanato, Design e Moda:</b> 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; <b>Biotecnologia e Gastronomia:</b> Alagoas, própolis verde; <b>Gastronomia:</b> 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; <b>TIC:</b> Pernambuco, Porto Digital.
Norte	<b>Artesanato:</b> Tocantins, artesanato em capim dourado; <b>Design (de aquários ou aquarismo):</b> Amazonas, peixes ornamentais; <b>Gastronomia:</b> Acre, açai e farinha de mandioca; Amazonas, abacaxi, açai, 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	<b>Artesanato e Design:</b> Espírito Santo: panelas de barro; São Paulo: cerâmica artística; <b>Artesanato, Design e Moda:</b> Minas Gerais, artesanatos têxteis produzidos por tear manual e produção manual, Peças artesanais em estanho; São Paulo: calçados, calçado infantil; <b>Arquitetura e Design (de interiores):</b> Espírito Santo: mármore; Rio de Janeiro: gnaïsse milonítico de coloração cinza, gnaïsse fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos de diâmetro geral inferior a um centímetro, gnaïsse fitado milonítico de coloração clara com quatro variedades de cor: branca, rosa, verde e amarela; <b>Biotecnologia e Gastronomia:</b> 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; <b>Gastronomia:</b> Espírito Santo, cacau em amêndoas, café da espécie <i>Coffea Arabica</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, hortifrúti: 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	<b>Artesanato, Design e Moda:</b> Rio Grande do Sul, couro acabado; <b>Biotecnologia e Gastronomia:</b> 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 bracinga; <b>Gastronomia:</b> 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 <i>brandy</i> .

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.

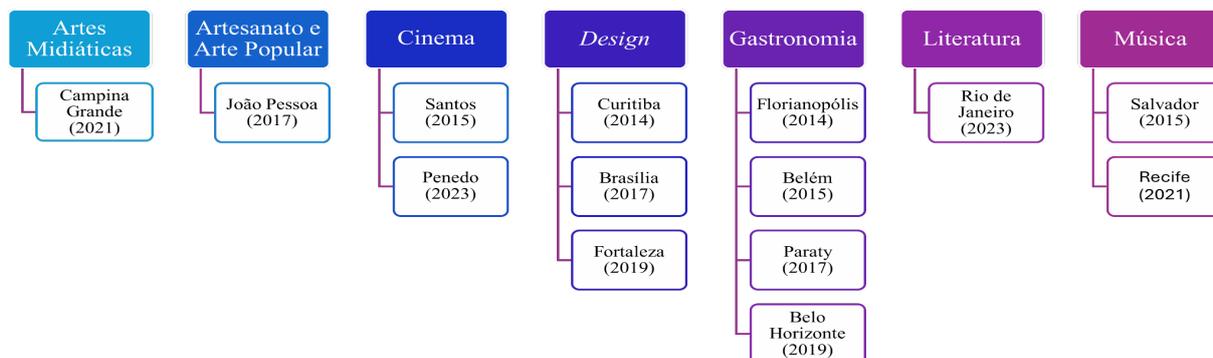
A região Norte tem produtos nativos como o açaí e a farinha de mandioca. O artesanato em capim dourado do Tocantins e os peixes ornamentais do Amazonas são indicativos de um aproveitamento sustentável dos recursos naturais. A região Sudeste mostra uma combinação de tradição e inovação, com produtos que 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).

#### 4.4 CIDADES CRIATIVAS

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; Ciacci, 2021; Den Hartog, 2021). Na figura 8 abaixo, apresenta-se as 14 cidades criativas brasileiras e suas áreas de especialidade.

**Figura 8 – 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 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 e 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.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando esse cenário, observa-se que a colaboração e a interação entre diferentes segmentos são cruciais para o dinamismo do ecossistema criativo. Com a evolução tecnológica, profissionais de áreas

como música, cinema, artes visuais e literatura encontram nas plataformas digitais não apenas um meio para divulgar suas obras, mas também uma ferramenta estratégica para engajar o público e gerar novas oportunidades de negócios. A integração dessas plataformas com técnicas avançadas de marketing digital e análise de dados permite uma compreensão mais aprofundada das preferências do público, otimizando as campanhas e maximizando o retorno sobre os investimentos em conteúdo criativo.

