STARTUPS E INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

STARTUPS AND THE CREATIVE INDUSTRY: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

LUCIANO DE OLIVEIRA MAURINA
UNIVERSIDADE FEEVALE

MARIA CRISTINA BOHNENBERGER
UNIVERSIDADE FEEVALE

DUSAN SCHREIBER
UNIVERSIDADE FEEVALE

Comunicação:
O XIV SINGEP foi realizado em conjunto com a 14th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) e com a SPARK (Society for Promoting Academic Research and Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

Agradecimento à orgão de fomento:
Os autores declaram que esta pesquisa não recebeu apoio financeiro de agências de fomento, instituições públicas ou privadas.

STARTUPS E INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Objetivo do estudo
Investigar como o conceito de startup é tratado na indústria criativa por meio de uma revisão sistemática da literatura, identificando as principais relações entre esses campos, suas contribuições, abordagens teóricas e oportunidades para futuras pesquisas.

Relevância/originalidade
O estudo é relevante ao explorar a intersecção entre startups e indústria criativa, tema ainda pouco consolidado na literatura. Sua originalidade reside na sistematização do conhecimento existente, identificando relações, lacunas e oportunidades de pesquisa entre esses dois campos.

Metodologia/abordagem
Pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, conduzida por meio de uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL). A coleta de dados foi realizada nas bases Scopus e Web of Science, seguindo o protocolo PRISMA, com análise descritiva, interpretativa e crítica dos estudos selecionados.

Principais resultados
Três relações principais entre startups e indústria criativa: a promoção de startups no contexto da indústria criativa; ações da indústria criativa que beneficiam startups; e soluções para o desenvolvimento da indústria criativa baseadas em práticas e modelos adotados por startups.

Contribuições teóricas/metodológicas
O estudo contribui para a compreensão das interseções entre startups e indústria criativa ao sistematizar a produção científica existente. Metodologicamente, demonstra a aplicação da Revisão Sistemática da Literatura, orientada pelo protocolo PRISMA, para identificar tendências, lacunas e oportunidades de pesquisa.

Contribuições sociais/para a gestão
O estudo oferece subsídios para gestores, formuladores de políticas públicas e agentes de ecossistemas de inovação ao evidenciar formas de integração entre startups e indústria criativa Socialmente, destaca o potencial dessa relação para promover inovação, empreendedorismo, geração de renda e desenvolvimento econômico.

Palavras-chave: Startups, Indústria Criativa, Revisão Sistemática da Literatura

STARTUPS AND THE CREATIVE INDUSTRY: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Study purpose
To investigate how the concept of startups is addressed in the creative industry through a systematic literature review, identifying the main relationships between these fields, their contributions, theoretical approaches, and opportunities for future research.

Relevance / originality
The study is relevant because it explores the intersection between startups and the creative industry, a topic that remains underdeveloped in the literature. Its originality lies in systematizing existing knowledge, identifying relationships, gaps, and research opportunities between these two fields.

Methodology / approach
This qualitative and exploratory study was conducted through a Systematic Literature Review (SLR). Data were collected from the Scopus and Web of Science databases following the PRISMA protocol, with descriptive, interpretative, and critical analysis of the selected studies.

Main results
The results identified three main relationships between startups and the creative industry: the promotion of startups within the creative industry; creative industry actions that benefit startups; and solutions for developing the creative industry based on practices and models adopted by startups.

Theoretical / methodological contributions
The study contributes to understanding the intersections between startups and the creative industry by systematizing existing scientific knowledge. Methodologically, it demonstrates the application of a Systematic Literature Review guided by the PRISMA protocol to identify trends, gaps, and research opportunities.

Social / management contributions
The study provides insights for managers, policymakers, and innovation ecosystem stakeholders by highlighting forms of integration between startups and the creative industry. Socially, it emphasizes the potential of this relationship to foster innovation, entrepreneurship, income generation, and economic development.

Keywords: Startups, Creative Industry, Systematic Literature Review

STARTUPS E INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

1 Introdução

A economia criativa, vista como um conceito em evolução baseado em ativos criativos potencialmente geradores de crescimento econômico e desenvolvimento (Pinheiro e Silva, 2020), é um dos setores de mais rápida expansão no mundo impulsionando a criação de empregos e a distribuição de renda em diversos países (UNCTAD, 2024). Para corroborar tal afirmação, de um lado, dados globais de 2022 da UNCTAD (2024) revelaram que as exportações de bens criativos aumentaram em mais de 350%, chegando a US$ 713 bilhões. Por outro lado, os serviços criativos cresceram 2,8 vezes na última década, alcançando US$ 1,4 trilhão.

Para Pinheiro e Silva (2020), a economia criativa pode ser compreendida como uma economia baseada no conhecimento. No entanto, precisa ser dissociada da economia da inovação, a qual consiste em transformar o conhecimento científico e tecnológico em produtos, serviços, processos ou sistemas que ampliam as possibilidades do desenvolvimento econômico. Essa separação é devida para orientar o esforço direcionado a realizar a classificação das atividades da economia criativa, resultando em diversos segmentos de indústria criativa que, segundo a UNCTAD (2024), são aqueles relacionados a: expressões culturais tradicionais, equipamentos culturais, artes visuais, espetáculos ao vivo, design, novas mídias, audiovisual, publicações, arquitetura, propaganda e marketing.

De acordo com Valiati e Wink Junior (2013, p.14) as indústrias criativas referem-se a "ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários, sendo formada por um núcleo, circundado por atividades relacionadas e de apoio". Embora haja uma dissociação entre a economia criativa e a economia da inovação, o presente estudo tem como tema o tratamento conceitual de startups na indústria criativa.

Segundo Ries (2019) as startups são empresas jovens que buscam criar algo novo em meio a um cenário de incertezas e com o compromisso de inovar, agindo como uma catalisadora que transforma ideias em produtos, por meio de um processo de aprendizado acelerado centrado no cliente.

Esses empreendimentos tecnológicos recém criados e com conhecimento limitado, são em algumas vezes compostos por apenas um profissional no início de sua trajetória, denominado de fundador ou CEO - *Chief Executive Officer* - (Salmeron et al. 2023). Para Yucel e Azhar (2023) pode ser uma empresa ou um projeto que busca desenvolver e validar um modelo de negócio escalável, desempenhando assim um papel crucial na facilitação de adoção de novas tecnologias nas indústrias, aproveitando recursos limitados e alavancando ativos intangíveis, como conhecimento e inovação.

As startups têm-se destacado por impor ao mercado modelos de negócios inovadores, atendendo a demandas de clientes por meio do uso massivo de tecnologias digitais. Exemplos como Uber, Airbnb, Spotify tornaram-se presentes no cotidiano de muitas pessoas em escala mundial. Dados do Global Startup Ecosystem (2023) demonstram que os *strong starters* - os 25 maiores ecossistemas de startups do mundo divididos em sete principais regiões - faturaram mais de US$ 700 bilhões em 2023, com uma taxa de crescimento média de 30% ao ano. Este avanço representativo foi impulsionado por ecossistemas emergentes robustos, com destaque para a região da Europa, contribuindo em 52% deste faturamento, seguidos da América do Norte, com 20% e da Ásia com 12%.

