



# **HABITATS DE INOVAÇÃO PARA ECONOMIA CRIATIVA: UM ESTUDO SOBRE OS PRINCIPAIS ASPECTOS DE INCUBADORAS DE ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL**

# HABITATS DE INOVAÇÃO PARA ECONOMIA CRIATIVA: UM ESTUDO SOBRE OS PRINCIPAIS ASPECTOS DE INCUBADORAS DE ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

Débora Cristina da Silva Lima <sup>1</sup>

Danisson Luiz da Silva Reis <sup>2</sup>

Francisco Peixoto Rosário <sup>3</sup>

Pauline Maria Reis <sup>4</sup>

## RESUMO

Este artigo tem como objetivo identificar as principais características de operação de incubadoras voltadas para empreendimentos da economia criativa, levantando pontos mais relevantes que as diferenciam de outros modelos de incubação. Para executar o objetivo proposto, foram analisadas incubadoras de economia criativa em funcionamento no Brasil, a seleção de alguns modelos e a identificação de características comuns de atuação entre eles. A pesquisa é de natureza exploratória, com uma abordagem qualitativa e o desenho metodológico está fundamentado em estudos de caso. A coleta de dados

ocorreu por meio de análise documental e observação direta no espaço das incubadoras. O resultado alcançado consiste no levantamento de um conjunto de atributos operacionais executados nas incubadoras pesquisadas, além da interpretação e análise de pontos fortes e fracos do processo de incubação, destacando boas práticas. Observou-se ainda, como característica comum: o tratamento humanizado, tendo em vista a intangibilidade do trabalho intelectual criativo; a busca pelo desenvolvimento sustentável, que consiga garantir a subsistência independente de apoios e investimentos públicos, uma vez que empreendimentos culturais habitualmente buscam editais públicos para sua manutenção; e, por fim, a ressignificação de modelos de incubação, amplamente usados com negócios tradicionais, tendo em vista a abordagem direcionada para empreendimentos da economia criativa.

## PALAVRAS-CHAVE:

Economia Criativa. Incubadoras. Habitats de inovação. Inovação. Empreendedorismo.

<sup>1</sup> Mestranda em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Endereço: Avenida Professor Sandoval Arroxelas, 81, Ap. 1002, Bairro Ponta Verde, Maceió – AL - CEP 57035-230. Tel.: (82) 9 9678 9337. E-mail: debora.csl@gmail.com.

<sup>2</sup> Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Endereço: Avenida Professor Sandoval Arroxelas, Nº 218, Blc. B, Ap. 202, Bairro Ponta Verde, Maceió – AL - CEP: 57035-230. Tel.: (82) 9 9605 1312. E-mail: danisson.sergipe@gmail.com.

<sup>3</sup> Professor Associado da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade Federal de Alagoas (FEAC/UFAL). Endereço: Campus A.C. Simões Av. Lourival de Melo Mota, Bloco 16, 1º andar Bairro Tabuleiro do Martins - Maceió-AL - CEP: 57072-970. Tel.: (82) 9 9909 5259. E-mail: chicorosario@gmail.com.

<sup>4</sup> Mestranda em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Endereço: Avenida Walter Ananias, nº 707, Ap. 707, Bairro Poço, Maceió – AL - CEP 570125-510. Tel.: (82) 9 9351-4550. E-mail: paulinemreis@gmail.com.

# INNOVATION HABITATS FOR CREATIVE ECONOMY: A STUDY ON THE MAIN ASPECTS OF CREATIVE ECONOMY INCUBATORS IN BRAZIL

Débora Cristina da Silva Lima<sup>5</sup>

Danisson Luiz da Silva Reis<sup>6</sup>

Francisco Peixoto Rosário<sup>7</sup>

Pauline Maria Reis<sup>8</sup>

## ABSTRACT

This article aims to identify the main characteristics of operation of incubators aimed at enterprises of the creative economy, raising more relevant points that differentiate them from other models of incubation. To perform the proposed objective, we analyzed incubators of creative economy in operation in Brazil, the selection of some models and the identification of common characteristics of performance among them.

The research is exploratory, with a qualitative approach and the methodological design is based on case studies. Data collection took

place through documentary analysis and direct observation in the incubator space. The result achieved consists of the survey of a set of operational attributes performed in the incubators researched, as well as the interpretation and analysis of strengths and weaknesses of the incubation process, highlighting good practices.

It was also observed, as a common characteristic: the humanized treatment, in view of the intangibility of creative intellectual work; looking for sustainable development, which can guarantee the independent subsistence of public support and investments, since cultural enterprises usually seek public notices for their maintenance; and, finally, others signification of incubation models, widely used with traditional businesses, in view of the approach directed to enterprises of the creative economy.

## KEYWORDS:

Creative economy. Business incubator. Innovation spaces. Innovation. Entrepreneurship.

<sup>5</sup> Master's Degree in Intellectual Property and Technology Transfer for Innovation by the Federal University of Alagoas (UFAL). Address: Professor Sandoval Arroxelas Avenue, 81, Ap. 1002, Bairro Ponta Verde, Maceió - AL - CEP 57035-230. Tel.: (82) 9 9678 9337. E-mail: debora.csl@gmail.com.

<sup>6</sup> Master in Intellectual Property and Transfer of Technology for Innovation by the Federal University of Alagoas (UFAL). Address: Professor Sandoval Arroxelas Avenue, N° 218, Blc. B, Ap. 202, Bairro Ponta Verde, Maceió-AL - CEP: 57035-230. Tel.: (82) 9 9605 1312. E-mail: danisson.sergipe@gmail.com.

<sup>7</sup> Associate Professor, Faculty of Economics, Administration and Accounting, Federal University of Alagoas (FEAC / UFAL). Address: Campus A.C. Simões Av. Lourival de Melo Mota, Block 16, 1st floor Bairro Tabuleiro do Martins - Maceió-AL - CEP: 57072-970. Tel.: (82) 9 9909 5259. E-mail: chicorosario@gmail.com.

<sup>8</sup> Master's Degree in Intellectual Property and Technology Transfer for Innovation by the Federal University of Alagoas (UFAL). Address: Walter Ananias Avenue, 707, Ap. 707, Bairro Poço, Maceió - AL - CEP 570125-510. Tel.: (82) 9 9351-4550. E-mail: paulinemreis@gmail.com.

## 1. INTRODUÇÃO

As atividades econômicas sofrem constantes mudanças ao longo dos anos, onde modelos de negócios deixam de existir e outros são criados, através de processos de inovação ou mesmo pelo surgimento de novas demandas da sociedade. Neste contexto, nos anos 1990, começam a surgir os primeiros conceitos de economia criativa, cujas atividades são promotoras da inovação e geram impactos positivos, além de proporcionar o desenvolvimento local.