Os dados sobre os profissionais criativos destacam a concentração significativa de profissionais criativos nas regiões Sudeste e Sul, bem como as disparidades salariais e de distribuição geográfica. Enquanto o Sudeste lidera em termos de oportunidades e remuneração, particularmente em setores como TIC e P&D, o Norte mostra potencial em áreas emergentes como Música e Biotecnologia. Por outro lado, o Nordeste enfrenta desafios com salários mais baixos e a necessidade de fortalecer setores como Moda e Publicidade e Marketing. Essa análise ressalta a importância de políticas públicas que não apenas incentivem a diversificação geográfica da indústria criativa, mas também apoiem setores culturalmente ricos, como as Artes Cênicas e Expressões Culturais, para promover um desenvolvimento mais equitativo e sustentável da economia criativa brasileira.

A análise abrangente dos 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.

Os produtos/serviços protegidos por indicações geográficas valorizam o trabalho dos profissionais criativos, garantindo a autenticidade e qualidade das suas criações. Esta proteção legal e cultural promove o turismo e a economia local, incentivando a inovação enquanto preserva tradições. 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 polos 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 um ambiente propício para que profissionais criativos floresçam, criando *hubs* de inovação e expressão cultural. As políticas locais que possam incentivar a colaboração entre artistas e a indústria criativa podem gerar novos negócios e oportunidades, alavancando a economia local e promovendo o desenvolvimento urbano sustentável. 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. Ao fortalecer as relações entre profissionais criativos, indústria criativa, indicações geográficas e cidades criativas, e ao abordar os impactos socioambientais, o Brasil pode construir um ecossistema de criatividade e inovação resiliente, inclusivo e sustentável, capaz de gerar benefícios tangíveis para a sociedade e o meio ambiente.

## AGRADECIMENTOS

Agradecimentos ao apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq/Brasil no PDS realizado na Universidade de São Paulo (EACH/USP).

## REFERÊNCIAS

ANPROTEC - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES. **Programa de aceleração e incubação de impacto**. 2024. Disponível em: <https://anprotec.org.br/negociosdeimpacto/>. Acesso em: 04 mai. 2024.

ARTEMÍSIA. **Instrumento Financeiro**. 2024. Disponível em: <https://artemisiabrasil.medium.com/artemisia-e-grupo-gaia-lan%C3%A7am-instrumento-financeiro-inovador-para-financiar-o-crescimento-de-a08886efcf2c>. Acesso em: 06 mai. 2024.

AUDRETSCH, David B.; EICHLER, Georg M.; SCHWARZ, Erich J. Emerging needs of social innovators and social innovation ecosystems. **International Entrepreneurship and Management Journal**, p. 1-38, 2022.

AZEVEDO, A. da S.; PRADO, J. W.; ANTUNES, L. G. R.; SILVA, E. C.; PEREIRA, R. H.; FERREIRA, M. A. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC) E CADEIAS DE SUPRIMENTOS: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 18, n. 1, p. 56-75, 2021. DOI: 10.25112/rgd.v18i1.2302. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/2302>. Acesso em: 30 jul. 2024.

BAKOS, N. How independent science can contribute to the field of social entrepreneurship in Scandinavia. **Access to science, business, innovation in digital economy**. V.2, n.2 p. 192-202, 2021.

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

BARROS LUNA, T.; SEVERO, E. A.; MEDEIROS, A. M.; MARINHO, L. P. A. INOVAÇÃO, LIDERANÇA E PRÁTICAS AMBIENTAIS NA PERFORMANCE ORGANIZACIONAL DO SETOR BANCÁRIO: UMA SURVEY NO NORDESTE BRASILEIRO. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 20, n. 1, p. 28-53, 2023. DOI: 10.25112/rgd.v20i1.2965. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/2965>. Acesso em: 30 jul. 2024.

BATABYAL, A.; NIJKAMP, P. Interregional Competition for Mobile Creative Capital with and Without Physical Capital Mobility. **International Regional Science Review**. V.45, n.1, p. 58-73, 2022.

BEDNÁŘ, P.; DANKO, L.; SMÉKALOVÁ, L. Coworking spaces and creative communities: making resilient coworking spaces through knowledge sharing and collective learning. **European Planning Studies**, v. 31, n. 3, p. 490-507, 2023.

BERNARDI ZORZO, F.; LAZZARI, F.; SEVERO, E. A. ; FERRO DE GUIMARÃES, J. C. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E AGENDA 2030: UMA ANÁLISE DOS INDICADORES BRASILEIROS. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 19, n. 2, p. 160-182, 2022. DOI: 10.25112/rgd.v19i2.3114. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/3114>. Acesso em: 26 jul. 2024.