Ao analisar possíveis semelhantes entre a natureza das atividades relacionadas a economia criativa, tais como conhecimento, criatividade, capital intelectual, com elementos presentes nas conceituações apresentadas sobre startups, em especial "criar algo novo", "transformar ideias em produtos" e "aprendizado acelerado" (Ries, 2019); "alavancando ativos intangíveis, como conhecimento" (Yucel e Azhar, 2023); "compostas por apenas um profissional no início de sua trajetória" (Salmeron et al., 2023), percebe-se alguns pontos de convergência entre os elementos de conceituação de startups e indústrias criativas.

Ademais, os dados expressivos dos avanços da economia criativa divulgados pela UNCTAD (2024) e do mercado de startups externado pela Global Startup Ecosystem (2023), apontam alternativas de diversificação econômica tão necessárias especialmente para países em desenvolvimento. Segundo Rebeca Grynspan, Secretária-Geral da UNCTAD, a diversificação econômica é crucial para os países em desenvolvimento enfrentarem crises globais e promover um crescimento sustentável. A Secretária-Geral da UNCTAD destaca que investir em setores **criativos** (indústria criativa) e **tecnológicos** (startups) pode reduzir a dependência de mercados tradicionais e aumentar a resiliência econômica. Grynspan enfatiza que a combinação de multipolaridade com multilateralismo é fundamental para criar uma economia global mais inclusiva e equitativa (UNCTAD, 2024).

Tal possibilidade de intersecção entre startups e a indústria criativa, somada a representatividade e do potencial de ambos em alavancar a economia de países em desenvolvimento promovendo geração de empregos e distribuição de renda, são fatores motivadores para definir o problema a ser investigado, o qual consiste em: qual o estado da arte sobre como o conceito de startup é tratado na indústria criativa?

Para atender a problemática mencionada será realizada uma revisão sistemática da literatura (RSL) utilizando como base de dados a *Scopus* e a *Web of Science* e como descritores "indústria criativa" e "startups" a fim de evidenciar o estado da arte da produção científica sobre o referido tema.

Os resultados deste trabalho serão úteis para motivar novas pesquisas com o objetivo de aprimorar a análise de possíveis inter-relações entre a indústria criativa e as startups, em especial no que tange aos modelos de negócios que atualmente são atribuídos à economia da inovação, mas que podem ser redefinidos e incorporados à economia criativa.

As sessões seguintes revisam a literatura sobre os conceitos de economia criativa, indústria criativa e startups. Em seguida é apresentada a metodologia adotada para conduzir a RSL, passando pela análise de conteúdo dos 10 artigos selecionados. A sessão de resultados apresentará os frutos deste artigo e por fim, na conclusão serão evidenciadas as limitações enfrentadas, assim como sugestões para futuras pesquisas.

2. Economia criativa e Indústria Criativa

A economia criativa é um conjunto de atividades econômicas ancoradas no conhecimento (UNCTAD, 2024) e fundamentada em ativos criativos, sendo potencialmente geradora de crescimento econômico e desenvolvimento (Pinheiro e Silva, 2020). Embora confundida à economia da inovação, a economia criativa deve ser dissociada desta última, que transforma conhecimento científico e tecnológico em produtos, serviços, processos ou sistemas (Pinheiro e Silva, 2020). Por outro lado, é composta por todas as partes das indústrias criativas, incluindo comércio, trabalho e produção (UNCTAD, 2024).

Adicionalmente, as indústrias criativas, conceito que surgiu na Austrália em 1994 e que recebeu maior destaque no Reino Unido em 1997 por intermédio de políticas de estado (UNCTAD, 2008), referem-se aos setores que compõem a economia criativa e que utilizam criatividade e capital intelectual de maneira intensa e imprescindível para a criação, produção e distribuição de bens e serviços (Valiati e Wink Junior, 2013). Deste modo, propiciam aos países em desenvolvimento uma oportunidade de alavancagem econômica como um dos setores mais dinâmicos da economia global (UNCTAD, 2024) "onde os insumos intangíveis criativos e baseados no conhecimento acrescentam valor econômico e social significativo aos bens e serviços" (Parkman et al., 2012, p. 97).

Para Potts e Cunningham (2012) é uma definição analítica alternativa e original dos segmentos industriais econômicos que tem na criatividade o seu principal *input* gerando como resultado algum conteúdo ou artefato de propriedade intelectual. Pinheiro e Silva (2020) contrapõem Potts e Cunningham (2012), Valiati e Wink Junior (2013) no que tange a generalização do uso da criatividade para se determinar o que compete ou não à indústria criativa.

Em seu ensaio intitulado "Afinal, o que é (e o que não é) indústria criativa?" Pinheiro e Silva (2020) argumentam que tal definição é permeada por diversas interpretações e compreensões que variam conforme o contexto cultural e econômico. Sendo assim, é essencial reconhecer a subjetividade presente na categorização das atividades deste setor, não podendo ser entendida como uma ciência ou uma disciplina. Neste último aspecto, pelo contrário, o esforço de se conceituar indústria criativa "se expande com a potencialidade de construção de uma área interdisciplinar de investigação acadêmica" (Pinheiro e Silva, 2020, p. 34).

Finalmente, segundo a UNCTAD (2008), as indústrias criativas podem ser classificadas em quatro categorias subdivididas em 8 grupos: herança cultural, artes, mídia e criações funcionais. A **herança** cultural abrange o artesanato, as expressões culturais tradicionais, os festivais e locais culturais. O grupo de **artes** inclui as artes visuais, como pinturas, esculturas e fotografias; e as artes performáticas, como música, teatro, dança, ópera e circo. A **mídia** cobre a publicação e impressão de mídia, incluindo livros, imprensa e outras publicações; e cinema, radiodifusão, televisão e rádio. Por fim, as **criações funcionais** são divididas em projeto, que abrange mobília, interiores, gráficos, moda, jóias e brinquedos; novas mídias que incluem conteúdo digitalizado, videogame, *software* e animação; e serviços criativos, como arquitetura, publicidade e pesquisa e desenvolvimento, cultural e serviços recreativos.

3. Startups

Startups, segundo Dorf e Blank (2014), podem ser compreendidas como organizações humanas temporárias que visam construir um modelo de negócios escalável, repetível e lucrativo. A característica de temporalidade assemelha-se com outra perspectiva que a denomina como uma empresa jovem que busca criar algo novo em meio a um cenário de incertezas e com o compromisso de inovar, agindo como uma catalisadora que transforma ideias em produtos, por meio de um processo de aprendizado acelerado centrado no cliente (Ries, 2019).

