

Espaços criativos: a Ilha de Santa Catarina em destaque^ξ

Creative spaces: looking at the Island of Santa Catarina

Hoyêdo Nunes Lins¹

Resumo

A literatura sobre inovação dá relevo às aglomerações de atividades, onde tende a ocorrer geração-transmissão de conhecimento e dinamismo criativo, permitindo falar em espaços criativos. Esse debate estimulou este estudo sobre a Ilha de Santa Catarina, destaque em empreendedorismo tecnológico. Consoante os objetivos, e escorado em pesquisa direta, documental e bibliográfica, caracteriza-se a trajetória local, que formou tecido empresarial e institucional com incubadoras e ambientes de inovação, e aborda-se o problema da internacionalização, procurando perceber o perfil de algumas experiências. A Ilha de Santa Catarina exhibe Centros de Inovação que parecem bolhas socioprofissionais e socioculturais representativas de “outros espaços” ou heterotopias. A “Ilha-tecnológica” convive, em contraste e com relações rarefeitas, com a “Ilha-tradicional”, plasmada historicamente e com características próprias, um aspecto cuja problematização poderia ensejar políticas relacionadas.

Palavras-chave: Aglomerado tecnológico; Inovação; Internacionalização; Heterotopia

Abstract

The literature on innovation places emphasis on clusters of activities, seen as sources of knowledge and of creative dynamism that inspires the idea of creative spaces. This debate motivated the present study on the Island of Santa Catarina, which stands out in technological entrepreneurship. Including interviews, the research informs about the local trajectory in technology, the result of which is an important structure exhibiting firms and institutions (incubators, innovation environments), and also about its internationalization, that seems to have a diversified profile, as suggested by some experiences studies. The agglomeration has Innovation Centers which appear as socio-professional or socio-cultural bubbles that represent “other spaces” or heterotopias. The “Island-tech” coexists, in contrast and under rarefied relations, with the “Island-traditional”, a historically shaped place, with its sociocultural traits, a subject that could inspire policies.

Keywords: Technological cluster; Innovation; Internationalization; Heterotopia

ξ Recibido 16 de julio 2024 / Aceptado 29 de noviembre 2024.

* Doutor em Geografia e Organização do Espaço; Professor dos programas de pós-graduação em Economia e em Relações Internacionais da Universidade Federal de Santa Catarina. Correo electrónico: hnlins55@gmail.com

JEL Codes: M13; L26; L86

1. Introdução

Inovar, prática caudatária de processos de criação de conhecimento e aprendizagem, possui *status* de palavra de ordem perante os desafios da globalização. Importante literatura internacional tem explorado esse assunto e promovido o debate a respeito, sendo Lundvall e Borrás (1997), por exemplo, uma duradoura referência. Atenção tem sido dada nas pesquisas à dimensão espacial da inovação, salientando o que podem representar a proximidade entre agentes (empresas, instituições, trabalhadores) e as externalidades. “Espaços criativos” constitui forma de referir a ambientes (como cidades) em que os relacionados atributos e iniciativas, conjugados e articulados, repercutem em dinâmicas inovativas, com resultados até em internacionalização. Contudo, o caráter de espaço criativo não tipificaria, necessariamente, localidades por inteiro, a incidência dos fatores aptos a favorecer e estimular a inovação podendo mesmo representar contrastes com o entorno social, econômico e cultural mais próximo, inclusive adjacente.

Essas considerações servem ao anúncio do objeto deste estudo, cujo perfil é ensaístico e cujo foco é o município de Florianópolis, sobretudo a porção correspondente à Ilha de Santa Catarina. A sede desse município, habitado por 574,2 mil pessoas pela prévia do Censo Demográfico de 2022, assistiu à formação de um aglomerado de empresas de base tecnológica, operando ao lado de instituições relacionadas, que responde pelo destaque da cidade em empreendedorismo. Florianópolis aparece em 2º lugar entre as cidades mais empreendedoras do país no *ranking* para 2022 da Escola Nacional de Administração Pública, figurando as inovações e o capital humano como seus traços mais salientes (Brasil, 2022). O realce não é menor em presença de empreendimentos como *startups*: em 2022, Florianópolis ocupou o 6º posto no Brasil em participação no respectivo rol divulgado pela Associação Brasileira de Startups (ABSTARTUPS, 2022).

O estudo objetiva apresentar e discutir a condição da Ilha de Santa Catarina como espaço criativo em tecnologia. Investigam-se aspectos de trajetória e atualidade e, refletindo as escolhas da pesquisa, sublinha-se a problemática da internacionalização de atividades tecnológicas locais. Também se aborda a questão dos vínculos entre esse espaço visto como criativo – que se poderia chamar, numa licença de linguagem, de Ilha de Santa Catarina tecnológica – e o espaço local historicamente configurado em termos sociais, econômicos e culturais, e vivenciado como tal: numa palavra, o espaço visto como lugar. A segunda iniciativa, assinala-se, foi inspirada nas ideias do filósofo francês Michel Foucault sobre heterotopia, como se indicará.

Estribado em pesquisa bibliográfica, documental e de campo, o texto tem quatro partes, além desta introdução e da conclusão. A seguir sistematizam-se, para demarcar o terreno conceitual, alguns aspectos da problemática dos espaços criativos; também se informa sobre o procedimento da pesquisa direta, que se concentrou principalmente no problema da internacionalização de empresas locais. Depois examina-se a trajetória do setor de tecnologia na área de Florianópolis: sugere-se estarem presentes aspectos que a literatura considera como atributos de espaços criativos, e ressalta-se o problema da internacionalização. Em seguida, apresentam-se três situações de internacionalização de empresas, com suas particularidades, dois deles detalhados com base em entrevistas. Na última parte antes da conclusão, fala-se do setor de tecnologia local – refletindo sobre os ambientes de concentração dessas atividades – em termos de “outros espaços”, ou

heterotopias, representando contraste, percebido pela observação, com a Ilha de Santa Catarina vista como lugar, como espaço historicamente plasmado em termos socioeconômicos e culturais.

2. Demarcando o terreno: nota sobre espaços criativos e a pesquisa de campo

Primeiramente sistematizam-se, para situar o estudo, alguns aspectos importantes do debate sobre espaços criativos, destacando as problemáticas da internacionalização e da diferenciação interna, realçadas na literatura. Depois apresenta-se o procedimento da pesquisa direta que permitiu conhecer experiências locais de internacionalização.

2.1. Espaços criativos: aspectos do debate, luzes e algumas sombras

Embora o olhar histórico autorize falar de espaços criativos, em regra assimilados à forma urbana – daí o destaque da expressão “cidade criativa” –, a respeito de diversas experiências (Hall, 2000), teria sido a partir das reflexões de Jacobs (1970) sobre a economia citadina que essa qualificação ganhou recorrência. Meio século atrás, a autora advertia: “Fluxos de novas exportações e novas organizações exportadoras são necessários para uma cidade, mas são derivativos e secundários. Sua fonte encontra-se numa criativa economia urbana local e em desenvolvimento” (Jacobs, 1970, p. 182).

A ideia de criatividade mostra-se escorregadia, segundo Törnqvist (2011), influenciada que é, na sua manifestação, por diferentes condições de contexto e interesses analíticos. Atualmente, sua associação a espaços como cidades relaciona-se, sobretudo, à incidência de atividades da chamada nova economia (Scott, 2006) ou economia do conhecimento (Hospers, 2003), cujos aspectos básicos ligam-se aos desdobramentos do que Coutinho (1992) enxergou como terceira revolução industrial e tecnológica. No âmbito desta, a inovação erige-se, mais do que nunca, em fator central da competitividade e do desenvolvimento econômico.

Desse modo, de acordo com a literatura, espaços criativos, notadamente cidades assim adjetivadas, tenderiam a reunir condições que favorecem e impulsionam os processos enfiados na dinâmica da inovação, como geração e difusão de conhecimento e aprendizagem. A presença de atores ou grupos sociais que Florida (2002; 2005) sugeriu caracterizar como integrantes da classe criativa lhes constituiria um importante traço. Em outras palavras, a criatividade e o seu potencial corolário – a inovação – manifestar-se-iam com mais vigor em certos meios socioespaciais, entre cujas características estão as assim assinaladas por Landry (2000):

Um meio criativo é um local – um *cluster* de edificações, parte de uma cidade, uma cidade como todo ou uma região – que contém as pré-condições necessárias em infraestrutura “*hard*” e “*soft*” para gerar um fluxo de ideias e invenções. Trata-se de contexto físico onde uma massa crítica de empreendedores, intelectuais, ativistas sociais, artistas, administradores, corretores ou estudantes podem operar em situação de abertura a novas ideias [*open-minded context*], cosmopolita, e onde interações face a face criam novas ideias, artefatos, produtos, serviços e instituições, e, como consequência, contribuem para o sucesso econômico. (p. 133)

Diversas e elevadas competências e intensas e lubrificadas interações, interna e externamente protagonizadas, perfilam-se entre os atributos desses espaços, como destaca Andersson (1985) em estudo sobre as relações entre criatividade e desenvolvimento local-regional. A diversidade de competências e as relações no plano interno remetem à questão da proximidade entre agentes (empresas, instituições – entre elas universidades e centros de pesquisa –, trabalhadores), o caráter da qual, ressalte-se, não é somente geográfico (embora este represente promoção dos demais), mas também cognitivo, organizacional, institucional e social (Boschma, 2005). Ao mesmo tempo, a diversidade e as interações evocam as externalidades, de natureza “marshalliana”, envolvendo especialização setorial, ou “jacobiana”, relativa à variedade de possibilidades e às complementaridades que os meios urbanos costumam propiciar ou representar (Beaudry & Schiffanero, 2009).