De acordo com Florida (2011), com o desenvolvimento desta economia, também vem a melhoria do padrão de vida da população, há o desapego às grandes corporações e as pequenas empresas passam a protagonizar o cenário. Para Jesus (2017), a economia criativa está relacionada a atividades alicerçadas no potencial criativo, com a capacidade de utilização de símbolos e significados que geram inovação.

Assim, tendo em vista o poder de transformação que estas atividades podem trazer a determinada localidade, há de se desenvolver formas de estimular seu desenvolvimento, seja por meio de políticas públicas ou ambientes que permitam sua expansão.

Neste contexto, deve-se pensar em ambientes que tenham o conhecimento como centro de suas estratégias e que tenham espaços que contribuam com processo criativo, a exemplos dos habitats de inovação.

De acordo com Correia e Gomes (2012, p. 33) os habitats de inovação são importantes no apoio ao **“crescimento de empresas de base tecnológica e de empreendimentos sociais, através da apropriação dos conhecimentos e tecnologias geradas nas instituições de P&D e da inserção de produtos, serviços e processos no mercado, contribuindo para o desenvolvimento da região”**.

Dentre os tipos de ambientes de inovação existentes, há exemplos destes espaços voltados para empreendimentos da economia criativa, que já vêm atuando no Brasil e colhendo resultados significativos de fomento a estas atividades.

Estes ambientes também promovem a cultura do empreendedorismo, com eventos, relacionamentos externos e criação de redes entre empresários.

Assim, este trabalho consiste em uma análise de habitats de inovação atuais e suas conexões com a economia criativa, sendo este um setor significativo da nova economia, tanto no que tange à ressignificação do trabalho, como na sua contribuição para o desenvolvimento econômico e social dos territórios (SOUZA, 2018).

Este trabalho justifica-se devido ao baixo número de habitats de inovação correlacionados com a temática (ANPROTEC; MCTI, 2012), sendo importante o levantamento e disseminação de boas práticas ligadas ao estímulo ao empreendedorismo inovador dentro da economia criativa.

Salienta-se também que Alagoas ainda não possui modelos de incubação voltados para empreendimentos da economia criativa e que a partir deste estudo, podem ser levantadas discussões de viabilidade para implantação de possíveis modelos adequados ao estado citado.

O presente artigo está dividido em introdução; referencial teórico, onde são analisados os principais conceitos envolvendo a economia criativa e os habitats de inovação; procedimentos metodológicos, que descreve as abordagens utilizadas para a pesquisa; análises e discussões, que apresenta os principais cases de sucesso quanto ao estímulo do empreendedorismo inovador na economia criativa; e, por último, a conclusão.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Economia Criativa

A Economia Criativa é uma das fronteiras nas pesquisas em várias áreas do conhecimento, particularmente por representar uma nova tendência mundial em termos de geração de emprego e renda, além de ser uma questão emergente para as cidades, seu planejamento e políticas públicas (MARKUSEN *et al.*, 2008).

O processo de desenvolvimento local provocado por redes empresariais e correntes de empreendedores é capaz de gerar inovações e promover novos modelos de negócios. Segundo a *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD, 2008) a economia criativa trata-se de:

**Os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam a criatividade e o capital intelectual como insumos primários. Comprendem um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, que produzem bens tangíveis e serviços intangíveis intelectuais ou artísticos, com conteúdos criativos, valor econômico e objetivos de mercado.**

Assim, diferentes atividades podem ser encaixadas no conceito, desde a composição de músicas até a produção de jogos digitais.

No Brasil, é a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) que evoluiu de forma significativa na aplicação dos conceitos e ações estratégicas no desenvolvimento da economia criativa naquele estado. A FIRJAN trabalha com o conceito de cadeia produtiva e realiza periodicamente um mapeamento atualizado dessa cadeia, detalhando as diversas atividades existentes.

De acordo com a FIRJAN (2012), as atividades da economia criativa podem ser agrupadas em alguns núcleos, sendo eles:

**a) CONSUMO:** correspondendo à quase metade dos profissionais criativos (publicidade, *marketing*, pesquisa de mercado, arquitetura, *design*);

**b) CULTURA:** com 7% dos trabalhos formais da economia criativa (expressões culturais, patrimônio e artes, música e artes cênicas);

**c) MÍDIAS:** 11% dos criativos (editorial e audiovisual); e

**d) TECNOLOGIA:** com 34% dos profissionais (Pesquisa e Desenvolvimento, Tecnologia da Informação e Comunicação e Biotecnologia).

Estas atividades têm como característica comum o intelecto humano, como principal matéria prima. Isto as diferencia em aspectos das indústrias tradicionais, que em sua maioria faz uso de recursos esgotáveis. Para Howkins (2013), as atividades criativas consistem na transação de produtos criativos, sendo estas compostas por valores de propriedade intelectual, portanto intangíveis, e valor do suporte ou plataforma física. Assim sendo, a propriedade intelectual destaca-se como um importante meio de geração econômica proporcionada pela economia criativa. Ainda que o produto seja um bem físico, este está imbuído de aspectos intangíveis em sua concepção e criação (HOWKINS, 2013).

De acordo com Reis (2008), a economia criativa é sustentada por diferentes dimensões conceituais, tais como a economia da experiência, quando abrange os aspectos intangíveis na geração de valor; do conhecimento, por gerar direitos de propriedade intelectual; e da cultura, pois valoriza o autêntico e promove uma oportunidade de renda aos países em desenvolvimento, por sua ampla riqueza cultural e histórica.

Por serem de atividades peculiares do intelecto humano e, em sua maioria, negócios não tradicionais, torna-se complexo o aten-

dimento direcionado aos empreendedores (SEBRAE, 2018). Questões como linguagem adequada, modelos de atendimento e serviços a serem ofertados a estas empresas precisam estar disponíveis em um ambiente que proporcione o desenvolvimento das atividades, além de um acompanhamento que direcione aos melhores caminhos para a sustentabilidade mercadológica. Segundo Zardo e Korman (2005), há uma certa distância entre empreendedores da economia criativa e o mundo dos negócios tradicionais, levando em conta a falta de familiaridade daqueles com ferramentas de gestão empresarial. Neste sentido, quando se fala do empreendedor que protagoniza a economia criativa, há de se considerar aspectos ligados ao seu comportamento, além da técnica das atividades por eles realizadas, em um ambiente que proporcione conforto quanto à liberdade de criação.

