

Denise Pereira
Maristela Carneiro
(Organizadoras)

Investigação Científica nas Ciências Sociais Aplicadas 4



Denise Pereira
Maristela Carneiro
(Organizadoras)

Investigação Científica nas Ciências Sociais Aplicadas 4



2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Chefe: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Geraldo Alves
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof^a Dr^a Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof^a Dr^a Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Sandra Regina Gardacho Pietrobom – Universidade Estadual do Centro-Oeste
Prof^a Dr^a Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof^a Dr^a Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof^a Dr^a Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
162	<p>Investigação científica nas ciências sociais aplicadas 4 [recurso eletrônico] / Organizadoras Denise Pereira, Maristela Carneiro. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (Investigação Científica nas Ciências Sociais Aplicadas; v. 4)</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-65-81740-35-1 DOI 10.22533/at.ed.991192312</p> <p>1. Ciências sociais. 2. Investigação científica. 3. Pesquisa social. I. Pereira, Denise. II. Carneiro, Maristela. III. Série.</p> <p style="text-align: right;">CDD 300.72</p>
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Os pensadores que realizaram as primeiras investidas efetivas no campo dos estudos sociológicos em fins do século retrasado, nomes como Marx e Durkheim, ocuparam-se de pintar com uma paleta científica paisagens até então dominadas pelas cores planas e pouco variadas do senso comum, do pensamento religioso e de uma ampla cadeia de preconceitos. Para estes pensadores, o desafio era desenvolver regras gerais e algo semelhante a uma física para uma matéria prima aparentemente tão amorfa e envolta em tabus quanto o complexo emaranhado de relações estabelecidas no seio das aglomerações humanas.

A afirmação de que, em relação a outros campos de conhecimento, as Ciências Sociais são jovens, já se converteu em uma máxima confortável, demasiado utilizada. Por um lado, é certo que o interesse por observar os fenômenos sociais à luz do método científico se articulou concretamente entre os séculos XIX e XX, mas estes fenômenos já haviam sido estudados, ainda que em menor escala, mediados por outros filtros.

Talvez em razão disso, as Ciências Sociais se debatam, na economia simbólica do cotidiano, com lutas ainda mais ferozes que outros saberes mais estabelecidos. Há quem questione a forma do planeta, o nível de participação humana no aquecimento global ou a efetividade das vacinas, especialmente nos dias em que vivemos, quando a negação da validade do conhecimento de ordem científica cresce a olhos vistos. Entretanto, a rejeição em relação aos conhecimentos que a Física, a Geografia e a Biologia têm a oferecer ainda é pequena em comparação àqueles que emanam das Ciências Sociais e de sua área irmã, as Humanidades.

São realmente muitos os tabus envoltos na vida em sociedade, dado o volume de tópicos fundamentais à vida em sociedade que são considerados por vezes imperscrutáveis. A religião. O gênero. As dinâmicas de classes. As relações econômicas como um todo. O significado de determinados papéis sociais enquanto lugares de prestígio ou de repulsa. Tudo isso concerne às Ciências Sociais. Tudo isso é problemático, subjetivo e indiscutível para quem vê a realidade através das lentes de preconceitos que sequer compreende como surgiram e funcionam. Cabe, deste modo, aos estudos aqui apresentados, a tarefa de cometer esse delito social, discutindo o indiscutível.

Boa leitura!

Denise Pereira
Maristela Carneiro

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
EDUCAÇÃO AMBIENTAL E O TRABALHO INTERDISCIPLINAR NAS ESCOLAS DE EDUCAÇÃO BÁSICA: UM DESAFIO A SER SUPERADO	
Erotilde Mendes Ribeiro	
DOI 10.22533/at.ed.9911923121	
CAPÍTULO 2	15
CURRÍCULO INTERCULTURAL, INSERÇÃO SOCIAL E PRÁTICAS DE INCLUSÃO: PERCEPÇÃO DO DOCENTE INDÍGENA SOBRE O ATENDIMENTO EDUCACIONAL ESPECIALIZADO (AEE)	
Catarina Janira Padilha Leila Soares de Souza Perussolo	
DOI 10.22533/at.ed.9911923122	
CAPÍTULO 3	28
A NECESSIDADE DO ESTUDO DO EMPREENDEDORISMO NO ENSINO MÉDIO	
Jordana Franke Guerreiro Diogo Daniel Marques Drum Malu Napp dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.9911923123	
CAPÍTULO 4	41
CONTRIBUIÇÕES DO USO DA METODOLOGIA ATIVA DE ENSINO-APRENDIZAGEM <i>CHALLENGE BASED LEARNING</i> NO CURSO TÉCNICO EM MANUTENÇÃO AUTOMOTIVA	
Bruno Silva Costa Queila Pahim da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.9911923124	
CAPÍTULO 5	54
EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA VIA RÁDIO E REDES SOCIAIS COMO FOMENTADORA DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA	
Jéssica Alves da Motta Danielle Rosa Nascimento Ana Júlia Teixeira Senna Sarmento Barata	
DOI 10.22533/at.ed.9911923125	
CAPÍTULO 6	62
O USO DA PESQUISA-AÇÃO NA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DAS EMPRESAS INCUBADAS EM UMA INCUBADORA DE BASE TECNOLÓGICA DO SUL DO BRASIL	
Émerson Oliveira Rizzatti Roseclair Lacerda Barroso Sebastião Ailton da Rosa Cerqueira-Adão	
DOI 10.22533/at.ed.9911923126	

CAPÍTULO 7	83
SISTEMA TUTOR INTELIGENTE PARA AUXILIAR CRIANÇAS EM PROBLEMAS COM OPERAÇÕES ARITMÉTICAS DE ADIÇÃO	
Danilo Rodrigo Cavalcante Bandeira Diego Silveira Costa do Nascimento Anne Magaly de Paula Canuto	
DOI 10.22533/at.ed.9911923127	
CAPÍTULO 8	94
UNIVERSIDADES CORPORATIVAS: UMA REFLEXÃO SOB A ÓTICA DA TEORIA DA APRENDIZAGEM ORGANIZACIONAL	
Gislaine Dias Ana Cláudia de Oliveira Ré	
DOI 10.22533/at.ed.9911923128	
CAPÍTULO 9	105
ESTUDO ESTÉTICO SOBRE O CÔMICO E A IDEIA DO VAZIO	
Claryssa Suemi Oyama	
DOI 10.22533/at.ed.9911923129	
CAPÍTULO 10	117
BASE DE DADOS ELABORADA NUMA PLATAFORMA S.I.G. E DIRECIONADA PARA APLICAÇÕES EM “SMART CAMPUS”	
Fernando Rodrigues Lima Marcos Vinícius Silva Maia Santos Maria Lívia Real de Almeida Raphael Corrêa de Souza Coelho	
DOI 10.22533/at.ed.99119231210	
CAPÍTULO 11	133
CONTRIBUIÇÕES DO BISPO JOSÉ JOAQUIM DA CUNHA DE AZEREDO COUTINHO (1743-1821) AO PENSAMENTO ECONÔMICO NO BRASIL	
Rosalina Lima Izepão	
DOI 10.22533/at.ed.99119231211	
CAPÍTULO 12	146
CENTRO HISTÓRICO DE ARACAJU: LUGAR DE PERTENCIMENTO DO POVO ARACAJUANO	
Itala Margareth Ranyol Aben-Athar Aline Andrade Santos Lício Valério Lima Vieira	
DOI 10.22533/at.ed.99119231212	
CAPÍTULO 13	158
ESPAÇO TURÍSTICO DO CENTRO HISTÓRICO DE PENEDO-AL: BERÇO DA CULTURA ALAGOANA	
Aline Andrade Santos Itala Margareth Ranyol Aben-Athar Lício Valério Lima Vieira	
DOI 10.22533/at.ed.99119231213	