BNDES GARAGEM - BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Institucional**. 2024. Disponível em: <https://garagem.bndes.gov.br/>. Acesso em: 03 mai. 2024.

BOGOYAVLENSKA, Y; PERSIA, L; BONDARENKO, K. Smart-logistics for people management of innovative small and medium enterprises development: Agile methodology. **Economics. Ecology. Socium**, v. 4, n. 4, p. 8-15, 2020.

BOSSLE, M. B.; BITENCOURT, C. C.; FROEHLICH, C.; ZANANDREA, G. WHAT INNOVATION MEANS FOR THE ADOPTION OF ECO-INNOVATION IN A CHEMICAL COMPANY?. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 17, n. 2, p. 32–56, 2020. DOI: 10.25112/rgd.v17i2.2004. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/2004>. Acesso em: 30 jul. 2024.

BURLINA, C; CASADEI, P; CROCIATA, A. Economic complexity and firm performance in the cultural and creative sector: Evidence from Italian provinces. **European Urban and Regional Studies**, v. 30, n. 2, p. 152-171, 2023.

CHO, Daniel Sunghwan; RYAN, Paul; BUCIUNI, Giulio. Evolutionary entrepreneurial ecosystems: A research pathway. **Small Business Economics**, v. 58, n. 4, p. 1865-1883, 2022.

COCKSHUT, L.; BROWN, A.; HARDEY, M. Social innovation and the university: The impact of intervention for the micro creative economy in North East England. **Social Enterprise Journal**, Vol. 16, n. 2, p. 203-220, 2020.

DAVIDSON, K. et al. Municipal experimentation in times of crises:(Re-) defining Melbourne’s innovation district. **Cities**, v. 132, p. 1-12, 2023.

DEN HARTOG, H. Shanghai’s Regenerated Industrial Waterfronts: Urban Lab for Sustainability Transitions? **Urban Planning**, v. 6, n. 3, p. 181-196, 2021.

DU, H.; TENG, Y.; MA, Z.; GUO, X. Value creation in platform enterprises: a fuzzyset qualitative comparative analysis. **Sustainability**, v. 14, n. 9, p. 5331, 2022.

FERRAZ, L. R. DEZ ANOS DAS LICITAÇÕES SUSTENTÁVEIS NO BRASIL: DISTÂNCIA ENTRE A PREVISÃO LEGAL E A PRÁTICA. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 18, n. 2, p. 114–131, 2021. DOI: 10.25112/rgd.v18i2.2445. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/2445>. Acesso em: 30 jul. 2024.

FIEC - FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO CEARÁ. Índice FIEC de Inovação dos Estados. 2023. Disponível em: <https://www.observatorio.ind.br/inteligencia-competitiva?conteudo=c1esub=sc1>. Acesso em: 03 mai. 2024.

FIRJAN - FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Base de Dados Indústria Criativa**. 2024. Disponível em: <https://appsext.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/consulta.aspx>. Acesso em: 15 abr. 2024.

FIRJAN - FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. 2022. Disponível em: <https://appsext.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/consulta.aspx>. Acesso em: 15 abr. 2024.

FRANCO-LEAL, N.; CAMELO-ORDAZ, C.; DIANEZ-GONZALEZ, J. P.; SOUSA-GINEL, E. The role of social and institutional contexts in social innovations of Spanish academic spinoffs. **Sustainability**, v. 12, n. 3, p. 906, 2020.

GAMIDULLAEVA, L.; TOLSTYKH, T.; BYSTROV, A.; RADAYKIN, A.; SHMELEVA, N. Cross-sectoral digital platform as a tool for innovation ecosystem development. **Sustainability**, v. 13, n. 21, p. 11686, 2021.

GASIMOVA, E.; MAMMADOVA, L.; SALEHZADEH, G.; HUSEYNOVA, N. Economic Dynamics of Design In The Context of International Experience. **Academy Review**. V 11, n. 2, p. 203-215, 2022.

GASPARIN, M.; QUINN, M. The Incite model of policy development for the creative industries: the case of Vietnam. **Journal of Asian Business and Economic Studies**, V. 28, n. 1, p. 31-46, 2021.

GAWEL, A. International Trade in the High-Tech Sector—Support or Obstacle to Start-Up Processes at the Macro Level in European Union Countries? **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research**, v. 16, n. 5, p. 1877-1892, 2021.