## 2.2 Habitats de inovação: um ambiente criativo

Conforme posto anteriormente, a economia criativa abrange um amplo espectro de conhecimentos e atividades que aparentemente são bem desenvolvidas por empreendimentos que ocorrem de forma livre, mas a literatura indica que habitats de inovação conseguem potencializar os impactos de empreendimentos voltados para a economia criativa, além do que, o processo de inovação é, por definição, um processo criativo (DE PINHO, 2011; EVANS, 2009; STEJKO; STEFFEK, 2017).

Atualmente, fala-se consideravelmente em inovação e sua importância para a manutenção mercadológica. Dentre as definições encontradas, o Manual de Oslo (OCDE, 2005) traz a inovação como a introdução de um bem novo ou melhorado em suas características ou modos de uso, podendo estas melhorias estarem relacionadas à produção, distribuição, marketing ou organização.

Ou seja, a inovação não está necessariamente ligada às empresas de base tecnológica, tampouco apenas à criação de novos produtos e serviços.

Para contribuir com o processo de inovação das empresas, além de outras questões ligadas ao seu desenvolvimento, criaram-se teorias e métodos que auxiliam o ambiente favorável à inovação. Dentre eles, podem-se destacar os habitats de inovação que, para Correia e Gomes (2012, p. 39): constituem-se de espaços de aprendizagem coletiva, intercâmbio de conhecimentos, de interação entre empresas, instituições de pesquisa, agentes governamentais para realização de pesquisas que podem ser transferidas para o setor produtivo, contribuindo para o desenvolvimento econômico de uma cidade, região ou país.

A Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores – (ANPROTEC) prefere utilizar a terminologia ‘ambientes de inovação’, agrupando os mesmos em dois tipos: áreas de inovação e mecanismos geradores de empreendimentos.

Entre as áreas de inovação, Aranha (2018) destaca os parques tecnológicos, cidades inteligentes, clusters, os distritos de inovação e as comunidades de inovação. Já os mecanismos geradores de empreendimentos são, segundo o mesmo autor:

- ▶ **COWORKING:** união de um grupo de pessoas, empresas e organizações que trabalham independentemente umas das outras, mas que compartilham espaços;
- ▶ **CROWDWORKING:** mecanismo com conceito similar ao da incubadora e da aceleradora, onde se aluga o espaço de uma ou mais mesas, ocupando e utilizando a infraestrutura do local, com o benefício de poder interagir com outros empreendedores, trocando ideias e ajudando a solucionar problemas;

► **INOVADORAS:** mecanismos que utilizam o processo de experimentação conhecido como lean startup, sendo que esse método consiste na busca constante pela sintonia entre o produto e o cliente, na identificação de uma oportunidade de mercado. O processo de preparação dos novos empreendimentos é iniciado pela concepção tecnológica, aceitação e modificação do produto pelo próprio mercado. Havendo boa receptibilidade pelo mercado, o empreendedor procura sócios e realiza a modelagem do negócio;

► **HUBS DE INOVAÇÃO:** Caracterizam-se por espaços físicos propícios à criação de redes, sendo espaços que oferecem um ecossistema com infraestrutura para diferentes atividades;

► **LIVING LAB:** Refere-se a estruturas que possibilitam a inovação aberta, possibilitando aos interessados a formação de parcerias pessoais, pública e privadas, envolvendo desenvolvedores e usuários finais em diferentes contextos de trabalho;

► **ACELERADORAS:** São mecanismos, geralmente privados, de apoio a *startups*. Normalmente não estão ligadas a centros acadêmicos e são mais focadas em negócios altamente escaláveis – que podem crescer rapidamente e obter investimento. São lideradas por empreendedores e empresários com sucesso prévio, capacidade de investimento próprio ou financiadas por capital de risco. Agregam, em seu entorno, empreendedores, investidores, pesquisadores, empresários, mentores de negócios e fundos de investimento.

As aceleradoras normalmente têm um programa intenso de aceleração, com um ou dois meses de durabilidade, e um programa de *mentoring*, que dura de seis a 12 meses. Algumas aceleradoras fazem um programa de pós aceleração que pode se estender por até dois anos. Assim, as aceleradoras ficam com

a missão de levar os empreendimentos mais bem preparados – originados em incubadoras ou em laboratórios de desenvolvimento mais próximos do mercado – para um patamar que permita a atração de investimentos, por meio do capital de risco. Para tanto, os empreendedores devem estar preparados para o ingresso no mercado, com foco que vai além das questões técnicas relativas ao produto;

► **INCUBADORAS:** são entidades promotoras de empreendimentos inovadores que tem por objetivo oferecer infraestrutura, capacitação, suporte gerencial e orientação aos empreendedores sobre aspectos administrativos, comerciais, financeiros e jurídicos, para que eles possam desenvolver ideias e transformá-las em empreendimentos sustentáveis.

**No caso específico das incubadoras,** apresentam-se aqui duas propostas de classificação definidas por Zedtwitz e pela ANPROTEC. Na classificação desenvolvida por Zedtwitz (2003 *apud* FIGUEIREDO; VEDOVELLO, 2005), há cinco categorias definidas:

► **INCUBADORAS COMERCIAIS INDEPENDENTES:** são resultado de atividades desenvolvidas por empresários ou empresas vinculadas ao capital de risco. São orientadas para o lucro e possuem foco em uma dada tecnologia, indústria ou região;

► **INCUBADORAS REGIONAIS:** geralmente fundadas por governos locais ou organizações com interesses políticos e econômicos regionais similares, tem por finalidade promover um ambiente favorável e assistência logística ao empreendedorismo de uma dada comunidade. Seus objetivos estão alinhados com a promoção de políticas públicas locais;

► **INCUBADORAS VINCULADAS ÀS UNIVERSIDADES:** estão associadas à inovação e à tecnologia de ponta, sendo um ponto de

contato entre acadêmicos e o setor privado, podendo estar vinculadas, ou não, a parques tecnológicos;

► **INCUBADORAS INTRA-EMPRESARIAIS:** são vinculadas às atividades de pesquisa e desenvolvimento de uma determinada empresa, com enfoque na busca de inovação interna;

► **INCUBADORAS VIRTUAIS:** não possuem espaço físico ou apoio logístico. Seu principal objetivo é construir e fortalecer plataformas e redes de acesso a empresários, investidores e consultores.