CAPÍTULO 14	171
MODELO DE FLUXOS MÚLTIPLOS: ATORES E FATORES INFLUENTES DA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DA BELÉM AMAZÔNICA	
Vânia Lúcia Quadros Nascimento Felipe da Silva Gonçalves Helena Doris de Almeida Barbosa Diana Priscila Sá Alberto	
DOI 10.22533/at.ed.99119231214	
CAPÍTULO 15	184
O LAZER E O TURISMO DE SAÚDE: A EXPERIÊNCIA NA CASA RONALD MCDONALD – BELÉM/PA	
Helena Doris de Almeida Barbosa Vinícius Silva Caldas Maria do Socorro Maciel Castro Daiany Clay Flexa Santos	
DOI 10.22533/at.ed.99119231215	
CAPÍTULO 16	196
PLANEJAMENTO MUNICIPAL E TURISMO: A EXPERIÊNCIA DO MUNICÍPIO DE BARCARENA (PA)	
Evelyn Cristina Castro Barros Vânia Lúcia Quadros Nascimento	
DOI 10.22533/at.ed.99119231216	
CAPÍTULO 17	209
CULTURA E VIDA: O SUICÍDIO INDÍGENA EM MUNICÍPIOS DE FRONTEIRA DO ESTADO DO AMAZONAS	
Izaura Rodrigues Nascimento José Vicente de Souza Aguiar	
DOI 10.22533/at.ed.99119231217	
CAPÍTULO 18	222
EMPREENDEDORISMO, INDÚSTRIA CRIATIVA E ECONOMIA CRIATIVA: UMA EVOLUÇÃO CONCEITUAL	
Audemir Leuzinger de Queiroz Celia Lima Paradela	
DOI 10.22533/at.ed.99119231218	
CAPÍTULO 19	237
ANÁLISE DOS FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO EM INCUBADORAS INSTALADAS NO RIO GRANDE DO SUL	
Émerson Oliveira Rizzatti Vitor Rodrigues Almada Émerson Oliveira Rizzatti Thiago Eliandro de Oliveira Gomes Daniel Gomes Mesquita Debora Nayar Hoff	
DOI 10.22533/at.ed.99119231219	

CAPÍTULO 20	247
REVISÃO SISTEMÁTICA SOBRE AS COMPETÊNCIAS COMPORTAMENTAIS DO EMPREENDEDOR	
Thiago Eliandro de Oliveira Gomes	
Émerson Oliveira Rizzatti	
Vitor Rodrigues Almada	
Darlen de Oliveira Almirão	
DOI 10.22533/at.ed.99119231220	
CAPÍTULO 21	259
PARQUES TECNOLÓGICOS: AMBIENTES DE INOVAÇÃO	
Carlos Henrique Lucena	
DOI 10.22533/at.ed.99119231221	
CAPÍTULO 22	271
TRANSPORTE ALTERNATIVO NO RIO DE JANEIRO: UMA ESTRATÉGIA DE CONTORNAMENTO TERRITORIAL	
Leonardo Oliveira Muniz da Silva	
Giovani Manso Ávila	
DOI 10.22533/at.ed.99119231222	
CAPÍTULO 23	284
VIABILIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA DE LA REACTIVACIÓN DEL SERVICIO FERROVIARIO ROSARIO-CAÑADA DE GÓMEZ (ARG)	
Leonel Raúl Swistoniuk	
DOI 10.22533/at.ed.99119231223	
CAPÍTULO 24	296
A OPERAÇÃO LAVA JATO E OS ESCÂNDALOS MUDIÁTICOS LAVA JATO AND MEDIA SCANDALS	
Rafael D'Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.99119231224	
CAPÍTULO 25	314
IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO FORTALECIMENTO DO CRIME ORGANIZADO	
Maxwell Marques Mesquita	
Guilherme José Sette Júnior	
Lilian Barbosa Vieira	
DOI 10.22533/at.ed.99119231225	
CAPÍTULO 26	325
O LO-FI E A PRODUÇÃO DE SIGNOS EM UMA SOCIEDADE EM REDE	
Lucas Peluffo dos Santos Portilho	
César André Luiz Beras	
DOI 10.22533/at.ed.99119231226	

CAPÍTULO 27	333
O SACRIFÍCIO E A PERDA COMO FATORES RELEVANTES NA CONSTRUÇÃO DA NARRATIVA NOS JOGOS DIGITAIS: UM OUTRO OLHAR À JORNADA DO HERÓI	
Júlio César da Silva Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.99119231227	
CAPÍTULO 28	346
MEDIAÇÃO E APROPRIAÇÃO DO TEXTO LITERÁRIO: PARA UMA COMPREENSÃO ALÉM DOS ELEMENTOS EXPLÍCITOS DO TEXTO	
Ellen Valotta Elias Borges	
Mariana Rodrigues Gomes de Mello	
Lucilene Cordeiro da Silva Messias	
DOI 10.22533/at.ed.99119231228	
SOBRE AS ORGANIZADORAS	360
ÍNDICE REMISSIVO	361

EMPREENDEDORISMO, INDÚSTRIA CRIATIVA E ECONOMIA CRIATIVA: UMA EVOLUÇÃO CONCEITUAL

Data de aceite: 19/11/2019

Audemir Leuzinger de Queiroz

Produtor de Conteúdos Educacionais

audemir.leuzinger@gmail.com

Celia Lima Paradela

Professora da Universidade Veiga de Almeida/Rio

celiaparadela@gmail.com

RESUMO: O processo de saturação observado nos principais setores econômicos nos últimos tempos permite que empreendedores em potencial imaginem a possibilidade de consolidar novos modelos de negócios e novas indústrias para um novo cenário social e econômico. O uso das expressões Indústria Criativa e Economia Criativa tem sido intensificado nos círculos intelectuais, no ambiente de negócios, na academia e na mídia, apesar da bibliografia incipiente sobre o assunto. Os termos configuram um campo de conhecimento ainda em construção. O problema estudado se configura na questão de quais são os fatores básicos para a construção das definições atuais de Empreendedorismo, Indústria Criativa e Economia Criativa. O objetivo geral é conhecer a evolução desses conceitos ao longo do tempo. Foram utilizadas pesquisas exploratórias e bibliográficas. O artigo justifica-se pela já citada escassez de trabalhos que ofereçam

conhecimento nessa área, favorecendo sua aplicação em atividades empreendedoras. Conclui-se que o empreendedorismo evoluiu de acordo com as necessidades econômicas de cada época e sempre buscou suprir as necessidades do mercado, seja na prestação de serviços ou no desenho de novas ideias e produtos, criando uma associação com a definição que atualmente orienta, diferencia e destaca o empreendedorismo: a busca constante da inovação.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, Indústria Criativa, Economia Criativa.

1 | INTRODUÇÃO

No ambiente pós-industrial e pós-globalizado de hoje, onde predominam conhecimento, colaboração, aprendizado e informação, o processo de saturação observado recentemente nos principais setores da economia permite que empreendedores em potencial reconheçam a possibilidade de novos modelos de negócios e novas formas de melhor adaptação ao atual cenário social e econômico.