HANNIGAN, T. R.; BRIGGS, A. R.; VALADAO, R.; SEIDEL, M. D. L.; JENNINGS, P. D. A new tool for policymakers: Mapping cultural possibilities in an emerging AI entrepreneurial ecosystem. **Research Policy**, v. 51, n. 9, p. 104315, 2022.

HNATENKO, I et al. Infrastructure of innovation enterprise: features of formation and regulation in modern market conditions. **Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development**, v. 42, n. 1, p. 97-104, 2020.

ICE - INSTITUTO DE CIDADANIA EMPRESARIAL. **Relatório de Impacto ICE Investimentos**. 2023. Disponível em: <https://ice.org.br/wp-content/uploads/2023/02/relatorio-de-impacto-ice-investimentos-2021.pdf>. Acesso em: 04 mai. 2024.

INPI - INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Indicações Geográficas**. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/fichas-tecnicas-de-indicacoes-geograficas>. Acesso em: 10 abr. 2024.

JIN, Xin; CHEN, Chunwu; ZHANG, Min. Research on Synergy between Entrepreneurial Service and Financial Support in Crowd Innovation Space Ecosystem. **Sustainability**, v. 14, n. 10, p. 5966, 2022.

KÉZAI, P; FISCHER, S; LADOS, M. Smart economy and startup enterprises in the Visegrád countries—a comparative analysis based on the Crunchbase database. **Smart Cities**. V.3, n.4, p.1477-1494. 2020.

KHLYSTOVA, O; KALYUZHNOVA, Y; BELITSKI, M. Towards the regional aspects of institutional trust and entrepreneurial ecosystems. **International Journal of Entrepreneurial Behavior e Research**, 2022.

KHRUSHCH, N.; FORKUN, I.; KRAVCHYK, Y.; BORDANOVA, L.; CHENASH, V. Trends And Patterns of the Impact of The Economic Potential Implementation on The Development of Regions In The Conditions of The Creative Economy Formation. **Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development**. Vol. 24, n. 2, p.159-166, 2022.

KIM, Joohyun; PAEK, Byungjoo; LEE, Heesang. Exploring the innovation ecosystem of incumbents in the face of technological discontinuities: Automobile firms. **Sustainability**, v. 14, n. 3, p. 1606, 2022.

JONES, K.; VAN ASSCHE, K; PARKINS, J. Reimagining craft for community development. **Local Environment**, v. 26, n. 7, p. 908-920, 2021.

MATOS, F.; MASSANO CARDOSO, I. . “NÃO EXISTE PLANETA B”: POLÍTICA PÚBLICA SOBRE DESCARTE DE E-LIXO NO BRASIL . **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 21, n. 1, p. 217–234, 2024. DOI: 10.25112/rgd.v21i1.3261. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoe-desenvolvimento/article/view/3261>. Acesso em: 30 jul. 2024.

MDIC - MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS. **IMPACTO**. 2023. Disponível em: [https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/inovacao/enimpacto/copy\\_of\\_ApresentaoCommitEnimpacto19.10.23\\_finalcomvdeo.pdf](https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/inovacao/enimpacto/copy_of_ApresentaoCommitEnimpacto19.10.23_finalcomvdeo.pdf). Acesso em: 05 mai. 2024.

MDIC - MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS. **Programa gratuito de aceleração de startups**. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2024/fevereiro/programa-gratuito-de-aceleracao-de-startups-abre-inscricoes-para-o-ciclo-2024.1>. Acesso em: 05 mai. 2024.

MENG, Shu; GAO, Xin; DUAN, Lianfeng. Facing the COVID-19 pandemic and developing a sustainable entrepreneurial ecosystem: the theory and practice of innovation and entrepreneurship policies in China. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 19, n. 14, p. 8797, 2022.

MinC - MINISTÉRIO DA CULTURA. **MinC recebe contribuições da sociedade para a elaboração da Política Nacional de Economia Criativa**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/>

noticias/minc-recebe-contribuicoes-da-sociedade-para-a-elaboracao-da-politica-nacional-de-economia-criativa. Acesso em: 18 jul. 2024.

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

NÓBREGA BARBOSA, M. de F.; EMMENDOERFER, M. L. POLÍTICAS PÚBLICAS DE EMPREENDEDORISMO NO CONTEXTO DO DESENVOLVIMENTO LOCAL SUSTENTÁVEL: UM ARRANJO METODOLÓGICO. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 19, n. 2, p. 232–258, 2022. DOI: 10.25112/rgd.v19i2.2998. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/2998>. Acesso em: 30 jul. 2024.