Na classificação sugerida pela ANPROTEC (2019), as incubadoras são associadas em cinco grupos:

► **INCUBADORAS DE BASE TECNOLÓGICA:** abrigam somente empreendimentos que realizam o uso de tecnologia aplicada;

► **INCUBADORAS TRADICIONAIS:** que aceitam empresas dos setores tradicionais da economia;

► **INCUBADORAS MISTAS:** acolhem empresas de base tecnológica e dos setores tradicionais da economia;

► **INCUBADORAS SOCIAIS:** que possuem como público-alvo cooperativas e associações populares;

► **OUTRAS INCUBADORAS:** são as incubadoras focadas em setores como economia criativa, agronegócios e outros.

Destacam-se aqui as incubadoras relacionadas ao segmento da economia criativa, também denominadas incubadoras de empreendimentos criativos, que têm como objetivo promover o desenvolvimento de negócios da indústria criativa. É apontado no documento “Estudo, Análise e Proposições sobre as In-

cubadoras de Empresas no Brasil” (ANPROTEC; MCTI, 2012), que o movimento de incubadoras no Brasil é uma história recente, sendo que elas começaram a ser criadas nos anos 1980 a partir de uma iniciativa Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), semeando o conceito de empreendedorismo inovador no Brasil.

O mesmo documento, que configura como o mapeamento mais recente sobre a situação das incubadoras no país, aponta a existência de 384 incubadoras em funcionamento, sendo que deste total, 2% são incubadoras de empreendimentos criativos. O relatório também afirma que há 2640 empresas incubadas e 2509 empresas graduadas, que geram 45599 empregos diretos e faturam 4,6 bilhões de reais.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo apresenta natureza exploratória pois, “tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” (GIL, 2007 *apud* SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009, p. 35) e abordagem qualitativa uma vez que “não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc” (GIL, 2007 *apud* SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009, p. 31). O universo consiste na identificação de modelos de *habitats* de inovação para empreendimento da economia criativa. Foi realizado levantamento de *habitats* de inovação, que trabalham com empreendedores de economia criativa, em funcionamento no Brasil. A seleção dos modelos ocorreu a partir da observação daqueles com características comuns de atuação. A coleta de dados ocorreu por meio de análise de documentos das instituições, tais como editais e chamadas públicas, além de sites e outras mídias. No mais, também houve pesquisa bibliográfica em artigos científicos e livros.

O desenho metodológico está fundamentado em estudos de caso (YIN, 2005), haja vista a seleção de incubadoras auto definidas como de economia criativa e assim analisar as diferentes variáveis dos seus processos de operação. O uso de questões do tipo “como” e “por que” viabiliza a explanação do *locus* de estudo. A pesquisa contou com as seguintes fases: conceituação de economia criativa e de *habitats* de inovação; análise dos movimentos de incubação, pela ótica da economia criativa; identificação dos aspectos de cada incubadora analisada.

A motivação deste estudo se dá pela dinâmica notoriedade que as atividades da economia criativa vêm ganhando no mercado, e a forma como os diferentes ambientes têm se adaptados para atender as especificidades dos perfis empresariais que a compõem. Além do mais, não há um volume expressivos de estudos que abordem bem esta temática, sendo uma significativa contribuição à análise e estudos para este segmento. As incubadoras selecionadas pertencem a regiões geográficas e/ou contexto pouco semelhantes, o que enriquece ainda mais a perspectiva analítica da abordagem. Outro aspecto relevante diz respeito à reunião de informações sobre modelos que tem a mesma finalidade, apresentam abordagens diferentes e ainda assim conseguem ter similaridades. Neste sentido, poder-se-á observar as melhores práticas no tocante ao desenvolvimento e inovação de empreendimentos da economia criativa.

#### 4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

Dentre os modelos de incubação existentes que atuam com empreendimentos da Economia Criativa, para este trabalho foram escolhidos quatro, sendo eles o Centro Sapiens - *Cocreation Lab* (Florianópolis-SC), Porto Digital - Armazém da Criatividade (Caruaru-PE) e JUMP (Recife-PE) e Incubadora Rio Criativo (Rio de Janeiro-RJ). A seguir, serão apresentadas as principais características de

cada uma delas.

##### 4.1 Centro Sapiens - *Cocreation Lab*

O Centro Sapiens foi criado dentro da necessidade de revitalização de espaços públicos, com o objetivo de transformar o Centro Histórico de Florianópolis em distrito criativo, fomentando os negócios da economia criativa no território (GOMEZ; WARKER; RODRIGUES, 2017). Segundo Jesus (2007), distritos criativos são ocupações de determinados territórios, onde se reúnem empreendedores e parceiros, com o intuito de promover oportunidades de negócios na localidade.

Dentre as ações, foi criado em 2016 o *Cocreation Lab*, uma pré-incubadora com espaço de trabalho colaborativo (CENTRO SAPIENS, 2019). Sua constituição é uma iniciativa *Sapiens Parque*, com a Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC e da Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC. As áreas contempladas para atuação em Economia Criativa são tecnologia, design, artes, turismo e gastronomia. O programa tem duração de seis meses e o foco é a validação dos modelos de negócios, através de um conjunto de atividades propostas (GOMEZ; WARKER; RODRIGUES, 2017). O processo de pré-incubação ocorre através de editais, onde são selecionadas 10 ideias. Como critérios de seleção, são analisados os aspectos ligados ao caráter inovador, potencial de mercado, impacto social e ambiental e o perfil empreendedor e da equipe. Neste processo, também conta com apoio de parceiros como a Amazon e o SEBRAE (CENTRO SAPIENS, 2019).

Durante o programa de pré-incubação são oferecidos *workshops*, palestras e mentorias, nos temas proposta de valor, modelo de negócio, branding, finanças, marketing, formalização dos negócios, através de ferramentas como canvas, mapa de empatia e criação de pitch (COCREATION LAB, 2019) Em dados atuais, o *Cocreation Lab* conta com uma

rede de 66 parceiros e 28 mentores, 35 ideias pré-incubadas e 10 selecionados em editais de fomento (CENTRO SAPIENS, 2019).

Um dos aspectos relevantes deste processo é a junção de iniciativas do poder público, academia e a comunidade. O espaço proporciona um ambiente aberto para criação, no pensar soluções locais através da economia criativa. Por se tratar de atendimento presencial (frequência mínima de 20h por semana), com acesso a um *coworking*, o espaço permite maior engajamento entre os empresários (GOMEZ; WARKER; RODRIGUES, 2017). Outro diferencial da pré-incubadora é o *Co-creation Blás*, sendo um evento organizado para *networking* de entre empreendedores sobre aspectos de gestão e da inovação (CENTRO SAPIENS, 2019).