Esses elementos se destacam em abordagens contemporâneas sobre o que Adler et al. (2019) designam como organização espacial do empreendedorismo schumpeteriano. Aí cintilam meios urbanos, dotados de tecidos de empresas principalmente tecnológicas e de instituições relacionadas, ambas as esferas exibindo, potencialmente, interações e o mútuo estímulo das respectivas atividades. Goza geralmente de realce nas análises a condição de aglomeração ou de *cluster* – envolvendo empresas, instituições, trabalhadores –, por representar tipo de configuração frequentemente propício à produção e transmissão de conhecimento, podendo abrigar e expressar diferentes graus de dinamismo criativo (Bathelt et al., 2004).

Startups, empreendimentos iniciando percursos em busca de crescimento e *upgrade*, em geral com base em inovações (Ries, 2011), tendem a figurar nesses tecidos empresariais. Essa participação, sugestiva de aproveitamento das possibilidades outorgadas também pela base institucional – destacando-se estruturas como incubadoras ou aceleradoras de empresas –, favoreceria o seu desempenho e desenvolvimento, em parte por conta das interações. Para isso concorrem aspectos como o compartilhamento de uma atmosfera que pode se revelar estimulante e enriquecedora das práticas, devido às trocas de informações e ao possível acesso a novos conhecimentos, nutrindo processos de aprendizagem.

De especial relevância é o que estruturas como incubadoras ou aceleradores de empresas podem significar para a internacionalização de *startups*, assim como das empresas de base tecnológica em geral. Tangencia-se aqui o outro aspecto ressaltado por Andersson (1985) na sua indicada análise sobre os vínculos entre criatividade e desenvolvimento local-regional: além de relações e comunicações internas aos espaços criativos, o autor frisa serem importantes aquelas efetuadas externamente (extralocais, principalmente internacionais). O avanço em internacionalização tanto refletiria a capacidade das empresas para lograr relações no exterior, quanto as fortaleceria – e, por extensão, os seus ambientes de atuação – em virtude dessas próprias interações (com seus resultados); especialmente significativa e consequente é a participação em redes ou parcerias estratégicas que possam lubrificar processos de aprendizagem e inovação (Mytelka, 1991; Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 1996).

Note-se que esse assunto – a internacionalização dos negócios – inscreve-se em campo de pesquisa amplo, sendo objeto de diferentes enfoques e modelos de análise, como repertoriado, entre outros, por Hemais e Hilal (2004). Um aspecto a destacar é que,

mormente entre *startups*, a internacionalização enfrenta grandes obstáculos. Incerteza, aversão ao risco e limitações diversas, incluindo o desconhecimento sobre aspectos regulatórios e legislações de outros países, operam como inibidores, segundo Vendruscolo e Galina (2020), cujo estudo disponibiliza uma síntese de diversas abordagens a respeito.

Ambientes como aglomerações ou *clusters* acenariam com a atenuação dessas dificuldades. Estruturas como incubadoras e aceleradoras podem – tendem a – inserir em suas agendas de trabalho a facilitação e o fomento das relações externas das empresas, conforme assinalado por Engelman e Fracasso (2013). O próprio envolvimento em atmosfera que favoreça e estimule a aprendizagem e a inovação, como geralmente observado nos espaços criativos, permitiria às empresas avançar em competitividade e reduzir incertezas sobre a internacionalização, pois as rugosidades que dificultam o salto internacional, especialmente entre *startups*, seriam de algum modo limadas. Assinale-se que a problemática da internacionalização tem merecido grande destaque na pesquisa sobre essas aglomerações, mostrando-se um relevante foco de atenção a importância da forma aglomerado para a projeção internacional das empresas. No presente estudo sobre a Ilha de Santa Catarina deu-se realce a esse aspecto, como se verá.

Outro assunto que sobressai na literatura é que, em diferentes latitudes, as políticas de desenvolvimento sobretudo urbano incorporaram amplamente a questão dos espaços criativos. Em vários países, as últimas décadas registraram ações permeadas do interesse em impulsionar a economia criativa, a constituição ou promoção de *hubs* criativos ganhando contornos de quase frenesi, como transparece em Gill et al. (2019). Com efeito, segundo Hospers (2003), a provisão de condições favoráveis – notadamente infraestruturas e instrumentos de apoio e fomento – não demorou a figurar nas medidas de governos locais, notadamente na escala das cidades, com vistas à sua preparação ou ao aperfeiçoamento nessa direção. Mas, não obstante o entusiasmo e as expectativas, registrados em diversos locais e circunstâncias, não escapou à análise crítica a fragilidade dos nexos causais entre essas medidas e os resultados observados, conforme Evans (2009).

De toda maneira, as experiências repertoriadas sugerem que o foco da ação política deveria transcender a criação de condições estimuladoras da criatividade. Diferentes estudos de caso, como os elencados em Gill et al. (2019), chamam a atenção para problemas relacionados às condições de trabalho e às desigualdades no seio desses ambientes. Também Scott (2006; 2014) mostra que, nesses espaços criativos (cidades), as mudanças ensejadas pelo avanço das correspondentes atividades não deixaram de contribuir para a estratificação socioeconômica e espacial e para o crescimento das desigualdades. Intensificaram-se o *gap* social (renda, estruturas socioprofissionais), a gentrificação de espaços urbanos (pelo deslocamento de populações em virtude do aquecimento do mercado imobiliário) e, talvez principalmente, a fragmentação socioespacial na escala urbana. Nas palavras de Scott (2014), nos espaços criativos de diversos países multiplicaram-se situações de cidades “marcadas por largos vazios entre suas ilhas internas de prosperidade [...] e grandes trechos de áreas em que a marginalização social e política está na ordem do dia” (p. 573).

O problema, como se vê, refere aos contrastes no seio desses espaços. Representa esteio à reflexão sobre isso o que Michel Foucault discute num dos seus livros mais debatidos (com primeira edição em 1966), como derivação do confronto entre as ideias de utopia (do grego: ou=não, topos=lugar ou espaço; quer dizer, situação ou lugar

inexistente, inatingível) e heterotopia (heteros=outro ou diferente; logo, outros espaços, espaço do outro). A primeira evocaria consolo, pela perspectiva de um ideal, e a segunda inspiraria inquietação, pelo embutido senso de diferença e contestação (Foucault, 1999).

Alvo principal dessa reflexão do autor, a ideia de heterotopia ganhou maior elaboração em intervenções posteriores, com Foucault defendendo a sua importância para analisar ou descrever “outros lugares”, exibidos por sociedades ou culturas em suas trajetórias e seus cotidianos (Gross, 2020). Desse processo resultou o texto tornado referência sobre o assunto, publicado só em 1984, ano da morte do pensador (Foucault, 2001). Assim divulgada, a referida ideia inspirou abordagens multidisciplinares, destacando-se as que focalizam a dimensão espacial da vida em sociedade. O autor assim se pronunciou a respeito dessas possibilidades de utilização.

Há [...] provavelmente em qualquer cultura, em qualquer civilização, lugares reais, lugares efetivos, lugares que são delineados na própria instituição da sociedade, e que são espécies de contraposicionamentos, espécies de utopias efetivamente realizadas nas quais os posicionamentos reais, todos os outros posicionamentos reais que se podem encontrar no interior da cultura estão ao mesmo tempo representados, contestados e invertidos, espécies de lugares que estão fora de todos os lugares, embora eles sejam efetivamente localizáveis. Esses lugares, por serem absolutamente diferentes de todos os posicionamentos que eles refletem e dos quais eles falam, eu os chamarei, em oposição às utopias, de heterotopias [...] (Foucault, 2001, p. 415).

Mais:

Seria possível supor, não digo uma ciência [...], mas uma espécie de descrição sistemática que teria por objeto, em uma dada sociedade, o estudo, a análise, a descrição, a “leitura” [...] desses espaços diferentes, desses outros lugares, uma espécie de contestação simultaneamente mítica e real do espaço em que vivemos; essa descrição poderia se chamar heterotopologia. (Foucault, 2001, pp. 415-416).

Buscou-se inspiração nessas ideias para indagar sobre a configuração da Ilha de Santa Catarina como espaço de atividades tecnológicas, abrigo de redutos criativos, *vis-à-vis* ao espaço – ao lugar – historicamente plasmado em termos socioeconômicos e culturais.

2.2. Procedimento da pesquisa de campo

Aglomerções de atividades de base tecnológica têm na internacionalização um importante aspecto do desempenho empresarial e institucional, como assinalado anteriormente, razão pela qual se procurou explorar o assunto no presente estudo. Isso envolveu observar, por meio de pesquisa documental e bibliográfica, o papel institucional – especificamente de incubadoras – na promoção da internacionalização. Mas igualmente se protagonizou pesquisa direta, mediante entrevistas em empresas, para detectar percursos de internacionalização, com suas características e seus resultados, pois

pretendeu-se perceber a diversidade de “modelos” na projeção internacional das empresas.

Na preparação da pesquisa direta, informações sobre o meio empresarial e contatos socioprofissionais delinearão possibilidades de entrevistas, que se materializaram em dois casos. Ambos gozam de destaque no ambiente tecnológico local, sobretudo – justamente – pelos resultados em internacionalização. Assim, avalia-se que o procedimento permite agregar conhecimento, diretamente extraído, que enriquece a imagem esboçada sobre a Ilha de Santa Catarina como ambiente tecnológico. Também se buscou aproximação a uma terceira experiência de internacionalização, neste caso abordada com base em pesquisa documental e bibliográfica, com perfil que se julgou importante incluir e ressaltar: o empreendimento já nascera internacionalizado.