Mais recentemente, o uso das palavras *Indústria Criativa* e *Economia Criativa* foi intensificado nos círculos intelectual,

empresarial, acadêmico e de mídia, apesar da escassa literatura.

A contemporaneidade e a relevância do tema alertam que ambos os termos configuram um campo de conhecimento em rota crescente e ritmo de formatação contínua. É importante aprofundar os conceitos do ponto de vista econômico e social.

Esses conceitos emergem em uma série de segmentos dinâmicos cujo comércio mundial está crescendo mais rapidamente que o resto da economia, independentemente do tipo de medição.

Ao conceituar o problema, podemos dizer que os conceitos de empreendedorismo, indústria criativa e economia criativa ainda estão evoluindo e que diferentes definições e formas de medição e caracterização são apresentadas em todo o mundo.

No entanto, há pouca dúvida sobre o que está no centro desses conceitos. As definições para o campo do empreendedorismo são diversas e não há consenso entre os autores e estudiosos do assunto. As pessoas que trabalham nesta área estão convencidas de que a consolidação de tais conceitos é importante.

Portanto, tentamos responder à pergunta sobre quais fatores fundamentais são cruciais para a construção das atuais definições de empreendedorismo, indústria criativa e a evolução em direção à visão da economia criativa.

2 | EMPREENDEDORISMO, UM NOVO AMBIENTE DE TRABALHO E NEGÓCIOS

O início do século XXI foi marcado por uma série de mudanças sociais, políticas, ambientais e econômicas. Essas mudanças requerem ajustes no modelo capitalista anteriormente praticado, cujos fundamentos da gestão organizacional ainda se baseiam no modelo fordista do início do século XX: verticalização, estrutura hierárquica, produção padronizada e trabalho assalariado. Esse modelo está sendo cada vez mais substituído por processos horizontais, networking, desenvolvimento de conhecimento, aprendizado e necessidade de inovação constante (já que novos produtos são entregues mais rapidamente), dinâmica globalizada de negócios e o aumento da demanda através da diferenciação como diferencial para competitividade.

Isso é feito em um ambiente de tecnologia avançada que fornece condições sem precedentes para criatividade e inovação em todas as áreas da atividade humana. Equipados com computadores de alto desempenho, equipamentos e dispositivos com tecnologia avançada podem até adquirir habilidades cognitivas (ver, reconhecer, comunicação multimodal, raciocínio lógico). O acúmulo dessas habilidades permite aprendizado individual e organizacional, autonomia operacional e independência nos processos de tomada de decisão. Temos em vista evoluções impactantes: carros autônomos, robôs imitáveis e adaptáveis, sistemas inteligentes de diagnóstico

médico, gerenciamento integrado de fluxo de produtos, manutenção preventiva. Tudo isso, combinado com a computação em nuvem acessível, com a Internet das coisas e com instrumentos de pesquisas científicas muito mais poderosos, impulsiona a grandes avanços em genômica, neurociência, nanotecnologia, nanomateriais e armazenamento de energia.

Di Serio e Vasconcellos (2009) mencionam que no século XX a dimensão racional do conhecimento prevaleceu nas empresas. No entanto, incorporar o processo criativo e as dimensões do conhecimento nas organizações é um requisito atual e, portanto, é necessário alterar o modelo de governança individual ou corporativa. Numa abordagem sistêmica, as mudanças da humanidade não são mais progressivas, cumulativas e padronizadas, mas de maneira descontínua.

As organizações ao longo de sua existência e os pesquisadores reconhecem em sua experiência que mudanças potenciais ocorrem em várias áreas, como produto, serviço, mercado, negócios, estrutura organizacional, processo, tecnologia e comportamento.

Para entender as inter-relações entre a teoria organizacional e o fenômeno do empreendedorismo, é necessário aprofundar as análises teóricas e estabelecer novos elos entre elementos concretos de nossa dinâmica socioeconômica. Esse aprofundamento é necessário para entender que o empreendedorismo, por não ser esclarecido por uma única ciência e ainda estar estruturado como disciplina independente, produz várias formas de organização que encontram apoio teórico na Administração para entender a dinâmica dessas organizações impulsionadas pelos empreendedores.

2.1 Construção da visão de gestão empreendedora

Jean-Baptiste Say (1767-1832) foi um dos principais autores que não apenas lidou com economia, mas também com negócios, além da criação, desenvolvimento e gerenciamento de empresas. É considerado por Fillion (1999) como o pai do empreendedorismo, por ter sido o primeiro a lançar as bases para esse campo.

No início deste século, surgiu uma nova visão de desenvolvimento econômico e inovação, projetada por Joseph A. Schumpeter (1982). Sua teoria destacou o modelo econômico dinâmico no qual ocorrem as transformações que produzem o desenvolvimento econômico.

Conceitua que o empreendedor é responsável por fazer novas combinações. Essas combinações podem ser identificadas através da: introdução de um novo bem ou de uma nova qualidade de bem; introdução de um novo método de produção ou comercialização de um bem; abertura de novos mercados; conquista de novas fontes de oferta de matérias-primas ou de bens semimanufaturados; e estabelecimentos de

uma nova organização de qualquer setor industrial, abrangendo, assim, as coisas novas e as novas maneiras de se fazer.

Pesquisas mostram que as iniciativas nessa área no Brasil remontam à década de 1980. Geralmente, acredita-se que estudos e pesquisas, ou mesmo a promoção do empreendedorismo, estejam apenas começando. Timmons, do Babson College, Wellesley, citado por Dolabela (2002, p. 53), destaca: "*Estamos diante de uma revolução silenciosa, assim como a Revolução Industrial entrou no século XX*". Existem vários projetos governamentais para incentivar a cultura empreendedora a acelerar seu crescimento. As universidades também buscam cada vez mais difundir essa cultura, considerando uma trilha quase obrigatória na graduação e um caminho para novas competências.

Schumpeter (1982) foi o primeiro economista de renome a revisitar Say. Em seu clássico de 1911, *The Theory of Economic Development*, ele rompeu com a economia tradicional. Ele postulou que o desequilíbrio dinâmico criado pelo empreendedor inovador era a "*norma*" de uma economia saudável e a realidade central da teoria e prática econômica.

Schumpeter (1982) introduziu a noção de "*destruição criativa*". Esse é o mecanismo que mantém o capitalismo em movimento, e é o empresário que dirige esse mecanismo. Para Schumpeter, o empreendedor não é necessariamente alguém que investe capital inicial ou inventa o novo produto, mas aquele que tem a ideia do negócio. As ideias são impressionantes, mas nas mãos dos empreendedores elas se tornam poderosas e lucrativas. Visão e criatividade são menos óbvias. Para Schumpeter, "*novas combinações*", incluindo "*fazer coisas novas ou coisas que já foram feitas de uma nova maneira*", eram cruciais. O capitalista assumiu o risco. Mesmo que um "fundador" continue sendo responsável por sua organização, Schumpeter acredita que ele não desempenha mais um papel empreendedor assim que deixa de inovar.