## 4.2 Porto Digital

O Porto Digital foi criado em 2000 no Centro Histórico do Recife (PE), no intuito de resolver o problema identificado como exportação de cérebros (ARAÚJO; BEZERRA, 2017). Ainda segundo Araújo e Bezerra (2017), havia investimentos na formação, mas a mão de obra formada acabava não ficando em Pernambuco ou não atuava na área. Paralelo a isso, o fechamento do porto localizado no bairro Recife Antigo ocasionou uma série de problemas, tais como o abandono da área, aumento da criminalidade, dentre outros (PORTO DIGITAL, 2019). Em uma iniciativa conjunta entre o governo do estado de Pernambuco, a academia e o mercado, foi instituído o Porto Digital. Atualmente, o Porto Digital é considerado um dos principais Parques Tecnológicos do Brasil (PORTO DIGITAL, 2019).

Os eixos de atuação do Porto Digital são *software* e serviços de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e Economia Criativa, com foco em games, multimídia, cine-vídeo-animação, música, fotografia e de-

sign. Em 2015, começou a atuar com tecnologias urbanas e futuro das cidades (PORTO DIGITAL, 2019).

Dentre as iniciativas direcionadas para a Economia Criativa, destacam-se o Armazém da Criatividade, em Caruaru-PE e a JUMP, em Recife-PE (PORTO DIGITAL, 2019).

### 4.2.1 Armazém da Criatividade

O Armazém da Criatividade é o primeiro polo de interiorização do Porto Digital, localizado em Caruaru, agreste de Pernambuco. Em funcionamento desde 2015, o Armazém da Criatividade atua conjuntamente com instâncias de ensino, ciência e tecnologia e faz uma ponte na articulação com empresas e governo (ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE, 2018). Conta com alguns equipamentos em sua estrutura, como *coworking* e salas empresariais, laboratórios, salas de treinamento e a incubadora (PORTO DIGITAL, 2019). Os laboratórios são divididos em três núcleos funcionais, sendo:

- ▶ **CRIAÇÃO** - laboratórios de design gráfico, de produto e de moda, modelagem 3D, desenvolvimento de games e animação;
- ▶ **PROTOTIPAÇÃO** - laboratórios de digitalização e impressão 3D, produção gráfica e produção de vestuário;
- ▶ **EDITORIAL DE MODA** - estúdios de fotografia e vídeo, mixagem e pós-produção audiovisual.

Na incubadora, já passaram 34 empresas das áreas de Tecnologia da Informação e Economia Criativa, sendo estas nos segmentos de multimídia (desenvolvimento de *software*), audiovisual (desenvolvimento de games e artefatos de animação), fotografia (*design* de produto, *Toy Art*, gráfico e de moda) e música (editorial de moda, abrangendo fotografia, audiovisual e publicação).

Os ciclos de incubação têm duração de um ano (ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE, 2019).

Durante a seleção, os empreendedores passam por duas etapas, sendo análise das propostas e entrevista (*pitch day*). Dentre os critérios analisados, estão conhecimento do problema/oportunidade, produto/grau de inovação; modelo de negócio, oportunidade de negócio, posicionamento competitivo e capacidade de desenvolvimento da solução e do empreendimento (ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE, 2018).

O processo de incubação está estruturado em etapas, sendo as ações divididas por trimestres. A primeira delas é a modelagem do negócio, onde devem ser elaborados o *Business Model Canvas* e o Mínimo Produto Viável (MPV). Em seguida, trabalha-se o lançamento do produto, momento em que se exige a formalização do empreendimento. A terceira etapa se refere à maturação do negócio, por meio dos *feedbacks* da interação com o cliente na etapa anterior. E por fim, estratégia de crescimento, onde o empreendedor estrutura sua trajetória fora da incubação (ARAMAZEM DA CRIATIVIDADE, 2018).

Como principais benefícios, a incubadora oferece o fazer parte da estrutura do Porto Digital, proporcionando o acesso a conexões relevantes; menor custo de transação, facilitando o relacionamento com empresas, governo e academia; presença em um ambiente de inovação dinâmico; acesso a projetos de fortalecimento e competitividade, através de capacitações e acompanhamento de mentores (ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE, 2018).

Além de mentorias, assessorias e treinamentos os incubados têm acompanhamento diário do gestor da incubadora. Os conteúdos trabalhados são relacionados à tecnologia, finanças, mercado, gestão e desenvolvimento do empreendedor. Este último aspecto é rele-

vante, pois está focado no desenvolvimento humano do empreendedor e em seu comportamento. Neste âmbito, o atendimento é customizado, de acordo com a necessidade do empreendedor, levando em conta suas características comportamentais. Este pode ser considerado um diferencial da incubação, tendo em vista o olhar sobre o indivíduo, não ficando restrito apenas à técnica (ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE, 2019).

#### 4.2.2 JUMP

A *JUMP* foi inaugurada em 2012, sendo caracterizada como “um ambiente de estímulo ao desenvolvimento de *startups* inovadoras e de alto potencial de crescimento” (*JUMP*, 2019). O foco das atividades da *JUMP* estão em TIC e Economia Criativa. Com estrutura semelhantes ao Armazém da Criatividade, a *JUMP* oferece também espaços de *coworking* e reuniões, tendo como diferencial o programa de aceleração e também a estrutura do Portomídia, que conta com espaços de trabalho, laboratórios para finalização de áudio, imagem e vídeo, prototipagem, interatividade e animação e uma galeria digital (PORTO DIGITAL, 2012).

Em sua chamada pública de 2019, o programa de incubação abrange os empreendimentos da economia criativa nas seguintes áreas:

- ▶ **ARTES:** cine-vídeo-animação, música, fotografia e demais expressões artísticas que façam uso de tecnologia;
- ▶ **DESIGN:** arquitetura, moda, paisagismo, design gráfico;
- ▶ **ENTRETENIMENTO:** organização de eventos, esportes, jogos digitais;
- ▶ **PUBLICIDADE:** editoriais, social mídia, *marketing*.

A seleção ocorre por meio de análise das propostas e entrevistas. Nos critérios de avaliação, estão o perfil e disponibilidade dos empreendedores, conhecimento do problema e mercado, produto/grau de inovação, modelo de negócio e gestão, oportunidade de negócio e capital. A duração do programa é de 8 meses e “oferece mentorias, treinamentos, consultorias nas áreas tecnológica e de negócios, infraestrutura de trabalho, apoio à participação em eventos e *networking* com potenciais clientes e investidores” (PORTO DIGITAL, 2019).