As entrevistas foram realizadas em janeiro de 2023, de forma virtual. Foram entrevistados um fundador de uma das empresas e um ex-integrante da outra empresa que desempenhara funções destacadas no respectivo processo de internacionalização. Utilizou-se um questionário semiestruturado, com perguntas abertas que permitissem aos respondentes discorrer e dar detalhes sobre três eixos principais de indagações:

- como e por que a empresa trilhou o caminho da internacionalização?
- o que a internacionalização representou para a empresa, em termos de resultados?
- qual a importância, para a internacionalização da empresa, da sua presença e atuação no ambiente tecnológico correspondente à Ilha de Santa Catarina?

O tipo de procedimento adotado, assinala-se, exibe aderência metodológica ao que se costuma privilegiar em estudos de geografia econômica institucional, em que sobressaem os estudos de caso. De fato, “Um dos objetivos da análise institucional [em geografia econômica] é entender o efeito da especificidade local dos ‘lugares reais’ no desenvolvimento econômico, o que é atribuído principalmente às instituições específicas dos lugares [...]” (Boschma & Frenken, 2006, p. 277).

3. Ilha de Santa Catarina, espaço criativo em tecnologia

As últimas quatro décadas registraram expressivo crescimento do setor de tecnologia em Florianópolis, especialmente na Ilha de Santa Catarina. Desenvolver *softwares* para usos diversos constitui atividade básica, mas também se produz localmente *hardware* e soluções para internet. Empreendimentos de informática, até como *spin-offs* de empresas públicas de energia e telecomunicações, figuraram nos primeiros passos, como assinalado por Nicolau e Almeida (2008), entre outros. Papel importante coube à Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), com formação de recursos humanos e a criação de instituições como a Fundação CERTI (Centro de Referência em Tecnologias Inovadoras), em 1984, e o Centro Empresarial para Laboração de Tecnologias Avançadas (Incubadora CELTA), em 1986.

Ações que encorpam o correspondente tecido institucional – e, pode-se dizer à luz da literatura, representaram avanços no tipo de condição que geralmente subjaz ao desenvolvimento dos espaços criativos – sucederam-se no tempo, aparentemente como ilustrações locais da tendência mais geral, observada em vários países, de formulação de políticas para o setor de tecnologia. Nos anos 1990, o governo de Santa Catarina coordenou o lançamento do Projeto Tecnópolis, do que resultou a criação do Parque

Tecnológico Alfa ao norte da cidade de Florianópolis. Em 1998, outra incubadora – Micro Distrito Industrial Tecnológico (MIDITEC) – foi criada em iniciativa conjunta da Associação Catarinense de Empresas de Tecnologia (ACATE) e do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina (SEBRAE/SC).

No início deste século surgiu o Sapiens Parque, situado ao norte da Ilha de Santa Catarina. Atualmente abrigando várias empresas, trata-se da ponta setentrional do que se designou Corredor de Negócios Estratégico, que parte da área central de Florianópolis. Orientado pela rodovia SC-401, esse corredor tem Centros de Inovação no seu traçado e é tido como espinha dorsal da Rede de Inovação instituída em 2018, numa cooperação entre a Prefeitura Municipal de Florianópolis e a ACATE (Inédita, 2020). Seu segmento na área central da cidade acolheu o lançamento, em 2015, do projeto Distrito Criativo Centro Sapiens, uma extensão do Sapiens Parque definida em articulação com o Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional (LOGO), da UFSC, apoiada por diversas instituições (Gomez et al., 2017).

Indique-se ainda a existência, na Grande Florianópolis, do Instituto de Apoio à Inovação, Ciência e Tecnologia (INAITEC), em operação desde 2010 no município de Palhoça, com incubação de empresas. No município de Biguaçu, funciona há duas décadas a Fundação Centro de Inovação e Tecnologia de Biguaçu (CITEB), uma iniciativa privada em formação de recursos humanos e em consultoria sobre gestão empresarial, além de disponibilizar instalações para empreendimentos (Azevedo & Teixeira, 2018).

Esse percurso se traduziu na formação de um aglomerado de atividades envolvidas com tecnologia. *Startups* formam parte importante do respectivo tecido empresarial: como assinalado na introdução, Florianópolis sobressai nesse tipo de empreendimento em tecnologia (Catela, 2022). Essa configuração se expressa em termos de emprego, no modo apresentado na Tabela 1, que informa sobre tecnologias de informação (TI) com números para vínculos formais. A quantidade agregada de estabelecimentos cresceu linearmente, com apenas uma exceção entre os segmentos de TI; em vínculos empregatícios, apesar da oscilação, o dado para 2020 (o mais recente em disponibilidade quando se fez a consulta) supera em 70% o de 2006 (início da série).

Tabela 1. Município de Florianópolis: estabelecimentos e vínculos formais em atividades ligadas às tecnologias da informação (TI) (2006-2020)

Atividades	2006	2011	2016	2020
Estabelecimentos				
Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda ¹	23	65	74	79
Desenv. e licenciamento de programas de comput. customizáveis ²	13	36	67	91
Desenv. e licenciam. de programas de comput. não-customizáveis ³	38	46	49	78
Consultoria em tecnologia da informação ⁴	17	22	34	37
Suporte técnico, manut. e outros serv. em tecnologia de informação ⁵	38	50	61	70
Tratamento dados, proved. serv. de aplic. e serv. hosped. na Internet ⁶	65	37	28	23
Portais, provedores de conteúdo e outros serv. informação na Internet ⁷	2	22	32	37
Total	196	278	345	415
Vínculos				
Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda ¹	617	1.097	2.340	3.504
Desenv. e licenciamento de programas de comput. customizáveis ²	121	1.556	1.099	1.781
Desenv. e licenciam. de programas de comput. não-customizáveis ³	238	600	1.238	1.960
Consultoria em tecnologia da informação ⁴	339	297	659	944
Suporte técnico, manut. e outros serv. em tecnologia de informação ⁵	369	492	487	567
Tratamento dados, proved. serv. de aplic. e serv. hosped. na Internet ⁶	4.224	9.738	822	734
Portais, provedores de conteúdo e outros serv. Informação na Internet ⁹	18	94	292	592
Total	5.926	13.874	6.937	10.082

Fonte: elaborado pelo autor com dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS, 2022)

Obs.: Atividades conforme a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE 2.0): ¹Classe 62.01-5; ²Classe 62.02-3; ³Classe 62.03-1; ⁴Classe 62.04-0; ⁵Classe 62.09-1; ⁶Classe 63.11-9; ⁷Classe 63.19-4

Estão presentes nessa configuração de aglomerado alguns traços dos meios socioespaciais em que a criatividade e a inovação seriam favorecidas e estimuladas, segundo a literatura explorada anteriormente. A imagem é a de um meio urbano, com prolongamentos, exibindo numerosos empreendimentos em tecnologia e instituições relacionadas, nas quais se distinguem a índole universitária – com o que isso representa em produção e disseminação de conhecimentos, fortalecendo competências – e estruturas de apoio ao empreendedorismo na forma de incubadoras. Moldada em percurso de décadas, essa realidade foi impulsionada também por ações públicas e privadas que se articularam, permitindo falar de interações fluidas e diversas.

Ocorrem nesse meio inclusive relações intersetoriais cuja observação fortalece a ideia de espaço criativo, considerando-se os elementos desses espaços assinalados na literatura pesquisada. Florianópolis igualmente registra atividades do setor de audiovisual, como produção de filmes, animação, documentários e – sobretudo – games, em alguma interação com o setor de tecnologia. O avanço desse audiovisual escora-se nas operações de empresas também de origens extralocais e que exibem/colocam seus produtos até internacionalmente, em mercados bastante competitivos. Parcerias com empresas de tecnologia instaladas em Florianópolis têm tido importância nesse processo, em especial nos segmentos de games e animação (Fundação Catarinense de Cultura [FCC], 2021), sinalizando convergências que, cabe apontar, estariam a nutrir a criatividade e a inovação localmente.

A literatura explorada na parte anterior similarmente ressalta como aspectos dos espaços criativos as interações e comunicações extralocais, especialmente internacionais. O olhar, portanto, deve perscrutar a internacionalização no seio do setor tecnológico de Florianópolis, cuja divulgação externa, assinale-se, tem pelo menos três décadas. Por exemplo, articulista estadunidense em visita à Fenasoft, feira de informática realizada em

São Paulo, escreveu: “O Brasil encontra-se [...] nutrindo um tipo de Silicon Valley – a insular, e de estilo *resort*, cidade de Florianópolis [...]. Assim como no Silicon Valley original, edifícios modernos [...] descansam sob o sol ameno, com praias para surf a dez minutos de carro” (Fallows, 1994, [S.p.]

A internacionalização desse setor de tecnologia envolveu exportações. Por diferentes canais e iniciativas, empresas locais lograram encaminhar seus produtos e serviços ao exterior, para o que concorreu o Programa SOFTEX 2000, do Governo Federal. Em geral, essas vendas decorreram de ações das próprias empresas, embora fazer parte do ambiente tecnológico florianopolitano, em estruturas como o Parque Tecnológico Alfa, representasse cartão de visitas facilitador de negociações (Lins, 2005).