Para Farrel (1997), a "*necessidade*" seria a fonte do empreendedorismo, o que levaria à criação de algo novo, à construção de um negócio ou ao comportamento competitivo, mesmo por um subordinado. Uma abordagem completa do empreendedorismo abrange aspectos culturais, psicológicos, econômicos e tecnológicos. Mas o espírito empreendedor está relacionado à satisfação de algumas necessidades, à disposição para enfrentar crises, ao uso de oportunidades, à simples curiosidade ou ao acaso. Independentemente da causa, a capacidade de inovação é percebida como um instrumento específico e integrado ao "espírito empreendedor".

A estruturação científica do fenômeno do empreendedorismo avançou significativamente nas últimas décadas. Embora outras ciências tenham séculos de idade, esse campo de pesquisa ainda é relativamente jovem e seu progresso é cada vez mais uma consequência da necessidade atual de entender a essência de sua

existência.

2.2 A era do empreendedor e gestão empreendedora

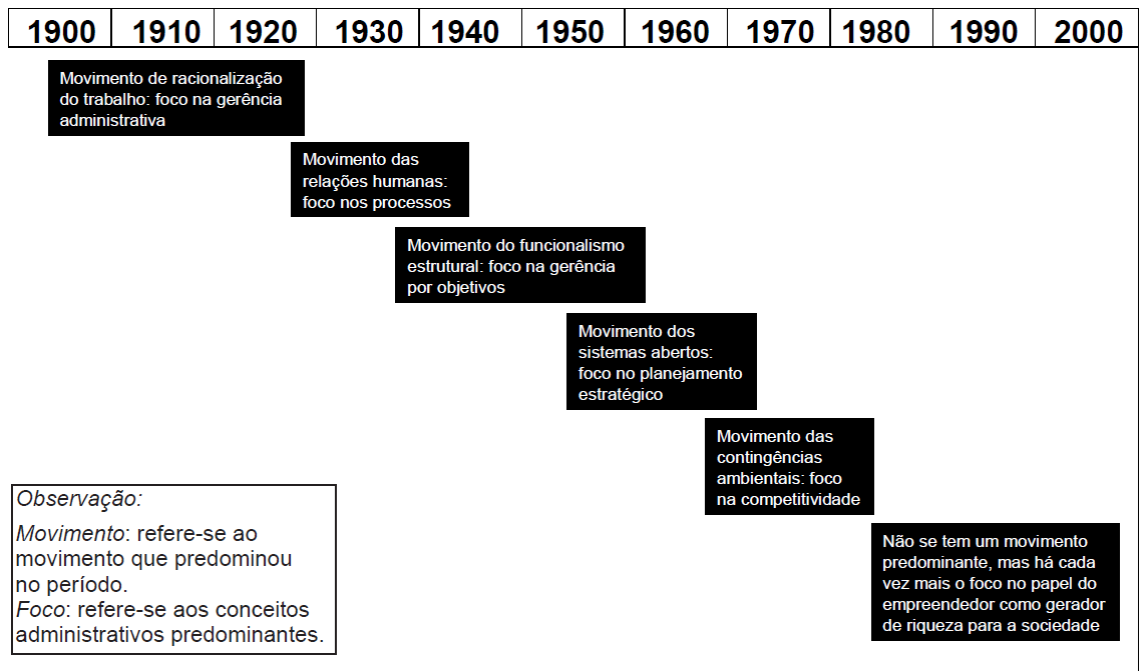
Alguns conceitos administrativos prevaleceram em certos períodos do século XX, em parte por causa do desenvolvimento sócio-político, cultural, tecnológico, desenvolvimento e consolidação do capitalismo.

A figura a seguir mostra quais desses conceitos foram os mais cruciais: no início do século, era o movimento de racionalização do trabalho; nos anos 30, o movimento pelas relações humanas; nas décadas de 1940 e 1950, o movimento funcionalismo estrutural; na década de 1960, o movimento Open Systems; na década de 1970, o movimento de contingências ambientais.

Atualmente, não existe movimento predominante, mas acredita-se que o empreendedorismo esteja mudando cada vez mais os negócios no mundo. O papel do empreendedor sempre foi fundamental para a sociedade. Por que o treinamento para empreendedores agora se intensifica? O que é diferente do que no passado?

O que é especial é que o progresso tecnológico, como mencionado anteriormente, é um ambiente muito mais favorável para os empreendedores. A economia, os meios de produção e os serviços também são altamente desenvolvidos. Portanto, hoje temos que formalizar o conhecimento que só foi adquirido empiricamente no passado. Portanto, a ênfase no empreendedorismo é muito mais devida a mudanças e velocidade tecnológicas, e não apenas a uma moda passageira. A competição na economia também força a aquisição de vários paradigmas individuais ou corporativos.

Portanto, o momento atual pode ser chamado de era do empreendedorismo, pois os empresários eliminam barreiras comerciais e culturais, reduzem distâncias, globalizam e renovam conceitos econômicos, criam novas relações de trabalho e empregos, quebram paradigmas e geram riqueza para os negócios.



Vinte anos atrás, era tolice um jovem formado se aventurar em um negócio próprio, pois os empregos oferecidos por grandes empresas nacionais e multinacionais e a estabilidade alcançada em cargos públicos eram muito convidativos e com bons resultados, além de bons salários, status e potencial de crescimento dentro da organização. O ensino da Administração mirava esse foco: treinar profissionais para administrar grandes empresas em vez de iniciar um negócio. Com a mudança desse cenário, nem profissionais experientes, nem jovens que procuram oportunidades de trabalho, nem escolas de administração foram preparados para o novo contexto. Alterar a visão de um tópico específico, redirecionar ações e repensar conceitos leva tempo para alcançar resultados práticos.

2.3 Classificação geral de empreendedores.

Os autores não são unânimes em relação aos tipos de empreendedores. Apresentamos a seguir algumas abordagens a este respeito.

Leite e Oliveira (2007) apresentaram a principal classificação para análise e estudo comparativo: Empreendedorismo de Oportunidades e Empreendedorismo de Necessidades (empresas fundadas por não haver alternativa).

2.3.1 O que é Empreender por Oportunidade

Segundo Shane (2003), o processo empreendedor é uma sequência de etapas da existência de uma oportunidade. O empresário decide tirar proveito das possibilidades oferecidas, devido às suas características e habilidades pessoais, bem como à sua atuação no ambiente. Nesse momento, ele busca os recursos necessários para definir sua estratégia empreendedora para organizar e executar o processo.

Para Saks e Gaglio (2002), identificar oportunidades de mercado é a principal ação do processo empreendedor para alcançar o progresso econômico e seu desenvolvimento. Portanto, são os sistemas sociais que permitem ao empresário descobrir, avaliar e usar oportunidades através da interdependência entre agente e sistema. O que ajuda o empreendedor a reconhecer oportunidades é, portanto, o meio, o contexto em que ele está inserido.

Baron (2004) argumenta que o reconhecimento de oportunidades está intimamente ligado às estruturas de conhecimento dos empreendedores. Esse reconhecimento requer uma percepção coerente entre fatores aparentemente não relacionados, como fatores tecnológicos, econômicos, políticos e sociais. e para isso eles precisam de conhecimento prévio para poder fazer essas conexões. Também é sabido que, ao acessar novas ideias de negócios originais e / ou mais abordagens do que as existentes, é possível. A habilidade de identificar oportunidades se caracteriza pela capacidade de identificar novas oportunidades de produtos e/ou prestação de serviços; perceber o que os outros não percebem, visualizar além, é o famoso “faro”.