Um importante diferencial oferecido pela JUMP é a redução de encargos, a exemplo do Imposto Sobre Serviço (ISS) que cai de 5% para 2%, a redução de até 25% do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) ou a sua isenção total por 10 anos em caso de ocupação de prédios no Centro Histórico do Recife, localização geográfica do Porto Digital (PORTO DIGITAL, 2019).

O programa de incubação da JUMP, proposto em 2019, está dividido em etapas, conforme apresenta o quadro 1:

QUADRO 1 – ETAPAS DE INCUBAÇÃO DA JUMP

MÓDULO	CONTEÚDOS
EMBARQUE 1 MÊS	Diagnóstico Inicial; Propósito; <i>Causation x Effectuation</i> Formação da Equipe Alinhamento Estratégico
VALIDAÇÃO E MODELAGEM 1 MÊS	<i>Design Thinking</i> <i>Lean Startup</i> <i>Minimum Viable Product (MVP)</i> <i>Pitch</i> Metodologias Ágeis Definição de objetivos e métricas
VENDAS 2 MESES	Receitas Custos e Despesas Modelo de Receita Precificação Funil de Vendas Metodologia <i>Spin Selling</i> Técnicas de Negociação
CRESCIMENTO 2 MESES	Estratégicas de <i>Marketing</i> Posicionamento no Mercado Métricas de Crescimento Necessidade de Capital
SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA 1 MÊS	Projeção Financeira Custo de Aquisição de Cliente <i>Lifetime Value</i>
INVESTIMENTOS 1 MÊS	<i>Valuation</i> Captação de Investimento Internacionalização

Fonte: Porto Digital (2019) – adaptado pelos autores

Além do acompanhamento de mentores, há uma equipe de gestores responsável pelas avaliações bimestrais, nos itens empreendedor, gestão, mercado, capital e produto, sendo este um critério de permanência ou não das empresas no programa (ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE, 2018).

Os incubados também têm acesso a assessorias, consultorias, *networking* com a rede de parceiros do Porto digital, a exemplo do SEBRAE, Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia de Pernambuco (FACEPE), Governo Federal e Governo de Pernambuco. A graduação das empresas incubadas ocorre em um evento chamado *Demo Day*, onde são apresentados os resultados da incubação para a sociedade, mídia e possíveis investidores (ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE, 2019).

Além das incubadoras em Recife e Caruaru, o Porto digital oferece o programa Mind the Bizz, realizado em parceria com o SEBRAE (PORTO DIGITAL, 2019). Consiste em um processo de pré-incubação através de oficinas, mentorias e outras atividades voltadas para potenciais empresários e pequenas empresas com projetos inovadores e com ideia estruturada (MVP ou protótipo) nas áreas de TIC, jogos digitais, audiovisual, animação música, design ou fotografia. O *Mind the Bizz* tem duração de 10 semanas e seu objetivo consiste em preparar estes empreendedores para programas de incubação e/ou aceleração, além de alinhar a proposta de valor ao que seus potenciais clientes esperam, proporcionando maiores chances no mercado (PORTO DIGITAL, 2019).

#### 4.3 Rio Criativo

A Incubadora Rio Criativo foi criada em 2010, pela Secretaria Estadual da Cultura do Rio de Janeiro, como fruto de uma política cultural estimulada pelo então Ministério da Cultura,

sendo esta a primeira incubadora governamental brasileira de empreendimentos criativos (MELO e ZARDO, 2014). O ciclo de incubação tem duração de 1 ano e 6 meses e a seleção ocorre mediante submissão de edital (RIO CRIATIVO, 2019).

O programa de incubação conta com consultorias, oficinas, palestras, com foco na capacitação e desenvolvimento de negócios. Há acompanhamento diário da equipe de incubação, além de realização de diagnósticos que personalizam o atendimento de acordo com as necessidades de cada empreendimento (RIO CRIATIVO, 2019).

Os setores criativos que podem participar dos processos seletivos são audiovisuais, artesanato, arquitetura e restauro, artes cênicas, artes plásticas, cultura popular, design, educação, eventos, gastronomia, jogos, moda, mercado editorial, música, publicidade, rádio, TV e software aplicado à economia criativa e turismo (RIO CRIATIVO, 2019).

O programa de incubação conta com capacitações em seu processo seletivo, com as seguintes temáticas: formação em noções de empreendedorismo (atitude empreendedora; mercado e inovação, e plano de negócios); plano de negócios avançado; e orientação individual para construção do plano de negócios. (RIO CRIATIVO, 2019).

A classificação final ocorre mediante análise dos Planos de Negócios, sendo o intuito da incubadora o “apoio no desenvolvimento dos produtos e serviços, plano de ação, inovação, gestão e comercialização” (PUC RIO, 2009). As atividades e serviços do processo de incubação são apresentadas abaixo:

- ▶ Serviços de apoio para a legalização do empreendimento, no caso de informais;
- ▶ Consultoria e orientação para a execução dos planos de negócios, planejamento estra-

tético e plano de *marketing*;

- ▶ Serviços de assessoria jurídica, assessoria de imprensa, programação visual, recrutamento e seleção de recursos humanos;
- ▶ Participação em eventos para geração de oportunidades de negócios entre empreendedores criativos e possíveis clientes e parceiros;
- ▶ Disponibilidade de espaço físico e serviços de infraestrutura para uso compartilhado entre os empreendimentos incubados: salas de reuniões e auditório;
- ▶ Acompanhamento dos empreendimentos por equipe especializada.

A incubadora está em seu terceiro ciclo, sendo incubadas até o momento, segundo informações do site da Rio Criativo, 33 empresas, que receberam mais 2000 horas de consultoria e treinamentos, geraram 130 empregos diretos e 500 indiretos. Ainda segundo informações do site, nos dois ciclos finalizados, houve a soma de faturamento e recursos imobilizados em torno de 15 milhões de reais pelas empresas participantes (RIO CRIATIVO, 2019).

#### 4.4 Considerações sobre os Modelos de Incubação Analisados

Os quatro casos de incubação, embora estejam em locais com realidades distintas, apresentam semelhanças em sua operação. Observa-se que todas são presenciais, sendo necessário que os empreendedores frequentem o local, durante uma carga horária mínima. Este processo estimula a geração de *networking* e conhecimento de outras realidades empresariais que podem, por vezes, abrir os horizontes dos empresários.

Outro ponto similar está no cuidado com a pré-seleção. O perfil de empresários da eco-

nomia criativa, como já citado anteriormente, exige maior acompanhamento, sendo necessário ambientar sobre a gestão de negócios e do próprio processo de incubação, para que haja maior chance de sucesso ao ingressar no programa.