Esse último aspecto é importante, remetendo ao sentido estratégico das iniciativas protagonizadas no tecido institucional local com foco principalmente nas *startups*. A internacionalização acena com maior visibilidade para os produtos das empresas, em mercados não raro dinâmicos e exigentes – podendo promover aprimoramentos e a competitividade –, e pode favorecer o acesso a parcerias e investimentos. Porém, para as *startups*, como já indicado, internacionalizar costuma representar dificuldades consideráveis, haja vista as necessidades em recursos e em oportunidades para prospectar mercados e possibilidades de inserção em redes, assim como para tentar cooperação nessa escala. Esses obstáculos fazem avultar, sem margem para dúvida, a relevância do apoio institucional.

Daí a importância, cabe assinalar de passagem, da criação de um instrumento como a Lei Complementar nº 182/2021, o “Marco Legal das Startups e do Empreendedorismo Inovador” (Brasil, 2021). Ressalte-se o favorecimento, nesse texto legal, ao acesso das *startups* a recursos financeiros para inovação, destacando-se o papel do chamado “investidor-anjo”. O interesse na internacionalização transparece no terceiro artigo: “Esta Lei Complementar é pautada pelos seguintes princípios e diretrizes: [...] IX – promoção da competitividade das empresas brasileiras e da internacionalização e da atração de investimentos estrangeiros.” (Brasil, 2021, [S.p.]). Informe-se ainda que Florianópolis possui instrumento de apoio próprio: a Lei Complementar Municipal nº 432/12, que define modos de incentivo às atividades tecnológicas e à inovação (Florianópolis, 2012). Regulamentada pelo Decreto Municipal nº 17.097/17 (Florianópolis, 2017), essa lei criou o Sistema Municipal de Inovação (Art. 4º, I) e o Fundo Municipal de Inovação (Art. 4º, III), cujos recursos seriam parcialmente direcionados (no mínimo 1/5) às micro e pequenas empresas (Art. 21, I).

É importante indicar que a internacionalização figura nas agendas de incubadoras locais. Fiates et al. (2013), por exemplo, observaram encorajamento nessa esfera à participação das empresas (incubadas e graduadas) em redes de interações internacionais, um envolvimento cujo sentido costuma ser estratégico no setor de tecnologia, de uma maneira geral (Mais et al., 2010). Embora muito mais devesse ser feito, segundo conclusão de Witthinrich (2018) em estudo sobre as incubadoras CELTA e MIDI, essa atuação institucional tem se revelado efetiva e consequente, como argumentou Garcia (2019) ao mostrar, entre outras coisas, que no CELTA a própria seleção das empresas para incubação prioriza aquelas que manifestam interesse na internacionalização. Essa postura se reflete na participação do CELTA em programas como o de transferência tecnológica da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC), intitulado *Land2land Connect* (ANPROTEC, 2023), e o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX) da Agência Brasileira de Promoção

de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) (Participe..., 2023; Qualifique..., 2023), assim como no seu apoio e estímulo à participação de empresas em redes internacionais, missões e feiras, com resultados em convênios e parcerias internacionais.

No MIDITEC, as iniciativas pró internacionalização são indissociáveis do que se faz no programa Internacionalização ACATE, sobretudo a partir da inauguração, em 2018, de instalações dessa associação em Boston, nos Estados Unidos. Esse programa realiza eventos bimensais abertos, para discutir questões de interesse de empresas ligadas ou não à ACATE, e reuniões somente com associados para tratar de problemas específicos (ACATE, 2023). Já o INATEC costuma divulgar oportunidades em outras incubadoras ou empresas, mas sem formar redes ou promover missões empresariais (Garcia, 2019). Assim, essa instituição não teria um protagonismo efetivo em interações internacionais, embora sediasse o mencionado PEIEX (da APEX-Brasil) na região de Florianópolis, disponibilizando capacitação também para empresas externas ao INATEC. *Post* na internet em 21 de junho de 2022 indicava a continuidade do envolvimento dessa incubadora com aquele programa (INATEC, 2022).

Para enriquecer essa abordagem sobre a internacionalização – manifestação, reiterese, das interações e comunicações extralocais que a literatura considera serem um aspecto central dos espaços criativos –, procurou-se detectar tal condição em empresas incubadas localmente, ou que o foram. Isso foi possível no CELTA, cujo *website* lista empresas incubadas e já graduadas. Após a compilação (142 empresas ao todo, excluindo-se a menção ao Sapiens Parque, por ser parque tecnológico), examinaram-se os *websites* do conjunto. Considerou-se terem atividades internacionais as empresas que informam tal condição, seja com vendas ou com outros vínculos (como parcerias). As que nada dizem foram tidas como sem operações nessa escala, pois, sendo a internacionalização uma situação que toda empresa deseja, em princípio, divulgar, a omissão apontaria atividade somente doméstica. O exercício, apenas indicativo e a ser visto com prudência, resultou na Tabela 2. Das 142 empresas, entre graduadas e incubadas, 34 mencionam atividades internacionais: não mais do que 24%; a “taxa” de internacionalização é maior (pouco maior) no grupo das empresas graduadas: 27%.

Tabela 2. Presença internacional de empresas graduadas e incubadas pela Incubadora CELTA (situação em janeiro de 2023)

Situação das empresas	Com indicação de atividade internacional	Sem indicação de atividade internacional	Total
Graduada	29 (85,3) [27,1]	78 (72,2) [72,9]	107 (75,4) [100]
Incubada (residente ou não)	5 (14,7) [14,3]	30 (27,8) [85,7]	35 (24,6) [100]
Total	34 (100) [23,9]	108 (100) [76,1]	142 (100) [100]

Fonte: elaborado pelo autor com base em CELTA (2023)

Obs.: desconsiderou-se na contagem das empresas indicadas no *website* da CELTA a indicação “Sapiens Parque” como empresa graduada, por se tratar de parque tecnológico e não de empresa.

Entretanto, a internacionalização de empresas de tecnologia surgidas localmente ou com atividades no ambiente da Ilha de Santa Catarina não se limita à experiência da incubação. Uma pesquisa direta, realizada no início de 2023, sugeriu haver diversidade de situações.

4. Experiências locais de internacionalização sugestivas do caráter “espaço criativo”

As interações de amplitude internacional no setor de tecnologia local apresentam, aparentemente, diversidade em trajetórias, configurações e resultados. Essa colocação baseia-se no que se percebeu mediante pesquisa específica, realizada conforme apontado na segunda seção do artigo: as experiências das empresas Decora e Resultados Digitais (RD) foram captadas em entrevistas diretas, principalmente, e a da Cheesecake Labs, por consulta no *website* da empresa e em publicações na internet. Como indicado, foram três os eixos principais de indagação: o modo e as razões da internacionalização; o significado desta para a empresa, quanto aos resultados; a importância, para a internacionalização, da presença da empresa no ambiente tecnológico local.

4.1. Decora

A base desta exposição é a entrevista, feita em janeiro de 2023 por videoconferência, com um fundador da empresa, criada em 2012 por dois estudantes universitários de Florianópolis, outros sócios sendo depois incorporados. Sem ter sido incubada, a empresa começou como *marketplace* virtual para que interessados em decoração encontrassem criadores de ambientes ou cenários, e avançou para o *e-commerce* envolvendo a própria elaboração de modelos de produtos e cenários em 3D e realidade aumentada, desenvolvidos por *freelancers* atuando em rede. Sua plataforma foi aperfeiçoada para que, após coleta de dados nos *sites* dos clientes, os profissionais pudessem desenvolver imagens de qualidade dos produtos comercializados, em ambientes decorativamente atraentes.

A internacionalização ocorreu após a entrada da empresa em programa do SEBRAE/SC, no segundo semestre de 2014. No ano seguinte, a crise econômica do Brasil fez a empresa considerar as chances nos Estados Unidos, para onde se transferiu um dos sócios visando a prospecção. O intuito era “colocar a Decora no ar”, com exposição em eventos como feiras e envolvendo testes de soluções e comparação no mercado. Logo se impôs o aumento da escala na produção de imagens, e assim se procedeu com a participação descentralizada de numerosos *designers* trabalhando em países como Índia, Polônia e Ucrânia, além do Brasil. O salto no volume de negócios foi expressivo em 2017, com os Estados Unidos como mercado fundamental e empresas importantes (Bed Bath & Beyond, Target, Lowe’s, Jacuzzi) figurando entre os clientes.

Em 2018, por conta da visibilidade atingida, a Decora foi comprada pela estadunidense CreativeDrive, cujo presidente-executivo destacou o quanto a tecnologia da primeira era inovadora e superava as barreiras de escala típicas do tipo de atividade em questão (KOJIKOVSKI, 2018). Na entrevista concedida, o fundador da Decora disse que o caráter inovador referia-se à grande *network* internacional de implicados em desenvolvimento e produção de imagens. Destaque-se que a venda da Decora, por cerca de US\$ 100 milhões, foi um dos maiores negócios com empresas brasileiras de tecnologia até aquele momento (Startup..., 2018).

