

UMA ANÁLISE DO TRATAMENTO DO MARCO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO PARANAENSE (LEI Nº 20.541/2021) PARA O EMPREENDEDOR DIGITAL CULTURAL, DENTRO DA PERSPECTIVA DA ECONOMIA CRIATIVA

AN ANALYSIS OF THE TREATMENT OF THE SCIENCE, TECHNOLOGY AND INNOVATION FRAMEWORK FROM PARANÁ STATE, BRAZIL (LAW Nº 20.541/2021), FOR THE DIGITAL CULTURAL ENTREPRENEUR, WITHIN THE PERSPECTIVE OF CREATIVE ECONOMY

Daiani Martins Machado 1
Lucas Henrique Lima Verde 2
João Irineu de Resende Miranda 3

Resumo: O presente artigo analisa o tratamento que o novo Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação Paranaense, MCTI/PR, dá ao empreendedor digital cultural. Promulgado durante a pandemia de Covid-19, e ainda não totalmente regulamentado, o MCTI/PR é apresentado como uma solução jurídica completa e inovadora para as políticas industriais e de inovação de um ente federativo. Por sua vez, os empreendedores digitais culturais atuam em uma parcela importante da economia, a chamada economia criativa. No entanto, é patente que a economia criativa, em nosso país, tem seu desenvolvimento restrito a determinados centros urbanos. Assim, o presente artigo parte da seguinte constatação: considerando a existência de um potencial desenvolvimento da economia criativa em um estado não protagonista neste campo no Brasil, o MCTI/PR apresenta ferramentas e institutos jurídicos aptos a promover seu desenvolvimento? Com este objetivo, o trabalho apresenta os conceitos de economia criativa, empreendedor digital cultural e dados referentes à situação de um grupo determinado destes empreendedores. Após, é feita uma apresentação e posterior avaliação dos institutos do MCTI/PR aplicáveis ao estatuto jurídico dos empreendedores digitais culturais. Como resultado, constatou-se um estreitamento do escopo das políticas de inovação para atividades econômicas estritamente tecnológicas e a possibilidade de incentivos indiretos a partir da regulamentação de Fundações de Apoio Universitário, o que limita as alternativas de desenvolvimento deste grupo.

Palavras-chave: Empreendedor Digital Cultural. Economia Criativa. Inovação. Paraná.

Abstract: This article analyzes the treatment that the new Science, Technology and Innovation Framework from Paraná State, Brazil, MCTI/PR, gives to the cultural digital entrepreneur. Enacted during the Covid-19 pandemic and not yet fully regulated, the MCTI/PR is presented as a complete and innovative legal solution for the industrial and innovation policies of a federative entity. In turn, digital cultural entrepreneurs operate in an important part of the economy, the so-called creative economy. However, it is clear that the development of the creative economy in Brazil is restricted to certain urban centers. Therefore, the present paper is based on the following observation: considering the existence of a potential development of creative economy in a state which is not a protagonist in this field in Brazil, does the MCTI/PR have legal tools and institutes which are apt to promote its development? With this objective in mind, this work presents the Concepts of Creative Economy, digital cultural entrepreneur and data referring to the situation of a certain group of these entrepreneurs. Afterwards, we present an evaluation of the MCTI/PR institutes applicable to the legal status of the cultural digital entrepreneurs. As a result, we found a narrowing of the scope of innovation policies to strictly technological economic activities and the possibility of indirect incentives from the regulation of University Support Foundations, which limits the development alternatives of this group.

Keywords: Digital Cultural Entrepreneur. Creative Economy. Innovation. Paraná.

- 1 Mestre em Ciências Sociais Aplicadas pela Universidade Estadual de Ponta Grossa, Especialista em Direito Digital e Compliance pela Damásio Educacional. Empresária na Assessoria/Consultoria Scream.me para profissionais criativos. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5158127175719894>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0646-2906>. E-mail: daianimartinsmachado@gmail.com
- 2 Mestre em Ciências Sociais Aplicadas pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. Advogado. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8936206612881033>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0856-5009>. E-mail: limaverde@outlook.com.br
- 3 Doutor em Direito pela Universidade de São Paulo, MBA em Gestão Estratégica da Inovação pela PUC-PR/SENAI/UTC (França). Professor Associado na Universidade Estadual de Ponta Grossa. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1395310248785785>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1838-6610>. E-mail: joaoirineu@uepg.br