Esses empreendimentos tecnológicos recém constituídos e com conhecimento limitado, são em algumas vezes compostos por apenas um profissional no início de sua trajetória, denominado de fundador ou CEO - Chief Executive Officer - (Salmeron et al. 2023). Para Yucel e Azhar (2023) pode ser uma empresa ou um projeto que busca desenvolver e validar um modelo de negócio escalável, desempenhando assim um papel crucial na facilitação de adoção de novas tecnologias nas indústrias, aproveitando recursos limitados e alavancando ativos intangíveis, como conhecimento e inovação.

Sob os aspectos de escassez de capital intelectual e de recursos financeiros, podem ser empresas pequenas e médias de base tecnológica que objetivam criar um modelo de negócio robusto e inovador e que após validar no mercado o interesse por seus produtos e serviços, necessitam de investimentos externos para impulsionar o seu crescimento (Santisteban et al. 2021). Por apresentarem condições de rápido crescimento no curto prazo e baixos custos incrementais (Santisteban et al. 2021) tornam-se uma opção de investimentos para o mercado de capitais.

De acordo com a Startup Genome (2023) uma startup é uma empresa inovadora ou impulsionada por tecnologia, fundada nos últimos 10 anos, com tecnologia e/ou escalabilidade como núcleo de seu modelo de negócios, incluindo startups ativas em áreas de tecnologia avançada, como Robótica e Ciências da Vida.

Por outro lado, Aileen Lee (2013) popularizou o termo startup unicórnio no ano de 2013 através da publicação "*Welcome to the Unicorn Club: Learning from Billion-Dollar Startups*". Para Aileen Lee (2013), as startups com avaliação de mercado superior a um bilhão de dólares eram raras na época e representavam apenas 0,07% das startups de software do ecossistema de capital de risco dos Estados Unidos compondo um clube restrito de 39 startups unicórnio. Segundo o relatório "The Global Startup Ecosystem Report 2023" outra característica de uma unicórnio é de não ter sido adquirida por outra empresa e não ter feito o IPO - *Initial Public Offering* - (Startup Genome, 2023). De acordo com a SEC (2024), Comissão de Valores Mobiliários dos Estados Unidos, um IPO ou oferta pública inicial,

refere-se à primeira venda de ações de uma empresa ao público em geral através de uma bolsa de valores.

4. Metodologia

A metodologia selecionada é composta por uma abordagem qualitativa associada à revisão sistemática da literatura (RSL) para tratar da questão de investigação "Qual é o estado da arte sobre como o conceito de startup é tratado na indústria criativa?". Uma RSL tem como premissa reduzir o viés de subjetividade do pesquisador por meio de um processo e do uso de métodos pré-determinados para atender a questão de investigação definida através da busca sistemática de todos os documentos relevantes publicados (Donato e Donato, 2019).

Neste processo, os artigos passam por etapas de apreciação a fim de selecioná-los com base em critérios de seleção escolhidos. Em seguida, após a última etapa de filtro, os artigos aprovados para a RSL são analisados de forma integral; ocorre a extração dos dados relevantes; e segue para o processo de agrupamento desses dados (síntese) para gerar o resultado final do artigo (Donato e Donato, 2019). Para Donato e Donato (2019) o processo de RSL pode ser estruturado em 9 passos, os quais são descritos no quadro 1.

1. Formular uma questão de investigação; 2. Produzir um protocolo de investigação e efetuar o seu registro (itens 1 e de 3 a 8 devem constar no protocolo de elaboração da revisão sistemática); 3. Definir os critérios de inclusão e exclusão; 4. Desenvolver uma estratégia de pesquisa e pesquisar a literatura - encontrar os estudos; 5. Seleção dos estudos; 6. Avaliação da qualidade dos estudos; 7. Extração dos dados; 8. Síntese dos dados e avaliação da qualidade da evidência; 9. Disseminação dos resultados - Publicação

Quadro 1- Etapas do processo de revisão sistemática
Fonte: Donato e Donato (p. 228, 2019).

Atendendo a etapa 2, será adotado o protocolo PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). Este método é um conjunto de diretrizes composto por uma lista de verificação de 27 itens e um diagrama de fluxo (Donato e Donato, 2019) projetado para ajudar autores e pesquisadores a relatar de forma transparente e reaplicável por que uma RSL foi realizada, quais os métodos foram utilizados e quais foram os resultados obtidos (PRISMA 2020, s.d.). Na figura 1, será ilustrado o fluxograma desta RSL adotando as orientações de Donato e Donato (2019) e do método PRISMA.

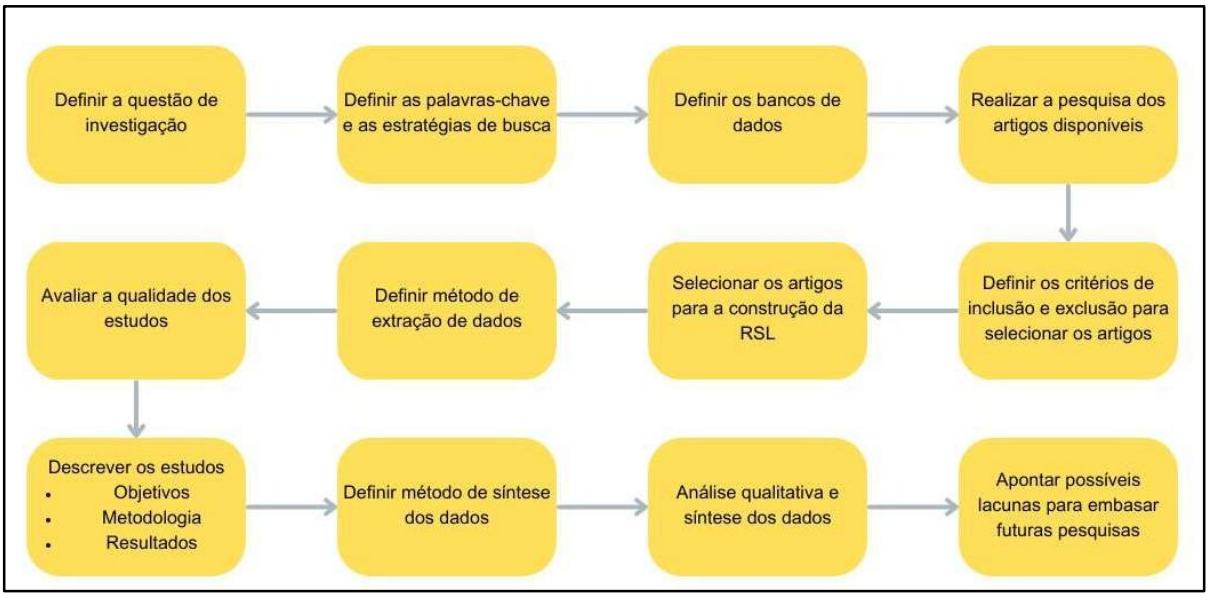


Figura 1 - Fluxograma da Revisão Sistemática da Literatura
Fonte: Adaptado pelos autores de Donato e Donato (2019) e PRISMA 2020 (s.d.).