Portanto, o ato mais saliente do percurso da empresa – a venda para a CreativeDrive – deu-se na esteira de um processo de internacionalização anteriormente desencadeado, fruto de percepção, exploração de oportunidade e iniciativa. Os resultados logrados nesse caminho fizeram a CreativeDrive se interessar, e a compra/venda selou a internacionalização, podendo-se dizer que o próprio negócio consistiu no principal resultado dessa projeção externa. Deve-se ressaltar a opinião do entrevistado de que foi importante para a Decora ter nascido no ambiente tecnológico de Florianópolis. A atmosfera em si teria encorajado a iniciativa da criação, mas no argumento frisou-se que a área oferece mão de obra qualificada, o atributo local mais destacado na fala; mostrar-se-ia implícita a relevância atribuída às estruturas de formação, com destaque para a esfera universitária. Outros aspectos destacados na entrevista incluem oferta de *venture capital* e de mentoria, planos em que a ação institucional foi sublinhada como fundamental nos primeiros passos das empresas, em termos gerais.

4.2. Resultados Digitais (RD)

A exposição baseia-se parcialmente na entrevista virtual realizada em janeiro de 2023 com um ex-gerente de vendas internacionais da empresa, surgida em 2011 em Florianópolis com atuação em *marketing* digital mormente para empresas pequenas e médias (RD Station, 2023). A trajetória foi de rápido crescimento e envolveu incubação, pois suas instalações iniciais disseram respeito à ACATE (a RD figura entre as empresas graduadas pelo CELTA). Já em 2012, com a difusão da sua plataforma RD Station, a clientela crescia e surgiu um “investidor anjo”; em 2013 abriu-se série de eventos chamados RD Summit, com realização anual em Florianópolis e com audiência que aumentou velozmente. Envolvimento de agências parceiras, prêmios, expansão do *staff* e novos produtos pontuaram a evolução, que incluiu desde 2014 os RD On the Road, evento anual itinerante, realizado em diversas cidades. Em 2015 a empresa registrou o patamar de 3 mil clientes, e em 2016 a RD se transferiu do CELTA para um novo escritório em Florianópolis.

A internacionalização veio a reboque desse dinamismo. Em 2017, a plataforma RD Station foi lançada em espanhol, e a RD Station Marketing, em inglês, principais produtos da empresa, que naquele ano participou com palestra em evento nos Estados Unidos (chamado Pulse 2017, em Oakland). Em 2018, após expandir a sede em Florianópolis, a RD inaugurou escritórios na Cidade do México e em Bogotá, e também em São Paulo e Joinville (SC), além de comprar outra empresa, a Plug CRM.

Segundo a entrevista, a internacionalização resultou de estratégia corporativa encorajada pela expansão das vendas externas e motivadora da abertura de escritórios em outros países. Estudantes (como de MBA) estadunidenses foram contratados para criar um *playbook* de expansão internacional, e colombianos, mexicanos e argentinos foram engajados como *trainees* para ajudar (durante meses) nos projetos programados para seus países. Depois desses trabalhos preparatórios o pessoal da RD se dirigiu para a Cidade do México e para Bogotá, embora Argentina, Portugal e Espanha também tenham figurado como tentativas.

Pela entrevista, a internacionalização significou, fundamentalmente, ampliação e diversificação de mercado e crescimento das receitas em dólares. Todavia, o processo de abertura de instalações estrangeiras só persistiu na Colômbia. A RD manteve a condição de contar com muitos clientes no exterior, mas as outras investidas internacionais

envolvendo escritórios se frustraram. A iniciativa como um todo, a rigor, teria se revelado muito custosa e oscilante; após vários anos (desde 2017), a RD exibia força, de fato, somente na Colômbia, e o Brasil permanecia como mercado chave.

Essa internacionalização coroou uma escalada aparentemente favorecida pelas condições do ambiente tecnológico local. A passagem por incubadora, permitindo usufruir de meio e atmosfera que tendem a possibilitar e estimular a aprendizagem coletiva e interações diversas, seria um aspecto a ser destacado. Ao lado disso teria figurado, no embalo do rápido crescimento doméstico, um espírito empresarial capaz de perceber e explorar chances externas. Assim, deve-se reconhecer aqui tanto o desempenho corporativo em si quanto a importância do ambiente, de acordo com o depoimento na entrevista: o ambiente teria “alavancado” a RD, e esta teria ajudado a “enriquecer” o primeiro, tornando-se um expressivo *case* deste. Contudo, em março de 2021 a Totvs, empresa brasileira de sistemas de gestão, comprou 92% da RD Station, no que teria sido a maior aquisição do gênero no mercado nacional até então (Braun, 2021).

4.3. Cheesecake Labs

A Cheesecake Labs foi criada em 2013 por profissionais que tinham experiência em programação e desenvolvimento de aplicativos em parcerias com empresas do californiano *Silicon Valley*. Atualmente seu *website* informa equipe de mais de cem profissionais, incluindo *designers*, desenvolvedores de *software* e gerentes de projeto. Sua oferta abrange produtos de tecnologia para equacionar problemas enfrentados por empresas e pessoas, clientes das suas plataformas digitais que operam em diversos países, vários nos Estados Unidos, mercado dos seus primeiros compradores devido às relações anteriormente estabelecidas na Califórnia (Cheesecake Labs, 2023). Pode-se considerar, portanto, que a empresa já surgiu internacionalizada, em alguma medida.

Segundo Rodrigues (2018?), a Cheesecake Labs logo ultrapassou a condição de desenvolvedora de projetos para terceiros e adotou modelo de negócio que transcende a programação, já que passou a participar do conjunto das atividades envolvendo os produtos. Desde então a empresa opera como “sócia” dos projetos, com as correspondentes interações com os clientes, os mais importantes dos quais dizem respeito à Califórnia e incluem *startups*, pequenas e médias empresas e grandes companhias desenvolvedoras de soluções. O declarado interesse em encorajar a inovação através da articulação de profissionais talentosos, cevando o reconhecimento internacional dos programadores brasileiros, permeou inclusive o envolvimento da empresa com clientes ligados tanto a pautas socioculturais – como a *Womens’s March*, movimento de mulheres contra a opressão (Women’s..., 2023) – quanto ao desenvolvimento inovador de tecnologia – como a estadunidense Singularity University, que oferece educação executiva, incubação de empresas e consultoria empresarial (Singularity..., 2023).

Além de apresentar crescimento em *staff* e produtos, o percurso da Cheesecake Labs registrou envolvimento na capacitação de jovens de comunidades carentes de Florianópolis em linguagem de programação. Isso ocorreu por meio de parceria com o Comitê para Democratização da Informática, criado no município em 2001 (CPDI, 2023), e com a Incubadora CELTA. Instalações do Instituto Federal de Santa Catarina foram utilizadas nessa iniciativa, e o desenvolvimento de aplicativos pelos alunos constituiu um resultado merecedor de realce. A empresa pretendia atingir, pelo impacto social de plataformas e aplicativos, muitos milhões de pessoas, em linha com o (ambicioso)

objetivo de se tornar, conforme declarado, “[...] a melhor empresa de desenvolvimento de plataformas digitais do mundo” (Rodrigues, 2018?, [S.p.]).

Como se percebe, a Cheesecake Labs é empreendimento internacionalizado desde suas atividades iniciais, constituindo, dessa forma, uma espécie de *born global firm*, com surgimento inseparável de demandas estrangeiras. Sua criação deveu-se à experiência internacional prévia no seio do grupo de fundadores, e, em virtude dessas interações, a empresa floresceu no sendeiro assim definido e percorrido. Esse florescimento, todavia, teria sido facilitado pela sua presença e atuação no ambiente tecnológico local, com as vinculadas possibilidades em interações e as oportunidades relacionadas ao correspondente mercado de trabalho, por exemplo.

Os três casos têm especificidades de trajetória e experiência de internacionalização, a sua inclusão neste estudo refletindo principalmente o interesse em sondar a diversidade local na matéria. Não cabe, naturalmente, qualquer intenção indutiva, algo já determinado pelo fato de serem casos de sucesso, portanto, aparentemente, exceções perante a tendência de dificuldades e desestímulo para a internacionalização notadamente entre *startups*, conforme se falou. Corroborar essa ideia o fato de as empresas incubadas no CELTA, conforme apresentado na seção anterior, apresentarem atuação somente doméstica na grande maioria dos casos.

As três experiências convidam a admitir que a percepção e o aproveitamento das circunstâncias e oportunidades – refletindo o perfil do espírito empresarial – constituem fatores explicativos relevantes das suas realizações em internacionalização. Ao mesmo tempo, não se mostra inadequado postular que as ações de política que ampliaram e robusteceram as condições locais para a aprendizagem e a inovação, de alguma forma ecoando a tendência geral assinalada na literatura sobre espaços criativos, teriam reverberado de forma consequente junto às atividades dessas empresas. Se o mesmo não ocorreu em outras empresas, fatores de naturezas diversas – que poderiam ser detectados caso a caso, em pesquisa específica – responderiam pelas diferentes situações.

Na Decora, o próprio ambiente tecnológico da Ilha de Santa Catarina teria estimulado estudantes universitários a criar o empreendimento, e o frequentado curso do SEBRAE/SC levou a pensar em internacionalização quando as adversidades amargadas no Brasil em meados dos anos 2010 afetaram-lhe as atividades. Mas foi determinante a decisão de experimentar condições externas, assim como a de criar grande rede internacional de profissionais operando em produção de imagens, uma solução inovadora que atraiu a empresa estadunidense compradora da Decora. Na RD, o ambiente local significou usufruto de uma incubação potencialmente tributária de interações e aprimoramentos, fatores destacados na literatura sobre espaços criativos. O próprio tipo de produto favoreceu a escalada, em diversos sentidos, e a projeção externa apresentou-se na esteira disso, em investida ambiciosa: subjacentes à internacionalização figuraram a percepção de oportunidade e decisões organizacionais certamente influenciadas pelas condições do ambiente local. Na Cheesecake Labs, esse ambiente teria potencializado o legado da experiência prévia dos fundadores, no *Silicon Valley*, com os vínculos anteriores sendo aproveitados e, parece, fortalecidos. A atmosfera tecnológica e empreendedora local teria contribuído nesse processo, propiciando interações provavelmente enriquecedoras das atividades da empresa.