Introdução

A criatividade pode ser usada nas mais diferentes áreas. Entretanto, em certo tipo de economia, ela é parte fundamental na geração de valor. A economia criativa pauta-se no talento, na criatividade e no intelecto para o desenvolvimento social, cultural e econômico. A economia criativa, na conceituação de John Howkins (2013), não apenas valoriza as atividades criativas, como as utiliza na geração de emprego, renda, valor e desenvolvimento social. Para tanto, este tipo de economia abarca conhecimentos diversos, tecnologia, multidisciplinaridade e inovação no estímulo ao desenvolvimento humano e diversidade cultural. O conceito de economia criativa (EC) surgiu em 1994, na Austrália, com o projeto *Creative Nation*, o qual valorizava o patrimônio cultural do país e identificava o trabalho criativo como parte da economia (CASTRO; FIGUEIREDO, 2016). Em 2005, o setor valia, aproximadamente, US\$ 2,706 trilhões no mundo, e tem um crescimento de 6% ao ano (HOWKINS, 2013).

O Reino Unido é uma das nações que mais investem em Economia Criativa, e isso se reflete na geração de empregos. Em 1997, eram 1,6 milhões de empregos criativos e em 2008 o número foi para quase 2 milhões, sendo que a estimava-se que a economia britânica possuía, em 2008, 157.400 empresas destinadas a criatividade (UNCTAD, 2012). A receita das indústrias criativas na Alemanha, em 2008, estimava-se em 132 bilhões de euros, sendo este valor 2,5% do produto interno bruto e da receita do país, contabilizando, ainda, aproximadamente 238.000 empresas e um milhão de pessoas atuando no setor (UNCTAD, 2012). Outros países que podem ser exemplos da implementação da Economia Criativa são Espanha (com a contribuição de 31 milhões de euros das indústrias criativas para a economia geral em 2007), Dinamarca (16% das exportações totais, 12% do total de empregos e 5,3% do produto interno bruto), Holanda (aumento de 6,6% no número de trabalhadores no setor criativo no período de 2006 a 2009) e Austrália (com 31 bilhões de dólares como valor de sua Economia Criativa) (UNCTAD, 2012). No entanto, a maior força da Economia Criativa atual é a China, no topo das importações e exportações de serviços e bens criativos, com uma taxa de crescimento anual de 14% no período entre 2002 e 2015 (UNCTAD, 2018). No ano de 2002, a China totalizou 32 bilhões de dólares no comércio criativo, em 2014, o número atingiu a marca de 191,4 bilhões de dólares, e somadas as exportações do país com o Sudoeste Asiático, a Ásia atinge 228 bilhões de dólares (UNCTAD, 2018) (MACHADO, 2021, p. 37-38).

O cenário brasileiro também é positivo. Segundo dados do último mapeamento da Indústria Criativa, feito pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), em 2017, o Brasil contabilizava mais de 837 mil empregados formais no setor da economia criativa. A maior área da indústria criativa no país é a cultura, com 64,9 mil profissionais, em 2017, distribuídos nos segmentos: Artes, Expressões Culturais, Artes Cênicas e Música (FIRJAN, 2019). Os estados mais representativos da economia criativa brasileira são Rio de Janeiro e São Paulo, os quais correspondem, juntos, a 50% dos empregos do setor, sendo que o estado fluminense lidera no quesito remuneração (FIRJAN, 2019).

Não obstante, existem cenas culturais com potencial de inserção em outras regiões do país, que permanecem alternativas por conta de sua localização geográfica. O presente trabalho questiona se o novo Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação Paranaense (MCTI/PR) pode ser uma ferramenta que possibilite o desenvolvimento de indústrias criativas em regiões fora do eixo Rio/SP.

Para tanto, apresenta-se o conceito de empreendedor digital cultural, demonstrando, por meio de dados obtidos da dissertação de Mestrado “Rock’n’Economy: Análise da Cena Musical do Rock em Ponta Grossa/PR na Economia Criativa”.