PASSOS, T. de A. dos; BORGES, M. S. RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NO SÉCULO XXI. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 18, n. 3, p. 237–262, 2021. DOI: 10.25112/rgd.v18i3.2486. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/2486>. Acesso em: 30 jul. 2024.

PENCO, Lara; IVALDI, Enrico; CIACCI, Andrea. Entrepreneurial ecosystem and well-being in European smart cities: a comparative perspective. **The TQM Journal**, v. 33, n. 7, p. 318–350, 2021.

PIPE.LABO. **4º Mapa de Negócios de Impacto social + ambiental**. 2023. Disponível em: <https://mapa2023.pipelabo.com/index.php>. Acesso em: 03 mai. 2024.

RFB – RECEITA FEDERAL DO BRASIL. **Institucional**. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br>. Acesso em: 20 mar. 2024.

ROSENBERG, L.; BRENT, A. Infrastructure Disruption in ‘Silicon Savannah’: Exploring the Idea of the Creative Class and their Relation to Quality of Place in Nairobi, Kenya. **International Journal of Urban and Regional Research**. Vol 44, n.1, p. 809–819, 2020.

SANTAREM, A. R.; BEGNIS, H. S. M. SOMOS SUSTENTÁVEIS? CONTRIBUIÇÕES PARA A ANÁLISE DA GESTÃO SUSTENTÁVEL DA CADEIA DE SUPRIMENTOS. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 18, n. 1, p. 27–55, 2021. DOI: 10.25112/rgd.v18i1.2346. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/2346>. Acesso em: 30 jul. 2024.

SANTOS, Domingos. Building entrepreneurial ecosystems: the case of Coimbra. **Journal of Science and Technology Policy Management**, v. 13, n. 1, p. 73–89, 2022.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Cidades Criativas**. 2024. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Busca?q=cidade%20criativa>. Acesso em: 01 mai. 2024.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Mapeamento Sebrae de Economia Criativa do Nordeste**. 2020. Disponível em: [https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/MAPEAMENTO\\_SEBRAE.pdf](https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/MAPEAMENTO_SEBRAE.pdf). Acesso em: 19 jul. 2024.

SEBRAE STARTUPS - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Startups impacto 2023**. 2023. Disponível em: <https://programas.sebraestartups.com.br/in/startupsimpacto2023#!>. Acesso em: 03 mai. 2024.

SEBRAE STARTUPS - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Startups de Impacto Report Brasil 2024**. 2024. Disponível em: <https://digital.sebraestartups.com.br/mapeamento-das-startups-de-impacto>. Acesso em: 03 mai. 2024.

SEVERO, E. A.; DORION, E. C. H.; GUIMARÃES, J. C. F. de. HÉLICES HOLÍSTICAS DE INOVAÇÃO E ECOINOVAÇÃO: DRIVERS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 17, n. 2, p. 57–81, 2020. DOI: 10.25112/rgd.v17i2.2151. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/2151>. Acesso em: 30 jul. 2024.

TSOU, H; CHEN, J. An Examination of the Effect of Knowledge Utilization on Service Innovation: The Moderating Roles of Performance-Oriented Culture and Competitiveness Culture. **Journal of Competitiveness**, V.14, n. 4, p. 44–60, 2022.

UNESCO - UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION. **Creative Cities**. 2024. Disponível em: [https://www.unesco.org/en/creative-cities/grid?f%5B0%5D=dataset\\_filter-s%3Ab64fd24b-e80d-4393-a62e-50ae79e696f3&hub=80094](https://www.unesco.org/en/creative-cities/grid?f%5B0%5D=dataset_filter-s%3Ab64fd24b-e80d-4393-a62e-50ae79e696f3&hub=80094). Acesso em: 02 mai. 2024.

WISE, N.; GOKBULUT, O.; FILLIS, I. Creative Entrepreneurship, Urban Transformation and the (Baltic) Triangle Model. **Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship**. V. 24, n. 2, p.385-404, 2022.

ZANDIATASHBAR, A; KAYANAN, C. Negative consequences of innovation-igniting urban developments: Empirical evidence from three US cities. **Urban Planning**, v. 5, n. 3, p. 378-391, 2020.

ZHANG, J.; VAN GORP, D.; KIEVIT, H. Digital technology and national entrepreneurship: An ecosystem perspective. **The Journal of Technology Transfer**, v. 48, n. 3, p. 1077-1105, 2023.