Note-se que, nesses casos, é de articulação entre interações e comunicações protagonizadas no plano local e aquelas ocorridas no plano externo que se fala. As duas

esferas de vínculos, com a conexão entre ambas, têm destaque na literatura sobre espaços criativos, como observado anteriormente. Relações interfirmas e com instituições locais ajudariam no aprimoramento e fortalecimento das atividades, podendo encorajar investidas externas. Estas, de sua parte, tanto refletiriam o robustecimento da competitividade, atenuador, talvez, dos riscos e incertezas da projeção internacional, quanto repercutiriam – devido a possíveis parcerias ou participações em redes externas – em maior capacitação corporativa e, como extensão, no enriquecimento do ambiente local como um todo. O quanto uma progressão nesses termos pode ter ocorrido ou estar ocorrendo em Florianópolis, é indagação importante e sedutora, mas exterior ao escopo deste estudo.

5. Tecnologia, inovação, heterotopia

Na sistematização do debate sobre espaços criativos, objeto da segunda seção do artigo, assinalou-se que diferentes pesquisas têm apontado aumento da estratificação socioeconômica e espacial em ambientes assim caracterizados. Cidades designadas criativas, alvos de políticas e medidas de promoção dessa condição – implicando o desenvolvimento de atividades (sobretudo de base tecnológica) da chamada economia criativa –, teriam amargado intensificação das desigualdades em trabalho, renda e condições de vida, por exemplo. A ideia de heterotopia, de Michel Foucault, denotando “outros espaços” ou “espaços diferentes” – permeada dos sentidos de contraste e desigualdade – foi sugerida como de utilidade à abordagem a respeito.

Assim, utiliza-se aqui, ainda que de forma exploratória, a ideia de heterotopia para referir a aspectos do aglomerado de atividades tecnológicas na área de Florianópolis, especialmente na Ilha de Santa Catarina. O ponto de partida é indicar que a Ilha e seu entorno continental é um lugar plasmado em história multissecular, entendendo-se lugar como um espaço com significado próprio para os agentes que o “constroem” socialmente e o vivenciam (Relph, 1976; Cresswell, 2004). Essa “construção” desenrolou-se pelo menos desde o início da ocupação dessa parte do Brasil no século XVII, com assentamento de bandeirantes vicentistas que, nos séculos seguintes, evoluiu para sede de capitania (como vila), capital de província (como cidade, após a Independência) e capital de estado (desde 1899). A trajetória foi marcada por intervenções do Estado português (complexo de fortalezas) e imigrações – açoriana, africana (forçada) e de outras origens – e, guardando relação com a distribuição geográfica dos colonos, pela criação de povoações no interior da Ilha, depois tornadas freguezias e assentadas na agricultura e na pesca (Ilha..., 1979; Cabral, 1968).

No século XX, a evolução urbana foi lenta até meados dos anos 1960 (Corrêa, 2004). Formaram-se novos bairros e adensaram-se outros na expansão do espaço edificado desde o centro histórico, e houve melhorias nas condições citadinas, devendo-se ressaltar, entre várias outras coisas, a criação de duas universidades públicas: a UFSC e a Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Nos distritos distantes do centro – diversos com ocupação litorânea, refletindo a condição insular –, as dificuldades de comunicação terrestre e as permanências socioeconômicas e demográficas traduziam-se na continuidade do binômio pesca-agricultura e de atitudes culturais e religiosas próprias, com incontornável influência açoriana.

Os anos 1970 testemunhariam progressividade e rapidez nas mudanças. O setor de construção civil cresceu vertiginosamente e um forte processo de conurbação com

municípios vizinhos autorizou falar em Aglomerado Urbano de Florianópolis. Simultaneamente, núcleos de distritos ao norte e a leste da Ilha tornaram-se objeto de veloz ocupação, envolvendo a fixação de contingentes de origens diversas (como outros municípios, estados e regiões). Uma espécie de “conurbação interna” – pelo adensamento ao longo de vias e rodovias e a interpenetração dos tecidos urbanos de distritos da Ilha – evoluiu progressivamente. A expansão do setor de turismo, paralela à do setor de tecnologia, concorreu para esse processo, espelhando tanto os atributos naturais e paisagísticos como a evolução do aparato receptivo e as ações de promoção (Oliveira, 2011).

O lugar onde se desdobrou o percurso tecnológico aqui considerado – a Ilha de Santa Catarina em primeiro lugar – conservava traços antigos e de longa presença, tanto (notadamente) nos ambientes mais interioranos como nas proximidades da sede do município. Outro aspecto é que, se *spin-offs*, ações institucionais e empreendedorismo pontilharam o caminho trilhado, como se procurou retratar, não se deve desconsiderar que as “condições de vida” na Ilha têm exercido atração junto a profissionais e empresas de outras origens, refletindo-se em transferências para o local. Há considerável dose de abstração nessa colocação, que se baseia na observação e em diálogos mantidos ou registrados *in loco*, inclusive por ocasião da pesquisa de campo. De todo modo, estudos como o de Costa (2022), sobre recintos de *co-working* em Florianópolis, ajudam a sustentar o ponto de vista manifestado a respeito.

Interessa aqui sobretudo destacar que, pelo que sugere a observação, faz sentido falar em heterotopia com respeito a essa “Ilha tecnológica”. Para argumentar recorre-se, por exemplo, ao que foi apresentado em 2013 como Projeto Rota da Inovação, elaborado pela Prefeitura de Florianópolis em parceria com a UFSC. Destinada a promover inclusive o turismo de inovação e tecnologia, essa Rota exhibe traçado que coincide com o do Corredor de Negócios Estratégico, mencionado anteriormente, embora atinja também o Aeroporto Internacional Hercílio Luz, a meio caminho para o sul da Ilha. O Sapiens Parque aparece como o seu extremo norte (Figura 1).

Os principais pilares dessa Rota ou daquele Corredor são os existentes Centros de Inovação, onde tendem a ser protagonizadas atividades inovadoras, em meio a interações. Designações estampadas na Figura 1 (Tecno Towers, CELTA, Office Park, ACATE, Corporate Park, Square Corporate, Sapiens Parque) indicam a localização de tais ambientes naquele trajeto, vertebrado em grande parte pela rodovia SC-401, como indicado. Vários deles parecem constituir bolhas socioprofissionais e socioculturais, com “homogeneidade” interna em diferentes aspectos. Elemento central, no que se quer aqui preconizar, é que as condições internas de tais ambientes estariam a contrastar significativamente com o observado nos entornos mais ou menos imediatos.

Figura 1. Ilha de Santa Catarina: Projeto Rota da Inovação



Fonte: Avenida... (2013, p. 14)

Com efeito, a postulação é que esses Centros de Inovação podem ser percebidos como “outros espaços”. Ou seja, como heterotopias. Circular por alguns deles com a atenção voltada para seus traços e detalhes permite perceber atmosfera até certo ponto própria e diferente do que costumeiramente caracterizou o “lugar-Ilha” historicamente moldado e vivenciado. Aí se apresentariam, com intensidade superior e com características mais específicas em face do observado “extramuros”, nível de empreendedorismo, pulsação rápida, *buzz*, estética, serviços, padrão de qualidade, linguajar, interesses, aspirações e preços praticados. Tem-se quase a sensação, vale assinalar, de estar em outra cidade, em outra Ilha de Santa Catarina, pelo descompasso com o que se encontra adjacente ou circundante. Essas heterotopias mostrar-se-iam como uma espécie de especificação do que se considerou pertinente adjetivar com a expressão “cidade fractal” a respeito de Florianópolis (Lins, 2011).

Instigante, o assunto é aqui abordado apenas exploratoriamente, como se advertiu. De toda maneira, é pertinente considerar que segmentos da mencionada Rota da Inovação situam-se em ambientes carregados de herança e memória histórica, apesar das mudanças acontecidas nas últimas décadas. Boa ilustração relaciona-se ao Sapiens Parque, no extremo norte da Rota, instalado em área interior do distrito de Canasvieiras, uma localidade que se tornara freguesia na década de 1830 na esteira da distribuição dos colonos açorianos chegados à Ilha em meados do século XVIII. Já o segmento da Rota situado na sede do município incide no Centro Histórico da cidade, boa parte do qual se desdobra entre o antigo Largo da Matriz (hoje Praça XV de Novembro) e as proximidades do atual Hospital de Caridade, que usufruiu da passagem de D. Pedro II pela antiga Desterro (anterior nome de Florianópolis), em 1845, devido à doação financeira do monarca para melhorias nas respectivas instalações.