2.3.2 O que é Empreender por Necessidade

As necessidades podem ser entendidas como um desequilíbrio interno do indivíduo ou a manifestação de uma deficiência, uma necessidade específica. Isso leva a tensões, insatisfação, desconforto e desequilíbrio (Lezana & Tonelli, 2004). Existem três maneiras de retornar ao equilíbrio: satisfação da necessidade, compensação (quando a necessidade é transferida para outro objeto) ou frustração (neste caso, permanece no indivíduo, podendo ou não retomar ao estado de equilíbrio). As necessidades são moldadas por características sociais, culturais e econômicas.

Neste texto, define-se operacionalmente o empreender por necessidade como um requisito de segurança ou sobrevivência. Os empreendedores por necessidade são, portanto, aqueles que iniciam um negócio motivado pela falta de uma alternativa satisfatória entre trabalho e renda. Por outro lado, os empreendedores de oportunidades são motivados pela percepção de um possível nicho de mercado.

2.3.3 Classificações Específicas

Outros autores realizaram classificações considerando características específicas dos tipos de empreendedorismo: Pessoa (2005) apresenta três tipos principais de empreendedores:

- a) O Empreendedor Corporativo (intraempreendedor ou empreendedor interno),
- b) O Empreendedor Start-up (que cria novos negócios/empresas)

c) Empreendedor Social (que cria empreendimentos com missão social).

O Empreendedorismo Corporativo pode ser definido como um processo de identificação, desenvolvimento, captura e implementação de novas oportunidades de negócios em um negócio existente.

O Empreendedor Start-up quer começar um novo negócio. Ele analisa o cenário e diante de uma oportunidade apresenta um novo empreendimento. Seus desafios são claros: oferta da demanda existente, que não foi adequadamente levada em consideração; buscar e apresentar diferenças competitivas em um mercado existente; vencer a concorrência; conquistar clientes; e alcançar a lucratividade e a produtividade necessárias à manutenção do empreendimento.

O processo de Empreendedorismo Social requer principalmente a reorganização das relações entre a comunidade, o governo e o setor privado, com base no modelo de parceria. O resultado final é a promoção da qualidade de vida social, cultural, econômica e ecológica sob a ótica da sustentabilidade.

O empreendedorismo social difere do empreendedorismo propriamente dito de duas maneiras: não produz bens e serviços à venda, mas resolve problemas sociais e não se destina a mercados, mas a populações em situações de risco social (exclusão social, pobreza, miséria, risco de vida).

Conforme Bennett (1992), um novo estilo empreendedor está surgindo, ele corresponde ao Ecoempreendedor. O ecoempreendedor trabalha em uma variedade de negócios, incluindo: coleta de materiais recicláveis para fábricas das quais surgem novos produtos; vendas para empresas e produtos públicos feitos de materiais reciclados; conversão de óleos de motor que seriam jogados em estradas sujas em lubrificantes de alta qualidade; reciclagem dos líquidos resfriados de aparelhos de ar condicionado quebrados ou desmontados; transformar embalagens plásticas de leite em um plástico parecido com “madeira”, que não apodrece nem exige manutenção; usar jornais velhos para fazer forragens baratas e resistentes a bactérias para animais de fazendas; transformar sedimentos e restos de alimentos em fertilizantes e corretivos de solo (Bennett, 1992).

Por fim, um último tipo de empreendedor é o Empreendedor Tecnológico. O perfil do empreendedor tecnológico é caracterizado pela familiaridade com o mundo acadêmico, pela busca de oportunidades de negócios na economia digital, pelo conhecimento e pela cultura técnica, que o levam a investir em nichos de mercado onde a sobrevivência é baixa, bem como pela falta de visão de negócios e conhecimento das forças de mercado (Instituto Euvaldo Lodi, 2010).

3 | EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Não seria possível falar sobre empreendedorismo sem se referir à inovação,

pois essa é a chave para fundar e manter um negócio. "*Os empreendedores inovam, a inovação é o instrumento específico do empreendedor*" (Drucker, 1987). A palavra inovação deriva dos termos latinos in e novare e significa fazer algo novo ou renovador.

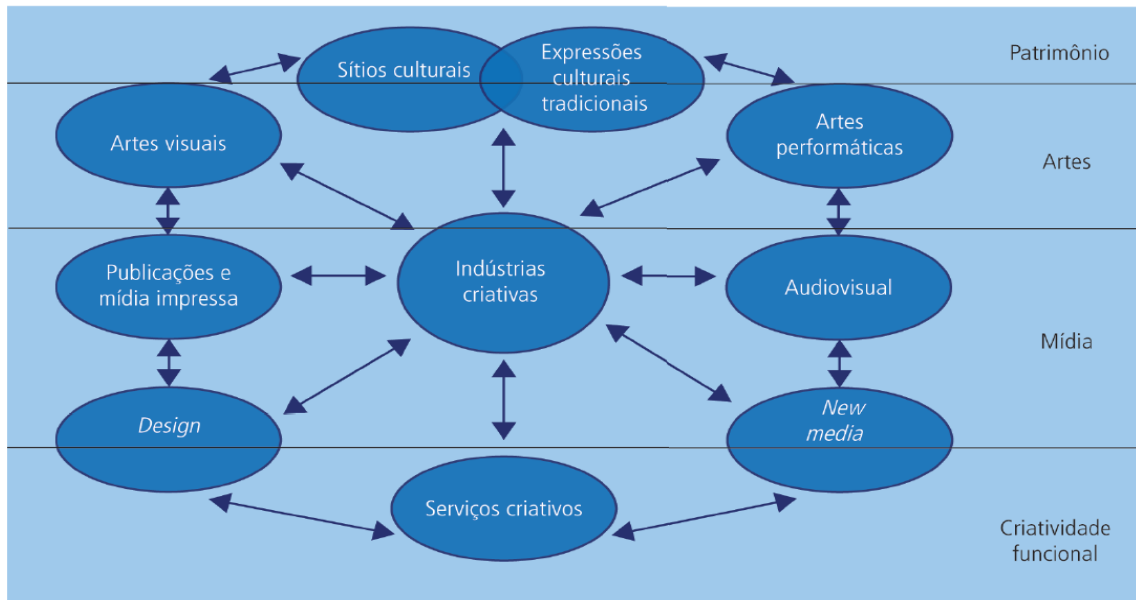
A inovação, segundo Drucker, é a capacidade de transformar algo que já existe em um recurso que gera riqueza. "[...] *Qualquer mudança no potencial de produção de recursos que ainda não existe é uma inovação ...*" (Drucker, 1987, p. 40). A compra a prestação foi uma inovação que exigiu apenas uma ideia e revolucionou o mercado mundial. Portanto, "*a inovação não precisa ser técnica, nem precisa ser uma "coisa"*"(Drucker, 1987, p. 41).

Outro fator-chave é a busca incansável pela inovação, pois as ideias raramente surgem por acaso. Drucker (1987) também afirma que a eficácia da inovação está relacionada à sua simplicidade e concentração; caso contrário, pode ser confusa ou simplesmente deixar de funcionar, tornando-a inútil. "*A inovação sistemática é, portanto, a busca direcionada e organizada da mudança e a análise sistemática das possibilidades que a mudança pode trazer para a inovação econômica ou social*". (Drucker, 1987, p. 45).