Diferentemente de outros modelos de incubação, quando se trata de incubadoras da economia criativa, pode-se observar nos modelos discutidos, a importância do trabalho comportamental do empreendedor além do trabalho sobre a técnica, tendo em vista a alta intangibilidade dos empreendimentos, além do perfil comum aos empreendedores. O acesso a laboratórios e outros equipamentos específicos às atividades criativas também podem ser destacados como ponto positivo em relação a outros perfis de incubadoras.

Além disso, observou-se como característica comum o tratamento humanizado, tendo em vista a intangibilidade do trabalho intelectual criativo, sendo ele único e carregado de características dos empreendedores. O trabalho realizado em prol do desenvolvimento empresarial contribui para manutenção destes negócios no mercado aumentando suas chances de sobrevivência.

Por fim, modelos pré-concebido de incubação, amplamente usados com negócios tradicionais, ganham novos formatos para empreendimentos da economia criativa, inclusive permitindo o aumento de políticas que trabalhem também em conjunto com a academia e o setor produtivo.

Na página seguinte, pode-se observar no quadro 2, características destacadas como diferenciais das incubadoras de economia criativa objetos deste estudo, e à qual(is) correspondem às práticas:

**QUADRO 2: CARACTERÍSTICAS SEMELHANTES ENTRE INCUBADORAS DA ECONOMIA CRIATIVA**

CARACTERÍSTICAS	INCUBADORAS
Revitalização de espaços públicos	Centro Sapiens Porto Digital ( <i>JUMP</i> )
Diversificação das atividades produtivas	Centro Sapiens Porto Digital ( <i>JUMP</i> e Armazém da Criatividade) Rio Criativo
Relação forte com parceiros de diferentes esferas de atuação	Centro Sapiens Porto Digital ( <i>JUMP</i> e Armazém da Criatividade) Rio Criativo
Escolha de áreas conforme vocação expressiva no território de atuação	Centro Sapiens Porto Digital ( <i>JUMP</i> e Armazém da Criatividade) Rio Criativo
Foco em desenvolvimento empresarial	Centro Sapiens Porto Digital ( <i>JUMP</i> e Armazém da Criatividade) Rio Criativo
Acompanhamento por equipe especializada	Centro Sapiens Porto Digital ( <i>JUMP</i> e Armazém da Criatividade) Rio Criativo
Realização de eventos para networking e formação	Centro Sapiens Porto Digital ( <i>JUMP</i> e Armazém da Criatividade) Rio Criativo
Retenção de talentos no local	Porto Digital ( <i>JUMP</i> )
Acesso a laboratórios especializados às atividades criativas	Porto Digital ( <i>JUMP</i> e Armazém da Criatividade)
Infraestrutura com espaços individuais e de coworking	Centro Sapiens Porto Digital ( <i>JUMP</i> e Armazém da Criatividade) Rio Criativo
Acesso a programas de pré-incubação	Centro Sapiens Porto Digital ( <i>JUMPP</i> e Armazém da Criatividade) Rio Criativo
Acesso a programas de aceleração	Porto Digital ( <i>JUMP</i> )
Programas de isenção/redução de tributos	Porto Digital ( <i>JUMP</i> )

Fonte: Elaborado pelos autores

Como ponto fraco, não foi observado nos documentos e demais materiais analisados, programas específicos de proteção intelectual dos ativos gerados dentro do processo de incubação. Há o acompanhamento jurídico em todas elas, entretanto, nada que estimule o uso dos instrumentos de propriedade intelectual a todos os incubados.

## 5. CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo identificar as principais características de operação de incubadoras voltadas para empreendimentos da economia criativa, identificando os pontos mais relevantes de operação. Para tanto, foram analisadas quatro diferentes incubadoras que possuem atendimento a empreendimentos da economia criativa, cada uma com realidades, contextos e modos de operação peculiares.

Um ponto importante observado durante o estudo é que existem modelos específicos e que dão resultados no tocante ao atendimento à economia criativa, algo que pode ser constatado através de números postos. Para além disso, também houve em alguns casos, estímulo por parte do poder público, ao se enxergar a força deste setor no tocante à inovação, sendo as incubadoras um importante instrumento para fortalecê-lo.

Os exemplos escolhidos representam equipamentos que decidiram abrir/incluir em suas atividades os segmentos da economia criativa, como a *JUMP* e do Armazém da Criatividade, e outros que foram desenvolvidos por meio de políticas públicas, como o Centro *Sapiens* e o Rio Criativo, sendo uma forma de incentivo para o desenvolvimento das cidades, em um cenário em que as incubadoras representam um instrumento catalisador para os empreendimentos. Em especial, a incubadora Rio Criativo pode ser considerada uma referência, pois partiu de uma iniciativa pública ao perceber o poten-

cial das atividades criativas e culturais na localidade, sendo a precursora em termos de iniciativa do estado. Além do mais, todas as incubadoras apresentam em seu escopo, no mínimo, alguma relação com o poder público.

Uma das mais importantes contribuições que podem ser deixadas pelas incubadoras, consiste na rede empresarial que se forma. Independente do setor econômico, quando grupos de empresários conseguem trabalhar em conjunto, mesmo que com objetivos individuais diferentes, há uma nova dinâmica criada. A realização dos eventos contribui com este aspecto, tornando a comunicação entre eles mais fluída e possibilidade de parcerias mais real. Além disso, as incubadoras são importantes centros de referências para solução de problemas da sociedade. Ao estimular a criação de novos modelos de negócios ou melhoria dos existentes, elas fortalecem a economia local, permitindo a diversificação econômica, principalmente em momentos de transição e crises das economias tidas como tradicionais.

Acredita-se que, a exemplo das incubadoras para empreendimentos criativos observadas neste estudo, este seja um importante instrumento a ser melhor investigado e fomentado. De acordo com as características de cada localidade, essas incubadoras podem representar um salto qualitativo na forma de se promover inovação nos ambientes, além de tantos outros gargalos que foram resolvidos por meio da economia criativa. A inovação é um processo criativo e os habitats de inovação são instrumentos fundamentais para o desenvolvimento desse tipo de atividade e da capacidade da região em oferecer soluções para mitigar o impacto do desemprego e baixa renda.

Recomenda-se a proposição de políticas públicas de fomento para o desenvolvimento e institucionalização dos habitats de inovação, em especial no tocante à economia criativa.

Há necessidade de geração de dados que retratem melhor os ganhos que este setor pode trazer às cidades e que justifiquem toda a sua força de transformação econômica e social que já é realizada por estas empresas.

## 6. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

ANPROTEC; MCTI. Estudo, Análise e Proposições sobre as Incubadoras de Empresas no Brasil – relatório técnico. – Brasília: ANPROTEC, 2012.