Em suma, alguns dos âmbitos mais propícios aos processos de aprendizado e inovação na Ilha de Santa Catarina, assimilados aos Centros de Inovação, coexistem com estruturas que ostentam expressiva carga histórica e perfil tradicional. No conteúdo e na forma, aqueles recintos contrastam com essas estruturas, das quais seriam, de algum modo e por assim dizer, apartados. Não que inexistam conexões entre atividades ligadas à tecnologia e, por assim dizer, a vida na vizinhança, como ilustrado pelo comentado envolvimento da empresa Cheesecake Labs na formação de jovens de localidades carentes da Ilha em linguagem de programação. O próprio Foucault, ao enumerar os princípios de utilização geral da ideia de heterotopia, indicou que “As heterotopias supõem sempre um sistema de abertura e fechamento que, simultaneamente, as isola e as torna penetráveis” (Foucault, 2001, p. 420). Todavia, pelo que estaria a sugerir a observação, os contrastes entre a “Ilha-tecnológica” e a “Ilha-tradicional” são consideráveis, parecendo valer para os ambientes incrustados nos Centros de Inovação o que Foucault assinalou, justamente, sobre abertura e fechamento das heterotopias: “todo mundo pode entrar nesses locais heterotópicos, mas, na verdade, não é mais que uma ilusão: acredita-se penetrar e se é, pelo próprio fato de entrar, excluído.” (Foucault, 2001, p. 420).

A internacionalização do setor de tecnologia local, ainda que aparentemente tímida, contribuiria para acentuar o caráter de heterotopia presente nesses ambientes criativos. De fato, estes tanto promovem, potencialmente, a internacionalização – por disponibilizarem ou representarem, em princípio, condições e estímulos à projeção externa das empresas –, quanto seriam fortalecidos e enriquecidos por ela, pelo que tendem a representar as interações externas em impulsos e possibilidades de desenvolvimento. Nas experiências observadas pela pesquisa direta deste estudo, a empresa Resultados Digitais, com internacionalização que tanto lhe fortaleceu como nutriu a visibilidade externa do próprio aglomerado, usufruiu longamente das existentes estruturas de incubação, isto é, do tipo de condição que geralmente tipifica os espaços criativos.

Vale igualmente assinalar, a título de ilustração sobre as relações entre esses espaços heterotópicos e a internacionalização, o que o fundador da Decora informou sobre o caminho por ele trilhado em empreendedorismo após a venda daquela empresa para a nova-iorquina CreativeDrive. Sua entrevista foi concedida em recinto de um dos ambientes criativos (um Centro de Inovação) da Ilha de Santa Catarina, às margens da rodovia SC-401, onde atuava na criação de uma rede *blockchain* com equipe de cerca de 70 pessoas, quase 1/3 das quais eram estrangeiros em trabalho presencial nas próprias dependências. Esse ambiente representaria, assim, um ponto de convergência de capacidades profissionais, quiçá de talentos, com apelo internacional. Assim configurado, pode-se dizer que tal ambiente constitui um espaço criativo aberto para o mundo e com interações nessa escala ampla.

6. Conclusão

Objetivou-se neste estudo caracterizar a Ilha de Santa Catarina como espaço criativo (ou reduto de espaços criativos) em tecnologia, abordando a trajetória e aspectos da atualidade. A internacionalização, simultaneamente reflexo do desempenho setorial e vetor potencial da sua promoção, foi assunto sublinhado, assim como foi sugerido um contraste entre a “Ilha-tecnológica”, expressão síntese para os ambientes criativos locais,

e a “Ilha-tradicional”, esta referente ao lugar moldado historicamente em termos sociais, econômicos e culturais.

A evolução do setor de tecnologia local ocorreu desde os anos 1980, formando-se no processo um aglomerado cujo tecido empresarial interage com um arcabouço institucional que inclui incubadoras de empresas, centros ou parques de inovação e atividades em ensino e pesquisa. Nesse percurso ganhou vigor, embalado por ações institucionais de promoção, um ambiente criativo em tecnologia que angariou reputação inclusive no exterior, mostrando-se a observada internacionalização – aparentemente pouco disseminada entre as empresas porém estimulada institucionalmente – diversificada em formas e resultados, como ilustrado por três experiências.

A empresa Decora, criada em 2012, cresceu com a formação de uma rede internacional de prestadores de serviços e a penetração no mercado estadunidense, desempenho que motivou a sua compra em 2018 pela nova-iorquina CreativeDrive. A empresa Resultados Digitais (RD), nascida em 2011, expandiu-se rapidamente e, estimulada por resultados comerciais no exterior, decidiu criar escritórios em outros países, uma estratégia que não frutificou plenamente, todavia. A empresa Cheesecake Labs, surgida em 2013, já começou internacionalizada, com (e devido a) encomendas externas em razão de experiência prévia, o modelo de negócio adotado representando continuidade de vínculos estrangeiros. A importância do ambiente local para o que se logrou atingir em internacionalização foi reconhecida pelas empresas, mesmo que as ações próprias no âmbito corporativo tenham sido ressaltadas, e o papel institucional, relativizado.

A “Ilha-tecnológica” é crivada de empreendimentos cuja geografia, embora apresentado certa distribuição, registra concentrações geográficas. Em alguma medida essa espacialidade é coerente com o traçado de uma Rota da Inovação, em grande parte alinhada como o denominado Corredor de Negócios Estratégico, que basicamente interliga a área central de Florianópolis e o distrito de Canasvieiras, no norte da Ilha. Centros de Inovação, que pontilham essa Rota ou esse Corredor, representam redutos de efervescência criativa e, como se postulou, constituem espécies de bolhas socioprofissionais ou socioculturais. Esses ambientes, argumentou-se, podem ser vistos como “outros espaços” ou heterotopias.

Dizer heterotopias nesse contexto significa chamar a atenção para o fato da heterogeneidade local, aparentemente intensificada no bojo da expansão do setor de tecnologia. De fato, ao lado da “Ilha-tecnológica”, perfila-se o lugar “antigo” ou “tradicional” externo ao frenesi das interações geralmente presentes nos ambientes tecnológicos. Essas “Ilhas”, contrastadas, conversam pouco entre si, o que outorgaria sentido à ideia de, por assim dizer, estranhamento. Por quanto tempo tal condição poderá perdurar é questão que apenas no plano da conjectura poder-se-ia arriscar opinião. De todo modo, não seria descabido indagar sobre o possível papel das políticas de desenvolvimento (local, urbano) interessadas numa melhor articulação entre a “Ilha-tecnológica” e a “Ilha-tradicional”.

Trabalhos futuros sobre essa realidade certamente contribuiriam para aprofundar a reflexão em torno do assunto. Um tema importante diria respeito, com suficiente grau de detalhamento, às relações entre o setor de tecnologia e o de audiovisual, somente aludidas no presente estudo. Tal pesquisa apontaria mais aspectos do caráter “espaço criativo” que se propôs existir no local, ao mesmo tempo em que ofereceria, talvez, subsídios para uma política de promoção de interações mais densas entre esses setores, mirando o

fortalecimento de uma estrutura em economia criativa capaz de sobressair no país, devido ao perfil exibido (isto é, com tecnologia e audiovisual articulados).

De outra parte, uma pesquisa sobre a heterogeneidade no desempenho das empresas de tecnologia poderia gerar resultados capazes de inspirar estudos sobre outras realidades. O objeto seria a diferenciação mormente quanto à internacionalização, considerando empresas que atuam sob uma mesma atmosfera econômica e institucional. As experiências relatadas neste estudo – Decora, Resultados Digitais, Cheesecake Labs – representam casos de sucesso nesses termos; como o objetivo era somente vislumbrar uma possível diversidade entre processos e resultados da internacionalização, limitou-se a abordagem a eles. Ampliar a observação, incorporando empresas malsucedidas ou frustradas nessa projeção, produziria conhecimento até capaz, talvez, de inspirar políticas de promoção. Uma taxonomia de casos, sugerindo perguntas sobre o aproveitamento das condições locais com vistas à internacionalização, poderia ser construída como resultado e mesmo se revelar uma possível “chave de leitura” em trabalhos sobre outras realidades.

Referências bibliográficas

- ABSTARTUPS. (2022). *StartupBase*. São Paulo: ABSTARTUPS. <https://abstartups.com.br/startupbase-home/>
- ACATE. (2023). *Internacionalização ACATE*. Florianópolis: ACATE. <https://www.acate.com.br/programas/internacionalizacao/>
- Adler, P., Florida, R., King, K. & Mellander, C. (2019). The city and high-tech startups: the spatial organization of Schumpeterian entrepreneurship. *Cities*, 87, 121-130.
- Andersson, A. E. (1985). Creativity and regional development. *Papers of the Regional Science Association*, 56, 5-20.
- ANPROTEC. (2023). *Próxima edição do Land2land Connect apresentará ecossistema de inovação de Suécia*. Brasília DF: ANPROTEC. <https://shre.ink/1ISm>.
- Avenida do conhecimento. (2013). *Revista da FAPEU*, 6(6), 14.
- Azevedo, I. S. C. De & Teixeira, C. S. (Orgs.). (2018). *As incubadoras de Santa Catarina*. Perse.
- Bathelt, H., Malmberg, A. & Maskell, P. (2004). Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. *Progress in Human Geography*, 28(1), 31-56.
- Beaudry, C. & Schiffauerova, A. (2009). Who’s right, Marshall or Jacobs? The localization versus urbanization debate. *Research Policy*, 38(2), 318-337.
- Boschma, R. A. (2005). Proximity and innovation: a critical assessment. *Regional Studies*, 39(1), 61-74.
- Boschma, R. A. & Frenken, K. (2006). Why is economic geography not an evolutionary science? Towards an evolutionary economic geography. *Journal of Economic Geography*, 6, 273-302.
- Brasil. (2021). *Lei Complementar nº 182, de 1º de junho de 2021*. Institui o marco legal das startups e do empreendedorismo inovador; e altera a Lei nº 6.404, de 15 de