4 | CONCEITO DE INDÚSTRIA CRIATIVA

O termo indústria criativa é relativamente novo. Segundo Cunningham (2002), surgiu na Austrália em 1994 com o lançamento do relatório *Creative nation: commonwealth cultural policy*. Tornou-se mais conhecido em 1997, quando líderes políticos do Departamento de Cultura, Mídia e Esportes do Reino Unido criaram a Força-Tarefa das Indústrias Criativas, de acordo com o DCMS (2001). Como resultado, o termo "indústrias criativas" desenvolveu e expandiu a economia cultural para além das artes e marcou uma mudança na abordagem a potenciais atividades comerciais que até recentemente eram consideradas puramente ou predominantemente em termos não econômicos.

Modelo de indústrias criativas



Fonte: UNCTAD (2010).

Para a UNCTAD (2010), as indústrias criativas têm um espaço enorme para lidar com a interação de diferentes setores. Estes setores criativos variam desde aqueles enraizados no conhecimento tradicional e cultural – tais como artesanato, festividades culturais – a subgrupos mais tecnológicos e orientados a serviços – tais como audiovisual e as novas mídias. A classificação da UNCTAD cobre a lacuna deixada por vários países e instituições, incluindo vários ramos sob o título Indústrias Criativas, mas poucos tentam classificar estas indústrias em domínios, grupos ou categorias. No entanto, isso facilitaria a construção e o quadro geral do desenvolvimento e expansão desta nova era, que se estende a toda a economia.

5 | ECONOMIA CRIATIVA

O conceito introduzido pela primeira vez por Howkins (2001) baseia-se na relação entre a criatividade, o simbólico e a economia. Portanto, a visão atual da indústria criativa é expandida.

A partir da definição de Howkins (2001) e da estrutura conceitual da UNCTAD (2010), pode-se deduzir que a economia criativa é o conjunto de atividades econômicas que dependem do conteúdo simbólico - incluindo a criatividade mencionada acima, como fator mais expressivo para a produção de bens e serviços; é um conceito em evolução que se baseia em recursos criativos e potencialmente gera crescimento e desenvolvimento econômico, pode promover a geração de renda, a criação de empregos e os ganhos de exportação, promovendo a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano, e abrange aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia e a propriedade intelectual na mesma dimensão e têm laços muito próximos com o turismo e o esporte.

A crescente importância do conceito, que foi estabelecido e desenvolvido

nos últimos dez anos, deve-se principalmente ao reconhecimento do tamanho e desenvolvimento da indústria criativa e, portanto, do potencial oferecido à economia criativa. O documento da UNCTAD (2010) lista as justificativas e recomendações para o reconhecimento e a importância das indústrias criativas, bem como estudos e análises sobre a estrutura, dinâmica e evolução do número de segmentos inseridos.

Assim, o conceito, como Howkins (2001) queria, foi uma maneira de chamar a atenção para o papel da criatividade como força na economia contemporânea, incluindo a proposição de que o desenvolvimento econômico e cultural não é um fenômeno independente ou não relacionado, mas sim, é parte de um processo mais amplo de desenvolvimento sustentável, no qual o desenvolvimento econômico e cultural pode ocorrer de forma síncrona. Em particular, a ideia de economia criativa nos países em desenvolvimento, e o Brasil em particular, chama a atenção para os consideráveis recursos criativos e a amplitude da riqueza cultural.

As indústrias criativas que utilizam esses recursos não apenas permitem que os países escrevam suas próprias histórias e projetem suas próprias identidades culturais para si e para o mundo, mas também fornecem a eles uma fonte de crescimento econômico, criação de empregos e maior participação na economia mundial. Ao mesmo tempo, a economia criativa promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano.

As indústrias, serviços e arranjos produtivos que compõem a economia criativa têm, assim, um peso significativo na economia global. O mais importante, no entanto, é o potencial de crescimento, especialmente nos países em desenvolvimento. Essas atividades estão no centro da economia pós-industrial, baseada em ativos intangíveis e impulsionada por cinco fatores aparentemente inesgotáveis: criatividade, valores culturais, diversidade, conhecimento e inovação (Sa Leitão 2009).

Reis (2008) defende a economia criativa como uma estratégia de desenvolvimento baseada em duas abordagens complementares. O primeiro baseia-se no reconhecimento da criatividade e do capital humano para promover a integração de objetivos sociais, culturais e econômicos em face de um modelo de desenvolvimento global pós-industrial exclusivo e, portanto, insustentável. Nesse antigo paradigma, a diversidade cultural e a cultura em geral podem ser vistas como obstáculos ao desenvolvimento, em vez de promover a criatividade e superar barreiras sociais e econômicas. Em vez de um modelo inclusivo, havia um paradigma social versus econômico claramente identificado em regiões como o Caribe, a Índia e a África.

A segunda abordagem de Reis à economia criativa como estratégia de desenvolvimento mostra como as mudanças econômicas, e em particular as novas tecnologias, estão mudando os vínculos entre cultura e economia, abrindo uma gama de oportunidades econômicas baseadas em aspirações criativas.

Segundo Reis (2008), essa é uma grande oportunidade para reorganizar recursos e promover a distribuição de um novo ciclo econômico. Esse ciclo evolui em resposta a questões globais persistentes, motiva e apoia novos modelos de negócios, processos organizacionais e institucionais e relacionamentos entre atores econômicos e sociais.

6 | O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E O GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)

Vários fatores levaram um grupo de pesquisadores a organizar o projeto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em 1997, uma iniciativa conjunta do Babson College nos EUA e da London Business School na Inglaterra, com o objetivo de medir a atividade empreendedora dos países e estabelecer sua relação com o crescimento econômico.

O GEM descreve o novo retrato social e econômico do empreendedor brasileiro. Esse pode ser considerado o projeto mais ambicioso e eficaz para monitorar o empreendedorismo global. Em suma, os últimos 20 anos foram repletos de iniciativas para promover o empreendedorismo, mas nos últimos dez anos, no entanto, importantes condições prévias foram criadas para uma nova fase do empreendedorismo no Brasil.

Esse novo impulso começou a emergir da percepção da importância do país em relação a algumas das partes interessadas do mundo do empreendedorismo, especialmente no Brasil, após a publicação do resultado do primeiro relatório executivo do GEM em 2000.

O GEM 2016 analisa as taxas empreendedoras de adultos de 18 a 64 anos no Brasil e nos países participantes, segundo estágio do empreendimento e motivação dos empreendedores. As taxas permitem análises comparativas da intensidade da atividade empreendedora dos países.

De acordo com o desenvolvimento das taxas de empreendedorismo conforme o estágio do empreendimento no período 2002-2016, há uma tendência de crescimento da taxa total de empreendedorismo, principalmente de 2005 a 2010, de 21% para 32%. É importante ressaltar que o Brasil alcançou 39% da taxa total de empreendedorismo (TTE) em 2015, o maior valor da série analisada. No entanto, em 2016, o número total de empresários diminuiu 3,0 pontos percentuais, o que corresponde a um resultado de 36%, equivalente a 48,3 milhões de pessoas. Esse declínio se deve tanto à queda da taxa de empreendedorismo estabelecida (ETE) em 2016 (17%) em comparação com 2015 (19%) quanto à taxa de empreendedorismo inicial (TEA) em 2016 (20%) em um ponto percentual.

Se analisarmos a evolução histórica das taxas de empreendedores nascentes e novos no Brasil, inseridos na classificação de empreendedores iniciais, há uma variação constante na taxa de empreendedores nascentes entre 3% e 7% de resultados durante o período analisado. Em 2016, essa taxa foi 6,2% menor que em 2015 (6,7%). Como resultado, o Brasil tem dificuldade em romper o limite de 7 em cada 100 brasileiros atuando em empreendimentos nascentes.