\_\_\_\_\_. Perguntas frequentes [2018]. Disponível em: <<http://anprotec.org.br/site/sobre/incubadoras-e-parques/perguntas-frequentes/>>. Acesso em: 30 de maio 2019.

ARANHA, J. A. S. Mecanismos de geração de empreendimentos inovadores: mudança na organização e na dinâmica dos ambientes e o surgimento de novos atores. [2016]. Disponível em: <<http://anprotec.org.br/site/ebooks/mecanismos-de-geracao-de-empreendimentos-inovadores/>>. Acesso em 16 de out. 2018.

ARAÚJO, M. L. B.; BEZERRA, C. R. A. Ações do Porto Digital para o Incremento da Produção Audiovisual em Pernambuco. XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste - Fortaleza - CE [2017]. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-1051-1.pdf>>. Acesso em 14 de maio de 2019.

ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE. Chamada de novos negócios inovadores para incubação no Armazém da Criatividade - 2018.2. Caruaru: PORTO DIGITAL, 2018.

\_\_\_\_\_. Dados sobre incubação, laboratórios e ambientes. Disponível em: <<http://armazemdacriatividade.org/#about>>. Acesso em 30 de maio de 2019.

CENTRO SAPIENS. Cocreation Lab - o programa, FAQ e *Cocreation Blás*. Disponível em: <<https://centrosapiens.com.br/cocreationlab/>>. Acesso em 25 de maio de 2019.

COCREATION LAB. Chamada Pública para Ingresso no *Cocreation Lab* - ACIF 2019.1 - Seleção de Projetos para a Pré-Incubação. Disponível em: <<https://www.acif.org.br/wp-content/uploads/2019/01/Edital-Cocreation-Lab-Acif-Turma-5-2.pdf>>. Acesso em 12 de maio de 2019.

CORREIA, A. M. M.; GOMES, M. L. N. Habitat's de inovação na economia do conhecimento: identificando ações de sucesso. Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 32-54, abr./jun. 2012.

DE PINHO, L. M. F. Creative business entrepreneurship: the Portuguese creative business incubators. International Journal of Transitions and Innovation Systems, v. 1, n. 4, p. 367-382, 2011. EVANS, G. Creative cities, creative spaces and urban policy. Urban studies, v. 46, n. 5-6, p. 1003-1040, 2009.

FIGUEIREDO, P. C. N.; VEDOVELLO, C. Incubadora de inovação: que nova espécie é essa?.

RAE Eletrônica, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 1-18, 2005.

FIRJAN. Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. Mapeamento da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro: Firjan, 2012.

FLORIDA, R. A ascensão da classe criativa. Porto Alegre: LP&M, 2011.

GOMEZ, L. S. R.; WARKER, D. D.; RODRIGUES, R. B. Centro *Sapiens*: Economia Criativa aplicada no Centro Histórico Leste de Florianópolis. e-Revista LOGO - v.6 n.2 2017 - ISSN 2238-2542  
GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

HOWKINS, J. Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas. Tradução de A. Griesi. São Paulo: M. Books do Brasil, 2013.

JESUS, D. S. V. Mar próximo, cidade distante: Economia Criativa e regeneração urbana em Lisboa e Rio de Janeiro. Chapecó: Revista Grifos, N. 43, 2017.

JUMP. Sobre a JUMP. Disponível em: <<http://www.jumpbrasil.com/sobre-a-jump>>. Acesso em 31 de maio de 2019.

MARKUSEN, A. et al. *Defining the creative economy: Industry and occupational approaches*. *Economic development quarterly*, v. 22, n. 1, p. 24-45, 2008.

MELO, R. E. S.; ZARDO, J. B. G. Rio Criativo: política pública de formação, qualificação e de incubação de empreendedores nos setores criativos do Estado do Rio de Janeiro. V Seminário Internacional - Políticas Culturais. Setor de Políticas Culturais – Fundação Casa de Rui Barbosa: Rio de Janeiro, 2014.

OCDE - *Organization for Economic Co-operation and Development*. Manual de Oslo: Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação (3a ed., Finep, Trad.). Rio de Janeiro: Author; Eurostat; Finep, 2005.

PORTO DIGITAL. Chamada pública para incubação de empreendimentos da Economia Criativa no Porto Digital (CP 01/2012). Porto Digital: 2012.

\_\_\_\_\_. Edital para o programa de incubação - Chamada 2019.1. Porto Digital: 2019.

\_\_\_\_\_. *Mind the Bizz*. Disponível em: <<http://www.portodigital.org/diferenciais/empreendedorismo/mind-the-bizz>>. Acesso em 10 de maio 2019.

\_\_\_\_\_. Armazém da Criatividade. Disponível em: <<http://www.portodigital.org/diferenciais/equipamentos/armazem-da-criatividade>>. Acesso em 10 de maio 2019.

\_\_\_\_\_. O que é o Porto Digital. Disponível em: <<http://www.portodigital.org/parque/o-que-e-o-porto-digital>>. Acesso em 11 de maio 2019.

PUC RIO. O projeto Rio Criativo - 2009. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio>>.

[br/17524/17524\\_5.PDF](http://br/17524/17524_5.PDF). Acesso em 02 de junho de 2019.

REIS, Ana C. F. (Org.). Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural; Garimpo de Soluções, 2008.

RIO CRIATIVO. Núcleo de Incubação. Disponível em: <<http://riocriativo.com/incubadora/empresas>>. Acesso de 02 de junho de 2019.

SEBRAE. Estratégia Nacional de Atuação - Economia Criativa. Plano Estratégico 2019. Brasília: Sebrae, 2018.

SILVEIRA, D. T.; CÓRDOVA, F. P. Métodos de pesquisa / [organizado por Tatiana Engel Gerhardt e Denise Tolfo Silveira] coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

SOUZA, I. A. J. (Re)pensando a economia criativa: desenvolturas empreendedoras no Brasil e em Portugal. Brasília: Sebrae, 2018.

STEFKO, R.; STEFFEK, V. *A study of creative industry entrepreneurial incubation. Polish Journal of Management Studies*, v. 15, 2017.

UNCTAD. *United Nations Conference on Trade and Development. Creative Economy: Report 2008*. Genebra: Nações Unidas, 2008.

YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZARDO, J.; KORMAN, S. O empreendedor cultural e a questão da diferença. In ZARDO, J. e colaboradores. Incubadoras Culturais, do negócio da cultura à cultura dos negócios: um guia de planejamento e gestão. / Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores. Brasília: ANPROTEC & SEBRAE, 2005.