Para delimitar a busca de pesquisas publicadas foram definidas as bases de dados da *Scopus* mediante a configuração de *Article title, Abstract, Keywords* "*startups*" *AND* "*creative industries*"; e na *Web of Science* com a busca de *Title "creative industries" AND Topic "startups"*. A primeira busca foi realizada na base da *Scopus* em 27 de julho de 2024 resultando em 90 documentos e após a aplicação do filtro "*article*", restaram 34 documentos. Na *Web of Science* a investigação inicial foi realizada em 27 de julho de 2024 resultando em 5 documentos e em seguida foi aplicado o filtro de "*article*", resultando em 3 documentos.

Depois, foram lidos todos os títulos e resumos dos artigos, onde foram constatados 2 artigos duplicados entre as duas bases de dados e outros foram excluídos devido a ausência das expressões "*creative industries*" ou "*creative economy*" e "startups" no título, no resumo e/ou nas palavras-chave. Este filtro resultou em 14 documentos na *Scopus* e 1 artigo na *Web of Science*. Dos 14 artigos da *Scopus* restantes, 5 necessitaram de permissão dos autores para acessar o seu conteúdo completo. Após contatar os autores destes artigos na plataforma *ResearchGate* em 2 de agosto de 2024 e não obter o retorno, a RSL foi finalizada com base em 9 artigos da *Scopus* e 1 artigo da *Web of Science*. Na figura 2 são apresentados os passos para se chegar aos artigos selecionados para esta RSL.

Antes de iniciar a leitura completa dos artigos, segundo Donato e Donato (2019), é preciso avaliar o uso de algum método que auxilie a extrair os dados de forma qualitativa através de alguma escala de avaliação para cada estudo selecionado. Deste modo, seguindo os passos do método PRISMA para guiar a extração dos dados de cada um dos 10 artigos, foi utilizado um formulário padronizado, o qual inclui diversas categorias essenciais para a análise, como a revista em que o artigo foi publicado, o título do artigo, o(s) autor(es), as palavras-chave, o objetivo, o tema, o setor de estudo, a amostra utilizada, a metodologia empregada, o país ou região de origem de autor principal, os resultados obtidos e o número de citações de cada trabalho.

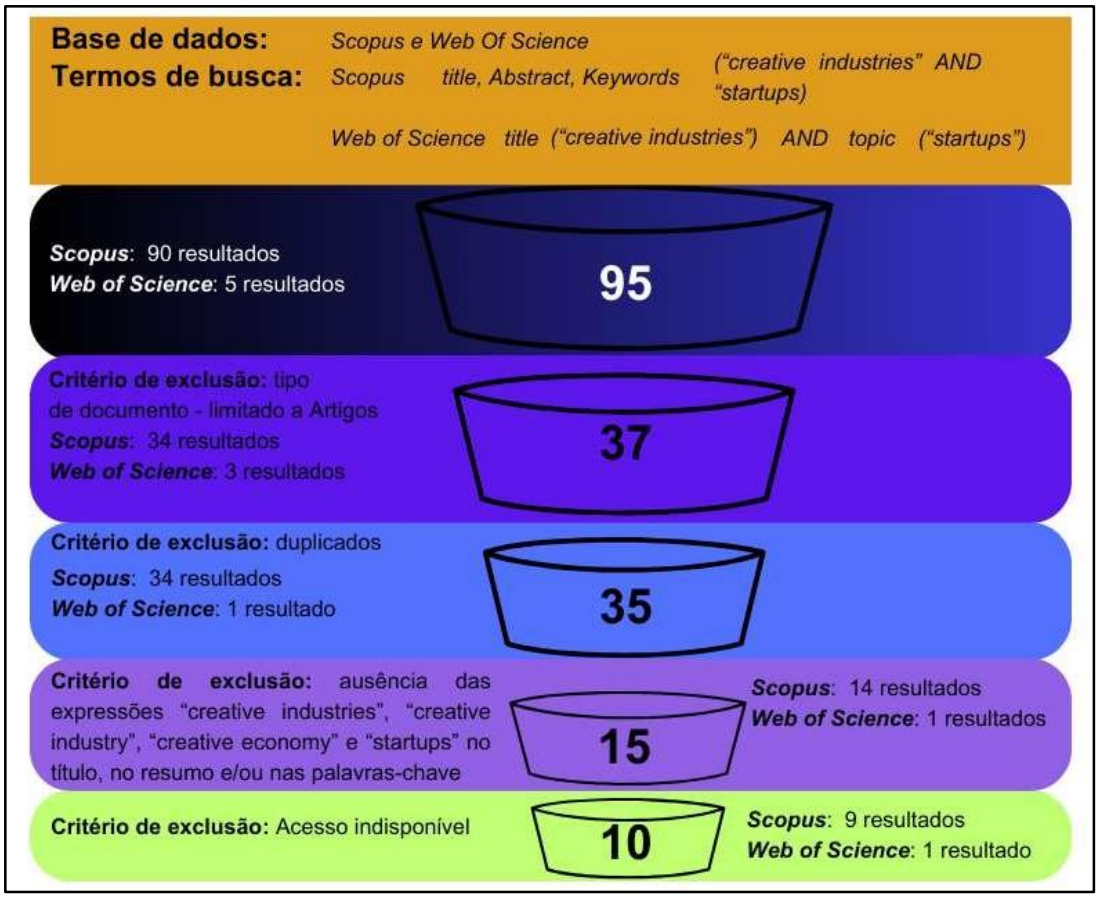


Figura 2 - Etapas de seleção de artigos
Fonte: Desenvolvido pelos autores.

Para organizar os dados extraídos com a leitura completa dos artigos e o preenchimento do formulário mencionado, foi utilizada uma planilha eletrônica do google planilhas.

Além disso, para fazer a síntese dos dados a qual consiste em coletar, combinar e resumir cada artigo individual resultante da seleção final para criar a RSL (Donato e Donato 2019) foi utilizada a abordagem descritiva, pois segundo Prodanov e Freitas (2013), tem como objetivo "descrever e analisar características, comportamentos e fenômenos de interesse" (p. 56), fornecendo uma visão detalhada e aprofundada do objeto de estudo, neste caso, um panorama sobre o estado-da-arte de produção científica sobre fatores críticos de sucesso em startups.

Por fim, com base em Marconi e Lakatos (2017), buscou-se analisar os dados coletados de forma interpretativa e crítica, A análise interpretativa permitiu que as principais ideias extraídas dos 10 artigos analisados fossem relacionadas ao conhecimento prévio do pesquisador. A análise crítica, por sua vez, envolveu a codificação e a explicação de possíveis relações entre a indústria criativa e as startups, resultando na identificação de padrões e de lacunas na literatura existente.