Enquanto a economia brasileira desacelerou após 2012, o empreendedorismo continuou a crescer e agora fomentado pela versão "por necessidade". Isso pode ser um sinal de que o empreendedorismo em nosso país pode estar assumindo um perfil mais independente do nível de atividade econômica. Pode ter mais influência na última década devido a outros fatores estruturais que também estão mudando, como o aumento dos níveis de educação dos brasileiros e sua preferência por empresas menores e mais simples. Outro fator pode ser a lei responsável pela criação do MEI, ou mesmo mudanças na cultura brasileira, cada vez mais aberta à atividade empreendedora.

A partir de 2010, a formalização do MEI (Microempreendedores Individuais) levou a um intenso movimento de registros, conforme dados da Receita Federal, acumulando mais de 5,0 milhões de inscrições.

7 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, buscamos compreender as inter-relações entre a teoria organizacional e o fenômeno empreendedorismo por meio de análises teóricas e do estabelecimento de novas conexões entre elementos concretos de nossa dinâmica socioeconômica e o ato de empreender.

Afirmamos que o comportamento empreendedor direciona indivíduos e muda contextos e, por isso o empreendedorismo resulta na destruição de velhos conceitos e na oportunidade da adoção de novos paradigmas.

Reconhecemos que o momento atual no mundo pode ser descrito como uma era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que eliminam barreiras comerciais e culturais, reduzem distâncias, globalizam e renovam conceitos econômicos, criam novas relações industriais, novos empregos e prosperidade para a sociedade.

Por outro lado, a chamada economia criativa, na era da Internet, mostrou que boas ideias inovadoras, know-how, bom planejamento e uma equipe competente e motivada são ingredientes poderosos que, quando adicionados no momento certo, complementam o combustível indispensável à criação de novos negócios – o capital – e podem gerar negócios grandiosos em curto espaço de tempo.

O artigo mostrou que o Global Entrepreneurship Monitor de 2016 (GEM), que apresenta o retrato socioeconômico do empreendedor brasileiro, mostra que os últimos 20 anos foram cheios de iniciativas para promover o empreendedorismo e que os últimos dez anos criaram a base para uma nova fase de empreendedorismo no Brasil.

Também observamos neste artigo que o termo 'indústrias criativas' evoluiu e expandiu o campo das indústrias culturais além das artes e representa uma mudança na abordagem de possíveis atividades comerciais que até recentemente eram consideradas exclusiva ou predominantemente não-econômicas.

Reconhecemos também a indústria criativa como um conjunto de atividades econômicas que dependem da criatividade como o fator mais importante na produção de seus bens e serviços. Embora o conceito de indústria criativa esteja evoluindo, ele é sustentado pelo fato de que os recursos criativos são potenciais impulsionadores do crescimento e desenvolvimento econômico.

Assim, a indústria criativa pode impulsionar a geração de renda, a geração de empregos e os ganhos de exportação e promover a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano.

Concluimos que a articulação dos conceitos de indústria criativa e economia criativa, associada à dimensão do potencial e à variedade cultural do Brasil, encaminha para a visão de nova e grande oportunidade de negócios que se abre ao empreendedorismo brasileiro em expansão.

REFERÊNCIAS

BARON, R. A. Opportunity Recognition: a cognitive perspective. Lally school of management & technology, Academy of management best conference paper, 2004.

BENNETT, S. J. (1992). *Ecoempreendedor: oportunidades de negócios decorrentes da revolução ambiental*. São Paulo: Makron Books.

CUNNINGHAM, S. D. From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implications. Media international Australia incorporating culture and policy. Quarterly journal of media research and resources, n. 102, p. 54-65, 2002.

DCMS, D. for C. Creative industries mapping document. United Kingdom: DCMS, Media and Sport, 2001.

DI SERIO, L.C.; VASCONCELOS, M.A., *Estratégia e Competitividade Empresarial: Inovação e criação de valor*. 1ª. Edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.

DOLABELA, Fernando. *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2002.

DRUCKER, PETER F. *Inovação e Espírito Empreendedor – Entrepreneurship*. 6 ed. São Paulo: Pioneira, 1985.

FARREL, Larry C. *Entrepreneurship – Fundamentos das Organizações Empreendedoras*. São Paulo: Atlas, 1997

FILION, L. J. (1999). Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. *Revista de Administração de Empresas*, 39(4), pp. 6-20.

HOWKINS, J. *The creative economy: how people make money from ideas*. [S.l.]. Penguin, 2001.

INSTITUTO EUVALDO LODI. (2010). *Empreendedorismo: ciência, técnica e arte*. Brasília: CNI. IEL Nacional.

LEITE, A., & OLIVEIRA, F. (2007). Empreendedorismo e Novas Tendências. *Estudo EDIT VALUE Empresa Junior*, 5, 1-35. Disponível em: www.foreigners.textovirtual.com/empreendedorismo-e-novastendencias-2007.pdf.

LEZANA, A. G. R. & TONELLI, A. O comportamento do empreendedor. In: DE MORI, F. (Org.). *Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio*. Florianópolis: ENE, 2004.

PESSOA, E. (2005). *Tipos de empreendedorismo: semelhanças e diferenças*. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/tipos-de-empreendedorismo-semelhancas-e-diferencas/10993>>.

REIS, Ana Carla Fonseca. *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento / organização* – São Paulo : Itaú Cultural, 2008.

Relatório Empreendedorismo no Brasil GEM - Global Entrepreneurship Monitor 2016
[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4826171de33895ae2aa12cafe998c0a5/\\$File/7347.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4826171de33895ae2aa12cafe998c0a5/$File/7347.pdf)

SÁ LEITÃO, Sergio. *Economia Criativa*. PUC – RIO – CERTIFICADO DIGITAL No. 08113352/CA. 2009

SAKS, N. T. & GAGLIO, C. M. Can opportunity identification be taught? *Journal of Enterprising Culture*, v.10, n. 4, p. 313, 2002.

SCHUMPETER, J. A. *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SHANE, S. *A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus*. Cheltenham: Edward Elgar, 2003.

UNCTAD – UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. *Creative economy report 2010. Creative economy: a feasible development option*. U.N., 2010.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Acesso à informação 346, 347

Alunos 7, 10, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 23, 25, 28, 29, 31, 34, 35, 36, 37, 39, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 56, 61, 85, 119, 121, 125, 126, 127, 190, 192, 198

Análise 2, 4, 13, 15, 21, 25, 26, 32, 39, 44, 45, 65, 66, 67, 71, 72, 78, 79, 80, 88, 110, 114, 117, 123, 124, 127, 132, 135, 143, 146, 147, 149, 152, 155, 156, 158, 162, 169, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 179, 180, 181, 182, 183, 195, 199, 200, 208, 216, 218, 219, 220, 221, 227, 230, 237, 241, 242, 243, 247, 248, 249, 251, 252, 255, 256, 262, 269, 270, 285, 298, 314, 315, 323, 324, 326, 331, 335, 359

Análisis Social y Económico 284

Aprendizado baseado em vizinhança 83

Aprendizado de máquina 83, 84, 92, 93

Apropriação da informação 346, 348, 352, 358

Avaliação de desempenho 62, 64, 65, 66, 67, 68, 71, 72, 73, 79, 80, 81, 246

Azeredo coutinho 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 143, 144

B

Barcarena (PA) 196, 197

Belém 171, 172, 173, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 190, 193, 194, 195, 196, 197, 208