Na mencionada dissertação, foram entrevistadas 13 bandas de rock da cidade de Ponta Grossa, avaliando a relevância da cena e a possibilidade de esta fazer parte ativa da economia criativa local. As bandas foram selecionadas com base nos critérios: 1) realizar, ao menos, um show por semestre; 2) possuir músicas próprias; 3) ter, pelo menos, 5 (cinco) anos de carreira; 4) ter participado de evento ou festival; e 5) identificar-se com a cena. Assim, identificou-se que existe um potencial desenvolvimento econômico a partir de cenas culturais fora do eixo supracitado, sendo constatada a existência de empreendedores digitais culturais. Entretanto, estes têm dificuldade de acesso à capital, à tecnologia e aos recursos humanos para seu desenvolvimento econômico.

Tais números evidenciam, ainda, de forma sintetizada, que a indústria cultural não deveria ser desprezada, tanto em termos de contribuições econômicas, quanto em número de trabalhadores envolvidos em sua atividade, os quais dependem de suas ocupações para sustentar as famílias. Neste sentido, o objeto deste trabalho é a discussão dos institutos jurídicos disponíveis para auxiliar *startups* do segmento cultural, dentro do Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação do Paraná (Lei n. 20.541/2021). Assim, a relevância deste artigo é justificada pela aprovação recente do novo Marco Regulatório da Ciência, Tecnologia e Inovação do Paraná, entendido pelo próprio Governo do Estado como um estado da arte em políticas públicas de incentivo à inovação no Brasil, mesmo situando-se fora do eixo principal Rio/SP.

Para tanto, na seção seguinte, discutem-se as formas pelas quais o artista pode ser compreendido, na atualidade, como um empreendedor digital cultural, dando ênfase ao contexto de fora do eixo Rio/SP; posteriormente, apresentam-se estatísticas que ressaltam a importância econômica e social, além de dificuldades e desigualdades do setor cultural para, então, na sequência, analisar-se o Sistema de Inovação do Paraná (SIP). A análise leva em consideração, especialmente, o novo Marco Regulatório e sua aplicação à indústria cultural, direcionada a esses empreendedores digitais culturais e projetos da economia criativa. Finalmente, são tecidas as considerações finais.

O método utilizado neste artigo é o dedutivo, partindo das considerações mais gerais sobre o setor cultural no Brasil, para os aspectos mais específicos da conjuntura fora do eixo Rio/SP e, igualmente, das considerações gerais sobre a organização do Sistema de Inovação Paranaense, para os dispositivos específicos contidos neste novo diploma (Lei n. 20.541/2021). A técnica de pesquisa empregada é bibliográfica e documental, indireta, com acesso aos documentos de área pertinentes às matérias discutidas.

O artista como empreendedor digital cultural

A pós-modernidade traz a ideia de que a sociedade se transforma em decorrência da capacidade intelectual e dos recursos tecnológicos, e que estes abrem caminhos para que diferentes setores possam trabalhar juntos, entregando seus conhecimentos próprios (MACHADO, 2021). Desta forma, compreende-se que os talentos individuais podem ser revertidos e transformados em atividade monetária.

Entre os agentes envolvidos na economia criativa, estão os artistas que, por meio de seus talentos e trabalhos, movimentam toda uma sociedade cultural, social e economicamente. Estes agentes unem-se devido a ideias semelhantes, gostos e hábitos, formando, assim, uma identidade coletiva e sensação de pertencimento à qual denominamos de cena (STRAW, 2013). A cena cultural conecta os artistas ao território, por meio dos elementos que os unem, sendo possível observar a socialização entre os membros, a identidade do grupo, suas práticas sociais, estéticas e econômicas (STRAW, 2013). O município de Ponta Grossa, no Paraná, conta com uma cena cultural expressa e demarcada por festivais, espaços privados e públicos, lojas especializadas e artistas conhecidos. A cena musical do rock da cidade, há anos, alimenta a sociabilidade, a cultura e a economia local.

[...]a inserção da cena do município na economia criativa não é alta devido à falta de preenchimento dos critérios elencados.

Isso não significa que tal fenômeno social não seja relevante, pelo contrário. A cena musical do rock na cidade é tão forte e importante que conta com um evento exclusivo que a promove, o Sexta às Seis, e se mantém viva mesmo com as dificuldades apontadas pelos entrevistados.