5. Resultado e análise

As primeiras classificações tiveram como objetivo apresentar o(s) autor(es) e o ano de publicação, o periódico em que foi publicado, o número de citações e o país de origem do principal autor da pesquisa. Em relação ao ano das publicações dos periódicos selecionados, o primeiro registro das pesquisas foi publicado em 2010, seguido de duas publicações em 2017 e 2018, uma publicação em 2021, três em 2022 e uma em 2024.

De acordo com os dados, o continente Europeu representou 60% das publicações, com um total de 6 artigos, distribuídos entre Bulgária (1 artigo), Ucrânia (2 artigos), Holanda (1 artigo), Rússia (1

artigo) e Eslováquia (1 artigo). O continente Asiático representou 30% das publicações, com um total de 3 artigos, distribuídos entre Indonésia (2 artigos) e Coreia do Sul (1 artigo). O continente da América do Norte representou 10% das publicações, com um 1 artigo dos Estados Unidos.

Os dois artigos mais citados entre os selecionados foram de autoria de Lazzaro e Noonan (2021), com a abordagem sobre a análise comparativa de regulamentações de *crowdfunding* para indústrias culturais e criativas entre EUA e UE, com 23 citações, e Stefko e Steffek (2017) com artigo sobre incubação empresarial e *coworking* para indústrias criativas, com 10 citações.

5.1 Análise dos métodos de pesquisa dos artigos

O método de pesquisa com abordagem qualitativa foi utilizado em seis dos dez artigos, representando 60% dos trabalhos (Kovpak e Lebid, 2022; Lazzaro e Noonan, 2021; Simonova, 2018; Kim e Kim, 2018; Zakharchenko, 2022; Ondercin, 2010). Por outro lado, a abordagem quantitativa conduziu 30% dos estudos, sendo utilizada em três dos dez artigos (Ardi et al., 2022; Rodrigues et al., 2024; Heripracoyo, 2017). A abordagem mista, combinando métodos qualitativos e quantitativos, foi utilizada em um dos dez artigos, representando 10% dos estudos (Štefko e Steffek, 2017).

Em relação às técnicas de coleta de dados, o survey foi a técnica mais utilizada, presente em cinco dos dez artigos, representando 50% das publicações (Rodrigues et al., 2024; Ardi et al., 2022; Štefko e Steffek, 2017; Heripracoyo, 2017; Kovpak e Lebid, 2022). A coleta de dados via entrevista foi utilizada em quatro dos dez artigos, representando 40% dos estudos (Simonova, 2018; Štefko e Steffek, 2017; Heripracoyo, 2017; Kim e Kim, 2018). Um artigo utilizou exclusivamente a revisão sistemática da literatura como técnica de coleta de dados, representando 10% das publicações (Ondercin, 2010).

Quanto à natureza das pesquisas, 80% dos artigos analisados foram considerados empíricos, baseando-se na coleta e análise de dados primários e secundários (Kovpak e Lebid, 2022; Štefko e Steffek, 2017; Rodrigues et al., 2024; Kim e Kim, 2018; Simonova, 2018; Lazzaro e Noonan, 2021; Ardi et al., 2022; Heripracoyo, 2017). Dois artigos foram classificados como teóricos, embasando suas análises na revisão de literatura existente ou em análise documental (Ondercin, 2010; Zakharchenko, 2022).

5.2 Análise dos artigos selecionados

Rodrigues et al. (2024) realizaram um estudo sobre a criatividade presente nas cidades da Bulgária no período pré-pandemia, no qual visaram caracterizar os distritos búlgaros em relação à sua criatividade, utilizando um índice composto desenvolvido pelos autores, com o objetivo de investigar como a criatividade contribuiu para o crescimento econômico e o desenvolvimento urbano nas principais cidades do país. Como resultado, Rodrigues et al. (2024) validaram 14 fatores identificados por meio da análise estatística que representam os principais componentes que influenciaram a criatividade e o desenvolvimento criativo nas cidades pesquisadas.

Dentro da categoria de cultura os fatores destacados foram: espaços e atividades culturais e criativas, cultura urbana e artes cênicas, patrimônio cultural cinematográfico, hospitalidade integral e atratividade internacional. Já na categoria de economia criativa os fatores identificados foram a vitalidade cultural e econômica, o ecossistema criativo e acadêmico e o ambiente acadêmico. Por fim, sob a categoria de ambiente favorável os fatores foram cultura midiática e ensino superior, demografia e dinâmica sociocultural, conectividade aérea e regeneração urbana, conectividade multimodal, cultura literária e regeneração urbana e educação artística e humanística.

Segundo Rodrigues et al. (2024), o fator “vitalidade cultural e econômica” foi um impulsionador da economia da Bulgária por meio de eventos relacionados à indústria criativa, como eventos culturais, festivais e exposições, corroborando com as atividades na divisão de “herança” criada pela UNCTAD (2008). “Esta vibração cultural desempenhou um papel na atração de turistas e no

fortalecimento do setor do turismo, contribuindo para o crescimento económico do país" (Rodrigues et al., 2024, p.13). Além disso, essas condições culturais e econômicas incentivaram o surgimento de uma cultura vibrante de startups, promovendo eventos, *hackathons* e competições focadas em inovação para jovens empreendedores.

Outro fator apontado por Rodrigues et al. (2024) foi o "ecossistema criativo e acadêmico" que estava em expansão no período pré-pandemia na Bulgária. Várias iniciativas de apoio a artistas, designers e empreendedores, incluindo centros criativos, espaços de *coworking* e incubadoras de startups, foram mencionadas como ambientes que estimularam a colaboração entre o meio acadêmico e a indústria criativa, resultando no desenvolvimento de projetos e soluções inovadoras com relevância prática no país.

Zakharchenko (2022) abordou a necessidade de fortalecer o Plano de Recuperação da Ucrânia após a guerra por meio da neoeconomia. O estudo identificou setores prioritários para impulsionar o desenvolvimento, incluindo tecnologia da informação (TI), indústria 4.0, energias renováveis, bioeconomia, comércio eletrônico, economia criativa, pesquisa e desenvolvimento, entre outros. O autor propôs diversas formas de organizações espaciais, ou seja, a distribuição e localização de setores inovadores e tecnológicos em diferentes áreas geográficas (Zakharchenko, 2022), como incubadoras de negócios, startups, parques tecnológicos e cidades inteligentes. Esses elementos apontam para uma reforma estrutural na economia baseada em conhecimento e inovação, contrariando o modelo vigente da economia industrial tradicional focada na exportação de matérias-primas.