- dezembro de 1976, e a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Brasília, DF: Presidência da República. <https://shre.ink/11Sp>
- Brasil. (2022). *Índice de Cidades Empreendedoras 2022*. Brasília, DF: ENAP. <https://ice.ena.gov.br/ranking>
- Braun, D. (2021). Totvs compra RD Station por R\$ 1,86 bilhão. *Valor Econômico*, 9 mar. <https://shre.ink/1WxL>
- Cabral, O. R. (1968). *História de Santa Catarina*. Imprensa da Universidade Federal de Santa Catarina.
- Catela, E. Y da S. (2022). Distribuição espacial de inovadores schumpeterianos: diversificação e especialização na aglomeração espaço-temporal de startups de base tecnológica em Florianópolis. *Revista Brasileira de Inovação*, 21(e022020), 1-36.
- CELTA. (2023). *Empresas*. Florianópolis: CELTA. <https://celta.certi.org.br/>
- Cheesecake Labs. (2023). *Como tudo começou e o que nos motiva hoje*. Florianópolis: Cheesecake Labs. <https://cheesecakelabs.com/br/about/>
- Corrêa, C. H. P. (2004). *História de Florianópolis – Ilustrada*. Insular.
- Costa, E. dos S. (2022). *Espaços de co-working e experiências geográficas da classe criativa em Florianópolis: práticas espaciais e lugaridades híbridas*. [Tese de doutorado não publicada]. Universidade do Estado de Santa Catarina.
- Coutinho, L. (1992). A terceira revolução industrial e tecnológica: as grandes tendências de mudança. *Economia e Sociedade*, 1, 69-87.
- CPDI. (2023). *Sobre o CPDI*. Florianópolis: CPDI. <https://cpdi.org.br/sobre-cpdi/>
- Cresswell, T. (2004). *Place: a short introduction*. Blackwell.
- Eengelman, R. & Fracasso, E. M. (2013). Contribuição das incubadoras tecnológicas na internacionalização das empresas incubadas. *Revista de Administração*, 48(1), 165-178.
- Evans, G. (2009). Creative cities, creative spaces and urban policy. *Urban Studies*, 46(5-6), 1003-1040.
- Fallows, J. (1994). Consider Brazil. *The Atlantic online*. Aug. 12. <https://www.theatlantic.com/past/docs/unbound/jfnpr/jf40816.htm>
- FCC. (2021). *Mapeamento e estudo do setor audiovisual catarinense*. Florianópolis: FCC. (Relatório Final). <https://www.cultura.sc.gov.br/publicacoes/retratos-do-audiovisual-catarinense>
- Fiates, G. G. S., Martins, C., Fiates, J. E. A., Martignago, G. & Santos, N. dos. (2013). Análise do papel da incubadora na internacionalização de empresas de base tecnológica, incubadoras e graduadas. *Estratégia & Negócios*, 6(1), 252-274.
- Florianópolis. (2012). *Lei Complementar Municipal nº 432, de 07 de maio de 2012*. Dispõe sobre sistemas, mecanismos e incentivos à atividade tecnológica e inovativa, visando o desenvolvimento sustentável do município de Florianópolis. Florianópolis: Câmara Municipal. <https://shre.ink/11SR>

- Florianópolis. (2017). *Decreto nº 17.097, de 27 de janeiro de 2017*. Regulamenta a Lei Complementar nº 432, de 2012, que dispõe sobre sistemas, mecanismos e incentivos à atividade tecnológica e inovativa, visando o desenvolvimento sustentável do município de Florianópolis e estabelece outras providências. Florianópolis: Câmara Municipal. <https://shre.ink/1lfY>
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. Basic Books.
- Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. Routledge.
- Foucault, M. (1999). *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. 8.ed.).Martins Fontes.
- Foucault, M. (2001). Outros espaços. In M. Foucault, *Estética: literatura e pintura, música e cinema* (pp. 411-422). Forense Universitária.
- Garcia, M. (2019). *O processo de internacionalização de empresas de base tecnológica: estudo em incubadoras e empresas incubadas na região da Grande Florianópolis*. [Trabalho de conclusão de curso de graduação não publicado]. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Gill, R., Prat, A. C. & Virani, T. E. (Eds.). (2019). *Creative hubs in question: place, space and work in the creative economy*. Palgrave Macmillan.
- Gomez, L. S. R., Warken, D. D. & Rodrigues, R. B. (2017). Centro Sapiens: economia criativa aplicada no centro histórico leste de Florianópolis. *e-Revista LOGO*, 6(2), 84-102. <https://shre.ink/1IX0>
- Gross, N. (2020). Sur les *hétérotopies* de Michel Foucault. *Genealogy+Critique*, 6(1), 1-40. <https://www.genealogy-critique.net/article/id/7083/>
- Hall, P. (2000). Creative cities and economic development. *Urban Studies*, 37(4), 639-649.
- Hemais, C. A. & Hilal, A. (2004). Teorias, paradigma e tendências em negócios internacionais: de Hymer ao empreendedorismo. In C. A. Hemais, C. A. (Org.), *O desafio dos mercados externos: teoria e prática na internacionalização da firma* (v. 1, pp. 17-39). Mauad.
- Hospers, G.-J. (2003). Creative cities: breeding places in the knowledge economy. *Knowledge, Technology, & Policy*, 16(3), 143-162.
- Ilha de Santa Catarina: relatos de viajantes estrangeiros nos séculos XVIII e XIX. (1979). Florianópolis: Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina.
- INAITEC. (2022). *PEIEX: Programa de qualificação para exportação, potencializa aprendizado de empresários para conquistar novos mercados*. Palhoça: INAITEC, 21 jun. <https://shre.ink/1ISc>
- Inédita no país, Rede de Inovação se torna estratégia de Florianópolis para atrair empreendedores e investir na tecnologia local. (2020). *SC Inova*, Florianópolis: ACATE, 18 ago. <https://shre.ink/1ISQ>
- Jacobs, J. (1970). *The economy of cities*. Vintage Books.
- Kojikovski, G. (2018). Startup brasileira Decora é vendida por US\$ 100 milhões. *Exame*, 16 mar. <https://shre.ink/1IS1>

- Landry, C. (2000). *The creative city: a toolkit for urban innovators*. Earthscan.
- Lins, H. N. (2005). Competitividade internacional em *software*: um estudo sobre a experiência de Florianópolis. *Análise Econômica*, 23(44), 67-91.
- Lins, H. N. (2011). Cidades fractais: a Ilha da Magia e seus alquimistas. *Pesquisa & Debate*, 22(1), 95-117.
- Lundvall, B. & Borrás, S. (1997). *The globalising learning economy: implications for innovation policy*. European Commission.
- Mais, I., Carvalho, L. C. de, Amal, M. & Hoffmann, M. G. (2020). Importância das redes nos processos de inovação e internacionalização de empresas de base tecnológica. *Revista de Administração e Inovação*, 7(1), 41-61.
- Mytelka, L. K. (Ed.). (1991). *Strategic partnerships: states, firms and international competition*. Pinter Publishers.
- Nicolau, J. A. & Almeida, C. C. R. de. (2008). Arranjos produtivos de informática: Blumenau, Florianópolis e Joinville. In S. A. F. Cario et al. (Orgs.). *Economia de Santa Catarina: inserção industrial e dinâmica competitiva* (pp. 240-267). Nova Letra.
- OECD. (1996). *Networks of enterprises and local development: competing and co-operating in local productive systems*. OECD.
- Oliveira, A. P. (2011). *A história do turismo em Florianópolis: narrada por quem a vivenciou (1950-2010)*. Florianópolis: PalavraCom.
- Participe do Programa de Qualificação para Exportação – PEIEX. (2023). Florianópolis: CELTA. <https://www.instagram.com/p/CIGvW1guh0N/>
- Qualifique sua empresa Peiex. (2023). Brasília DF: ApexBrasil. <https://portal.apexbrasil.com.br/qualifique-sua-empresa-peiex/>
- RAIS. (2022). Brasília, DF: Ministério da Economia. <https://bi.mte.gov.br/bgcaged/inicial.php>
- RD Station. (2023). *Nossa história*. Florianópolis: RD Station. <https://www.rdstation.com/sobre-nos/>
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. Pion.
- Ries, E. (2011). *The lean startup: how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.
- Rodrigues, F. (2018?). A Cheesecake Labs nasceu internacional mas quer mostrar – e desenvolver – talentos de Floripa para o mundo. *SC Inova*. <https://shre.ink/1XpW>
- Scott, A. J. (2006). Creative cities: conceptual issues and policy questions. *Journal of Urban Affairs*, 28(1), 1-17.
- Scott, A. L. (2014). Beyond the creative city: cognitive-cultural capitalismo and the new urbanismo. *Regional Studies*, 48(4), 565-578.
- Singularity Group. (2023). <https://www.su.org/>

Startup brasileira Decora é vendida para CreativeDrive. (2018). *Forbes*, 15 mar. <https://shre.ink/11Sr>

Törnqvist, G. (2011). *The geography of creativity*. Edward Elgar.

Vendruscolo, L. T. & Galina, S. V. R. (2020). A internacionalização no processo de inovação das *startups* brasileiras de tecnologia da informação e comunicação (TIC). *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(2), 123-157.

Witthinrich, B. P. (2018). *Capacidade de absorção: um estudo em incubadoras e empresas incubadas do setor de software do estado de Santa Catarina*. [Dissertação de mestrado não publicada]. Universidade Federal de Santa Catarina.

Women's march. (2023). <https://www.womensmarch.com/>