Brasil 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 12, 13, 23, 26, 27, 32, 37, 40, 55, 61, 62, 63, 64, 78, 80, 82, 100, 104, 133, 134, 135, 136, 137, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 152, 156, 162, 165, 169, 170, 171, 172, 173, 178, 179, 181, 182, 183, 188, 189, 195, 197, 199, 200, 201, 207, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 220, 221, 225, 231, 232, 233, 234, 235, 245, 246, 247, 256, 257, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 273, 274, 277, 278, 282, 298, 300, 307, 311, 317, 318, 338, 345

Brasil-colônia 133, 134, 137, 143

C

Características empreendedoras 28, 29, 34, 36, 39, 247, 251, 253, 254, 255, 256, 257

Casa Ronald McDonald Belém 184, 185

Centro histórico 146, 147, 148, 150, 151, 152, 153, 155, 156, 158, 160, 164, 165, 166, 167, 168, 170

Centro histórico de aracaju 146, 152, 156

Cidade i-mobilizada 271

Ciência 3, 10, 41, 45, 46, 52, 54, 73, 80, 83, 135, 147, 148, 165, 170, 176, 195, 224, 235, 251, 260, 261, 262, 265, 278, 309, 318, 331, 346, 350, 353, 358, 359

Comitês de máquinas 83

Comportamento empreendedor 74, 234, 247, 249, 250, 251, 252, 255, 257

Contornamento territorial 271, 272, 273, 276, 279

Crime organizado 314, 316, 317, 318, 323

D

Demanda de pasajeros 284

Desenvolvimento econômico 40, 63, 65, 74, 164, 224, 231, 234, 236, 238, 247, 249, 251, 252, 263, 265, 266

Diagrama de malla 284, 289, 290

Direitos culturais 209, 213, 214, 219

E

Economia criativa 222, 223, 231, 232, 234, 235

Educação ambiental 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 206

Elementos do espaço 146, 148, 158, 160, 162, 168

Empreendedorismo 28, 29, 30, 31, 32, 33, 35, 36, 37, 39, 40, 62, 63, 65, 66, 74, 81, 205, 206, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 232, 233, 234, 235, 237, 243, 245, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 255, 256, 257, 258

Empreender 28, 29, 31, 35, 36, 39, 40, 98, 227, 228, 234, 235, 248, 250

Empresas incubadas 62, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 237, 238, 240, 241, 243, 245

Espaço geográfico 146, 148, 149, 151, 158, 159, 160, 161, 162, 167

Espaço turístico 146, 147, 158, 160, 161, 162, 164, 168, 169

Estación intermodal 284

Estética do ruído 325, 326, 327, 329

Estudos econômicos 133, 135, 137, 138

Extensão 9, 54, 55, 56, 58, 61, 88, 111, 142, 186, 190, 194

F

Família do norte 314, 315, 317, 318, 322, 323

Fatores críticos de sucesso 237, 239, 240, 241, 242, 243, 246

Formação de professores 1, 15

G

Gestão pública 171, 173, 182, 183, 192, 199, 203, 205, 206, 314

I

Incubadora 62, 63, 64, 65, 66, 70, 71, 72, 73, 74, 78, 79, 80, 82, 237, 238, 240, 241, 242, 243, 244, 257

Indústria criativa 222, 223, 230, 231, 234

Inovação 11, 14, 30, 65, 68, 69, 72, 74, 76, 77, 80, 81, 94, 95, 98, 103, 117, 119, 126, 149, 154, 222, 223, 224, 225, 229, 230, 232, 235, 238, 242, 243, 244, 246, 248, 250, 256, 257, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270

Inteligência 77, 84, 92, 93, 95, 102, 112, 115, 118, 122, 131, 314

Interdisciplinaridade 1, 2, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 51

J

Jogos digitais 333, 334, 338

L

Lazer 152, 169, 182, 184, 185, 186, 187, 188, 190, 194, 195, 202, 203, 272

Leitura literária 346, 348

Lo-fi 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331

M

Mediação da informação 346, 350, 351, 352, 353, 354, 356, 358, 359

Mídia 55, 56, 156, 174, 222, 230, 256, 280, 296, 297, 298, 299, 301, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 316, 333, 335, 357

Mídia social 314, 316

Modelo de fluxos múltiplos 171, 172, 173, 174, 175, 176, 179, 180, 183, 208

Mototáxi 271, 277, 278, 279, 280, 282

N

Narrativa 153, 282, 333, 334, 335, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344

O

Operação lava jato 296, 297, 298, 299, 301, 307, 308, 309, 311, 313

P

Parques tecnológicos 259, 260, 261, 262, 263, 266, 267, 268, 269, 270

Penedo 158, 159, 160, 164, 165, 166, 168, 169, 170

Perda 32, 89, 90, 218, 333, 334, 335, 336, 337, 339, 342, 343, 344

Planejamento 6, 13, 21, 29, 31, 35, 43, 44, 51, 71, 74, 76, 77, 100, 119, 120, 150, 160, 163, 165, 169, 170, 171, 176, 177, 179, 182, 183, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 234, 239, 243, 245, 248, 252, 303

Planejamento municipal 196, 203

Política 1, 4, 6, 8, 9, 13, 14, 15, 26, 129, 134, 135, 136, 141, 145, 146, 153, 158, 160, 164, 166, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 179, 180, 181, 183, 195, 198, 199, 200, 207, 208, 213, 214, 220, 269, 273, 283, 294, 296, 297, 298, 300, 301, 306, 308, 309, 310, 311, 312, 317, 342, 351, 359

Política pública de turismo 171, 172, 176, 181, 183, 200, 208

Povos indígenas 26, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 219, 220, 221

Produção de signos 325, 326, 327, 329, 331

Produção independente 325

R

Rádio 54, 55, 56, 61, 215, 300, 329, 331, 351

Redes sociais 54, 55, 56, 60, 61, 314, 316, 317, 318, 322, 324, 327, 328, 347

Rio grande do sul 237, 238, 239, 241, 247, 257

S

Sacrifício 143, 333, 334, 335, 336, 337, 339, 340, 341, 342, 343, 344

São paulo 14, 27, 40, 61, 80, 81, 82, 104, 105, 116, 137, 144, 145, 156, 157, 167, 169, 170, 182, 183, 194, 195, 207, 208, 212, 216, 220, 235, 236, 246, 256, 257, 259, 261, 267, 270, 283, 300, 301, 313, 323, 324, 331, 333, 344, 345, 358, 359

Semiótica 333, 334, 336, 345, 358

Sistema ferroviário 284

Sistema nacional de inovação 259, 263, 264, 265, 266, 268, 269, 270

Sistemas tutores inteligentes 83, 85

Suicídio 209, 210, 211, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221

Sustentabilidade 1, 2, 3, 4, 6, 7, 12, 14, 64, 119, 120, 122, 127, 170, 177, 195, 205, 206, 207, 208, 229, 244, 257, 310

T

Texto literário 346, 347, 354, 355, 356, 357

Tratamento oncológico 184, 186, 187, 190, 192, 193, 194

Turismo 146, 148, 149, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 165, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 231

Turismo cultural 146, 148, 155, 156, 165, 167, 168, 169, 190

Turismo de saúde 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 193, 194, 195