Neste contexto, segundo Zakharchenko (2022) as startups são essenciais para alavancar os setores econômicos prioritários apontados, desempenhando um papel crucial na facilitação de adoção de novas tecnologias nas indústrias e alavancando ativos intangíveis como conhecimento e inovação (Yucel e Azhar, 2023). Nesse sentido, a economia criativa também pode ser entendida como um conjunto de atividades econômicas ancoradas no conhecimento, sendo potencialmente geradora de crescimento econômico (UNCTAD, 2024; Pinheiro e Silva, 2020). Projetos voltados à cultura, memória, patrimônio, bem como ao desenvolvimento da indústria cinematográfica e produção audiovisual são exemplos de iniciativas que podem fomentar a economia criativa e contribuir para a recuperação econômica da Ucrânia (Zakharchenko, 2022).

Ardi et al. (2022), examinaram 144 startups digitais registradas na Baparekraf (Agências de Turismo e Economia Criativa da Indonésia). O objetivo foi investigar se a liderança transformacional digital, a interação baseada em conhecimento empoderador e a capacidade de absorção são capazes de manter a sustentabilidade das startups digitais, melhorando o desempenho financeiro e atração de investimentos (Ardi et al., 2022).

No artigo desenvolvido por Ardi et al. (2022), a relação de startups com a indústria criativa é verificada na base de startups cadastradas na Baparekraf, onde constam startups do mercado de games (8% da amostra) e mídias (7% da amostra). Estes segmentos são considerados parte da indústria criativa na Indonésia conforme apontado pela UNCTAD (2008), onde uma das quatro categorias é "mídia", e um dos grupos atribuídos à categoria de "criações funcionais" é o de "games".

Kovpak e Lebid (2022) analisaram ferramentas da indústria criativa ucraniana que contribuíram para a produção de novos produtos ou serviços culturais e potencializaram a economia criativa durante a lei marcial devido à guerra contra a Rússia. Os casos de sucesso incluem pequenas ideias de monetização de *hobbies* resultando em negócios no ramo de jóias, roupas, cosméticos, dentre outros, proporcionando doações de recursos financeiros às Forças Armadas da Ucrânia. Esses exemplos conectam-se com o conceito de indústrias criativas como setores que utilizam criatividade e capital intelectual para criar valor econômico e social conforme descrito por Valiati e Wink Junior (2013) e Parkman et al. (2012).

A empresa Dressx, uma plataforma digital de venda de roupas digitais, obteve US$ 2 milhões em investimentos de capital de risco e lançou um *marketplace* de NFT (token não fungível) para roupas. Embora Dress não seja explicitamente mencionada como uma startup, percebe-se que é uma empresa de base tecnológica que criou um modelo de negócios digital escalável, o que apresenta

semelhança com os apontamentos de Dorf e Blanck (2014). O fato da Dressx receber investimentos externos expressivos para impulsionar o seu crescimento, conecta-se com a característica de startup apontada por Santisteban et al. (2021). No entanto, o estudo de Kovpak e Lebid (2022) não aborda diretamente startups na indústria criativa, exceto no resumo, onde cita o "Fundo de Startups" como uma das instituições para fomentar o desenvolvimento das indústrias criativas na Ucrânia.

Lazzaro e Noonan (2021) realizaram uma análise comparativa dos quadros regulatórios para *crowdfunding* nas indústrias culturais e criativas (CCCF) nos Estados Unidos e na União Europeia, utilizando o modelo de *crowdfunding* de startups como referência. De acordo com Camilleri e Bresciani (2022), o *crowdfunding* é um método alternativo de captação de recursos onde empreendedores, startups e empresas podem utilizar plataformas online para obter financiamento de vários investidores em troca de produtos ou participação acionária.

Na pesquisa de Lazzaro e Noonan (2021), o foco principal foi o desenvolvimento de estratégias de financiamento para alavancar as indústrias culturais e criativas. O conceito de startup foi mencionado como modelo presente em outros contextos de mercado com características de negócios semelhantes à indústria criativa, tais como empreendimentos recém-criados (Salmeron et al. 2023) que demandam aporte de investimento para impulsionar o seu crescimento (Santisteban et al. 2021). Segundo Lazzaro e Noonan (2021), o *crowdfunding* pode ser uma alternativa decisiva para estimular o surgimento e o fortalecimento de novos empreendimentos da indústria criativa.

Kim e Kim (2018) sugeriram fatores críticos para empresas iniciantes de design e discutiram melhorias para o desenvolvimento de startups de design no novo ambiente de negócios, explorando os seus modelos de negócios através de estudos de caso múltiplo com quatro empresas. Identificaram quatro tipos de orientação de startups de design: mercado-capital, mercado-social, tecnologia-capital e tecnologia social. Contudo, as startups estudadas por Kim e Kim (2018) não apresentam similaridades na atividade fim com os segmentos de indústria criativa definidos por UNCTAD (2008) e Valiati e Wink Junior (2013).

Por outro lado, Kim e Kim (2018) concentraram-se em incorporar os profissionais da indústria de design da Coreia do Sul às startups para desenvolver modelos de negócios baseados em criatividade e inovação, conforme destacado por Pinheiro e Silva (2020) e Ries (2019). Simonova (2018) desenvolveu uma pesquisa com 27 participantes para realizar uma análise antropológica crítica do *hackerspace* "Neuron" em Moscou, abordando o seu funcionamento como uma plataforma alternativa na indústria criativa de tecnologia da informação e no empreendedorismo de startups. *Hackerspace,* segundo Simonova (2018), é um espaço de trabalho e socialização de profissionais de tecnologia, como programadores, engenheiros e designers, onde compartilham recursos e conhecimento.

A relação entre indústria criativa e startups no trabalho de Simonova (2018) concentra-se na escolha da "Neuron" como objeto de estudo, considerando-a uma forma de organização de empreendedorismo de startups e da indústria criativa, permitindo o envolvimento de profissionais de design e de arte digital, além programadores e engenheiros de *software*. Simonova (2018, p.52) definiu esta plataforma como uma "comunidade que conseguiu precisamente transformar ideias criativas em produtos comerciais".

Stefko e Steffek (2017) exploram os serviços mais requisitados por profissionais da indústria criativa em incubadoras e *coworking* voltados para criar e apoiar o desenvolvimento de startups em Toronto, no Canadá. Dados primários foram coletados por meio de pesquisas online com 60 alunos matriculados em programas criativos da Universidade Ryerson e 12 entrevistas com representantes dos usuários da incubadora em Toronto. A pesquisa destacou que esses ambientes atraem profissionais da indústria criativa, oferecendo programas de incubação e aceleração adaptados às suas necessidades.

De acordo com Stefko e Steffek (2017), uma incubadora eficaz para profissionais da indústria criativa deve oferecer espaços de trabalho flexíveis e acessíveis, suporte robusto em gestão e operações empresariais, conexões com redes de financiamento e mentoria, e serviços continuamente

adaptados para atender às necessidades emergentes dos empreendedores criativos. Assim, o estudo evidencia uma relação direta entre o startups e a indústria criativa, destacando a importância de oferecer serviços especializados para o desenvolvimento de startups nesse setor.

Heripracoyo (2017) investigou o impacto da computação em nuvem e da capacidade de tecnologia da informação na capacidade de inovação, focando-se na indústria criativa digital da Indonésia, especificamente na categoria de animação. Para Heripracoyo (2017), o desenvolvimento de startups na economia criativa digital na Indonésia proporcionou um crescimento rápido com o surgimento de aproximadamente 400 novos empreendimentos, gerando uma receita equivalente a US$ 133,33 milhões, em cinco anos. O estudo apoiou a criação de um novo conhecimento para a indústria criativa digital, fornecendo um modelo que suporte a gestão empresarial nas indústrias criativas digitais.

Ondercin (2010) ressaltou que as universidades têm um papel fundamental na transferência de pesquisas para a indústria, na geração de novas invenções e patentes, e na criação de startups a partir de suas tecnologias. O autor apontou que há necessidade de exercer um movimento global para transformar as universidades em motores de inovação com maior capacidade de comercializar suas pesquisas. Nesse cenário, a inovação na aprendizagem aberta e nas redes *peer-to-peer* foi vista como central para os conceitos criativos, econômicos, sociais e culturais, segundo o autor. Contudo, Ondercin (2010) não conceitua "economia criativa" ou "indústria criativa" em sua revisão, enfraquecendo seu argumento.

Finalmente, para estabelecer uma síntese da relação do conceito de startups com a indústria criativa, o quadro 2 apresenta as contribuições e as limitações de cada artigo.

(continua)

Autor	Contribuição	Limitações
Rodrigues et al. (2024)	Uma visão de ecossistema integrando ações e atividades da indústria criativa com eventos e ações de empreendedorismo e inovação que resultaram no surgimento de uma cultura vibrante de startups na Bulgária.	Não foram percebidas limitações.
Zakharchenko (2022)	Explorou atividades do setor da indústria criativa que podem constituir startups como alternativas para o plano de recuperação da Ucrânia.	Não foram percebidas limitações.
Ardi et al. (2022)	Selecionou como amostra da sua pesquisa startups da indústria criativa de games e mídia, dentre outros segmentos para atender ao seu objetivo de pesquisa.	Não foram percebidas limitações.
Kovpak e Lebid (2022)	Investigaram o impacto de iniciativas relacionadas à indústria criativa para fornecer recursos financeiros às forças armadas da Ucrânia, expondo com um dos casos uma empresa digital que recebeu um aporte significativo de capital para impulsionar seu modelo de negócios.	Não há uma menção explícita de startup no desenvolvimento do estudo. Contudo foi possível atribuir uma relação próxima da empresa Dressx com a definição de startup de Dorf e Blanck (2014).
Lazzaro e Noonan (2021)	Trataram de estratégias de financiamento para alavancar a indústria criativa, adotando como referência modelos de financiamento utilizados para apoiar startups.	Não foram percebidas limitações.

(conclusão)

Kim e Kim (2018)	O estudo se concentra em incorporar os profissionais da indústria de design, do setor criativo, da Coreia do Sul às startups a fim de exercer atividades de design no desenvolvimento de modelos de negócios baseados em criatividade e inovação.	Não foram percebidas limitações.
Simonova (2018)	Artigo baseado em uma comunidade digital que conecta profissionais da Indústria Criativa com outros especialistas resultando na criação de startups.	Não foram percebidas limitações.
Stefko e Steffek (2017)	Exploraram os serviços mais requisitados por alunos de programas criativos da universidade Ryverson em Toronto em ambientes de incubação e *coworking* voltados a criação de startups.	Não foram percebidas limitações.
Heripracoyo (2017)	Relacionou as capacidades de tecnologia da informação de computação em nuvem e big data com a capacidade de inovação, considerando como objeto de estudo startups da indústria criativa na categoria de animação.	Não foram percebidas limitações.
Ondercin (2010)	Propôs às universidades a adoção de práticas centradas na aprendizagem aberta e nas redes peer-to-peer no intuito de comercializar serviços e tecnologias por meio de startups e enfatizou que a economia criativa pode apoiar neste desafio.	O autor não apresentou conceitos e uma visão clara de características da indústria criativa.

Quadro 2 - Síntese das contribuições e limitações de cada artigo
Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

A partir do quadro 2, evidenciam-se três principais relações entre startups e indústria criativa ou economia criativa. A primeira refere-se ao incentivo à criação ou identificação de startups na indústria ou na economia criativa presentes nos estudos de Zakharchenko (2022), Ardi et al. (2022), Simonova (2018), Stefko e Steffek (2017) e Heripracoyo (2017). A segunda aponta para ações da indústria criativa que resultam em benefícios ou apoio a startups, apresentadas nos estudos de Rodrigues et al. e Kim e Kim (2018). Por fim, a terceira relação, concentra-se na busca de soluções para o desenvolvimento da indústria criativa baseado em boas práticas encontradas em ecossistemas de startups, apontadas por Lazzaro e Noonan (2021). Em contrapartida, Kovpak e Lebid (2022) e Ondercin (2010) não apresentaram uma relação clara de como o conceito de startup é tratado na indústria criativa.

6. Considerações finais

Este estudo investigou o estado da arte sobre como o conceito de startup é tratado na indústria criativa por meio de uma revisão sistemática da literatura (RSL) nas bases de dados *Scopus* e *Web of Science* guiada pelo método PRISMA. A análise de dez artigos selecionados forneceu uma visão abrangente das contribuições e limitações dos estudos sobre o tema, revelando as principais relações entre startups e a indústria criativa.

As evidências coletadas indicam três principais relações entre startups e a indústria criativa. Primeiramente, o incentivo à criação ou a identificação de startups na indústria criativa é destacado por Zakharchenko (2022), Ardi et al. (2022), Simonova (2018), Stefko e Steffek (2017) e Heripracoyo (2017). Esses trabalhos mostram como as startups podem ser ferramentas eficazes para promover o desenvolvimento econômico e tecnológico em setores criativos. Por exemplo, Zakharchenko (2022) explora como as startups podem ser alternativas para o plano de recuperação da Ucrânia, destacando a importância dessas empresas na adoção de novas tecnologias e na inovação.

Em segundo lugar, observa-se que as ações da indústria criativa resultam em benefícios ou apoio a startups, conforme apresentado por Rodrigues et al. (2024) e Kim e Kim (2018). Rodrigues et al. (2024) demonstram como um ecossistema criativo integrado pode fomentar uma cultura vibrante de startups na Bulgária, enquanto Kim e Kim (2018) mostram a importância de incorporar profissionais da indústria de design em startups para desenvolver modelos de negócios inovadores.

A terceira relação concentra-se na busca de soluções para o desenvolvimento da indústria criativa em ecossistemas de startups, apontada por Lazzaro e Noonan (2021). Esses autores discutem como estratégias de financiamento, como o *crowdfunding*, podem ser adotadas para apoiar o surgimento e fortalecimento de novos empreendimentos criativos, destacando a relevância de modelos de negócios inovadores para o crescimento do setor. No entanto, Kovpak e Lebid (2022) e Ondercin (2010) não apresentam uma relação clara de como o conceito de startup é tratado na indústria criativa.

Esta revisão alcançou seus objetivos ao evidenciar o estado da arte da produção científica sobre o tratamento conceitual de startups na indústria criativa. As contribuições incluem a identificação de como diferentes autores abordam a interseção entre startups e a indústria criativa, bem como as limitações e lacunas existentes na literatura. A revisão revelou a importância de ecossistemas criativos e estratégias de financiamento para o desenvolvimento de startups, além de destacar a necessidade de mais pesquisas que explorem diretamente a relação entre esses dois conceitos.

Esta RSL apresenta algumas limitações. Primeiro, não foi possível acessar cinco artigos que não estavam liberados nas bases consultadas, e não foi possível estabelecer comunicação com os autores para liberar o acesso. Por outro lado, ao definir os descritores para realizar as buscas na *Web of Science* e *Scopus*, optou-se por "startups" e "indústrias criativas". Contudo, não foi incluído o descritor "economia criativa" no escopo desta RSL, o que também passa a ser uma indicação para estudos futuros, assim como explorar outras bases de dados. Além disso, recomenda-se a realização de pesquisas empíricas que investiguem a relação entre startups e a indústria criativa em diferentes contextos geográficos e culturais.

Em conclusão, este artigo contribui para uma melhor compreensão de como o conceito de startup é tratado na indústria criativa, destacando as algumas interseções entre esses dois campos e sugerindo direções futuras para pesquisas e práticas no setor. A integração de startups e indústrias criativas, de acordo com os estudos de Zakharchenko (2022), Ardi et al. (2022), Simonova (2018), Stefko e Steffek (2017) e Heripracoyo (2017), têm o potencial de gerar crescimento econômico, inovação e desenvolvimento sustentável, beneficiando tanto empreendedores quanto a sociedade em geral.

Referências

Ardi, A., Bernarto, I., Berlianto, M. P., & Nanda, K. A. (2022). Empowering knowledge-based interaction in digital startup. *International Journal of Data and Network Science, 6*, 1273–1286. https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.6.007

Camillieri, M. A., & Bresciani, S. (2022). Crowdfunding small businesses and startups: A systematic review, an appraisal of theoretical insights and future research directions. *European Journal of Innovation Management*. https://doi.org/10.1108/EJIM-02-2022-0060

Donato, H., & Donato, M. (2019). Etapas na condução de uma revisão sistemática. *Acta Médica Portuguesa, 32*(3), 227–235. https://doi.org/10.20344/amp.11923

Heripracoyo, S. (2017). Effect of cloud computing and information technology capability to innovation capability: Case study in digital creative industry. *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience, 14*(5), 2242–2251. https://doi.org/10.1166/asl.2017.8224

Kim, B., & Kim, H. (2018). A case study of design-driven startup companies in South Korea. *Archives of Design Research, 31*(2), 51–65. https://doi.org/10.15187/adr.2018.05.31.2.51

Kovpak, V., & Lebid, N. (2022). Creative industries as a mechanism of creative economy and strategic communications. *Baltic Journal of Economic Studies, 8*(4), 102–109. https://doi.org/10.30525/2256-0742/2022-8-4-102-109

Lazzaro, E., & Noonan, D. (2021). A comparative analysis of US and EU regulatory frameworks of crowdfunding for the cultural and creative industries. *International Journal of Cultural Policy, 27*(5), 590–606. https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1776270

Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2017). *Fundamentos de metodologia científica* (8ª ed.). Atlas.

Ondercin, D. J. (2010). The opportunity in higher education: How open education and peer-to-peer networks are essential for higher education. *E-Learning and Digital Media, 7*(4), 377–384. https://doi.org/10.2304/elea.2010.7.4.377

Parkman, I. D., Holloway, S. S., & Sebastiao, H. (2012). Creative industries: Aligning entrepreneurial orientation and innovation capacity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, 14*(1), 95–114. https://doi.org/10.1108/14715201211246823

Pinheiro, C. M. P., & Silva, A. C. (2020). Afinal, o que é indústria criativa? In J. Domingues (Org.), *Mídia e cultura contemporâneas: Linguagem* (Vol. 4). Ria Editora.

Potts, J., & Cunningham, S. (2008). Four models of the creative industries. *International Journal of Cultural Policy, 14*(3), 233–247. https://doi.org/10.1080/10286630802281780

Prodanov, C. C., & Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico* (2ª ed.). Feevale.

PRISMA. (2024). *PRISMA 2020: Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses*. https://www.prisma-statement.org/

Ries, E. (2019). *A startup enxuta*. Sextante.

Rodrigues, M., et al. (2024). Is creativity a reality in Bulgaria cities? An empirical study in the pre-pandemic period. *City, Territory and Architecture, 11*(19). https://doi.org/10.1186/s40410-024-00240-w

Simonova, A. (2018). Análise da cultura de empreendedores de startups na Rússia: Estudo de caso do hackerspace de Moscou. *Laboratorium, 10*(1), 51–78. https://doi.org/10.25285/2078-1938-2018-10-1-51-78

Startup Genome. (2023). *The global startup ecosystem report 2023*. https://startupgenome.com/report/gser2023

Štefko, R., & Steffek, V. (2017). A study of creative industry entrepreneurial incubation. *Polish Journal of Management Studies, 15*(2), 250–261. https://doi.org/10.17512/pjms.2017.15.2.23

United Nations Conference on Trade and Development. (2008). *Creative economy report 2008: The challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making*. United Nations. https://unctad.org/system/files/official-document/tdxiibpd4_en.pdf

United Nations Conference on Trade and Development. (2024). *Improving the measurement of the creative economy*. https://unctad.org/publication/advancing-measurement-creative-economy-revised-framework-creative-industries-and-trade

United Nations Conference on Trade and Development. (2024). *UNCTAD's 60th anniversary global leaders forum opening ceremony: Leaders' voices in a changing world*. https://unctad.org/osgstatement/unctads-60th-anniversary-global-leaders-forum-opening-ceremony-leaders-voices-changing

Valiati, L., & Wink Junior, M. V. (2013). *Indústria criativa no Rio Grande do Sul: Síntese teórica e evidências empíricas* (2ª ed.). Fundação de Economia e Estatística.

Yucel, B., & Azhar, S. (2023). Investigating critical success factors and risks of construction technology startups: A systematic literature review. *International Journal of Construction Management*. https://doi.org/10.1080/15623599.2023.2286109

Zakharchenko, V. I. (2022). Restoration of Ukraine from the consequences of the war by means of neo-economy: Sectoral and spatial approaches. *Ukrainian Geographical Journal, 4*(120), 23–36. https://doi.org/10.15407/ugz2022.04.023