Ainda que de forma não tão expressiva, ela movimenta a economia local através dos shows nos bares, festas particulares e eventos públicos, promovendo a interação entre os setores e a geração de emprego em áreas diversas. Além disso, as bandas procuram divulgar seus trabalhos em redes sociais e plataformas digitais que permite o diálogo com o público e futuros trabalhos, bem como o registro das músicas autorais em associações que as faz terem um retorno advindo dos direitos autorais. Os músicos também procuram a divulgação através de produtos que possam gerar interesse e os quais necessitam de outros profissionais para serem confeccionados (MACHADO, 2021, p. 127-128).

Com base em tais dados, portanto, é possível traçar o perfil do artista e o avaliar, ou não, como um empreendedor. Para tanto, a Teoria da Empresa, de Alberto Asquini, categoriza três tópicos característicos do perfil do empresário, os quais seriam: 1) perfil subjetivo (físico ou jurídico); 2) atividade funcional; e 3) recursos humanos (COELHO, 2021).

A primeira característica apontada faz referência à formação, capital e gestão de recursos. Das 13 bandas participantes, nove não possuem CNPJ. As demais contam, ao menos, com o registro no Microempreendedor Individual (MEI). Cinco delas possuem uma conta bancária e as outras têm a famosa “caixinha”, em que guardam os valores recebidos. Esses valores são divididos entre os membros e utilizados para a confecção de produtos e produção das músicas (MACHADO, 2021). Neste ponto, observa-se a preocupação dos músicos com a profissionalização, ou seja, ao serem contratados, apresentam um número que os identifica como pessoas jurídicas e não pessoas físicas.

A maioria das bandas que participaram das entrevistas da dissertação realiza mais de dez apresentações por ano, sendo todas elas remuneradas. Cinco bandas afirmam que recebem mais de R\$ 10.000,00 anualmente; duas ganham entre R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00; uma até R\$ 5.000,00; uma menos de R\$ 5.000,00; e quatro não sabem estimar o valor que faturam por ano. Vale ressaltar que os valores mais altos recebidos pelas bandas advêm de premiações e editais de fomento, entre eles, o Sexta às Seis e o Festival Universitário da Canção (FUC) (MACHADO, 2021).

Todas as bandas entrevistadas realizam as tarefas, que vão além de tocar. Isso quer dizer: são os músicos que realizam o transporte dos equipamentos e as viagens, fazem a divulgação dos shows, comercializam seus produtos, publicam nas redes sociais, fazem os *banners* e agendam as apresentações. Em casos pontuais e específicos, três das 13 bandas contratam empresas e profissionais especializados nos serviços (MACHADO, 2021).

A criatividade dos músicos não se encerra na composição e produção das canções. Os integrantes criam e comercializam produtos, além dos *singles*, como botons, canecas, camisetas, adesivos, entre outros. “A Cadillac Dinossauros, em uma apresentação no festival Psicodália, vendeu travesseiros com um CD dentro – remetendo ao show que tinha como temática Sonho” (MACHADO, 2021, p. 111). Esses produtos servem para atrair e fidelizar as pessoas, pois são os shows que garantem aos músicos a maior fonte de renda. A mídia física (CD, vinil) também faz parte deste atrativo, porém, é mais um item de recordação para a banda do que realmente algo rentável. Oito das 13 bandas lançaram seus *singles* em CDs, além das plataformas, e algumas delas oferecem gratuitamente os álbuns para as pessoas nos shows (MACHADO, 2021).

Para divulgar todos os produtos e eventos dos quais participarão, as bandas utilizam as redes sociais. Todas elas têm perfis em redes sociais – ao menos no Instagram e no Facebook. Quatro bandas ainda possuem sites próprios, em que divulgam os lançamentos, informações sobre a banda e os membros e fazem o direcionamento para as plataformas (MACHADO, 2021). Entretanto, não basta ter os perfis em redes sociais. Para que a divulgação seja efetiva, é necessário planejamento

estratégico das publicações. Somente três das bandas participantes fazem planejamento de marketing, e este não é realizado de forma recorrente, mas sim pontual – um lançamento de *single* ou clipe, por exemplo – e, para estes eventos específicos, contratam uma empresa especializada. É por meio da internet, também, que os músicos divulgam e distribuem seus trabalhos autorais. Todas as bandas entrevistadas distribuem as suas músicas autorais nas redes sociais e no Youtube. A distribuição nas plataformas digitais (Spotify, Deezer, entre outras) está sujeita ao registro das músicas em uma associação musical – as quais realizam o recolhimento de direitos autorais junto ao Escritório Central de Arrecadação (ECAD). Oito bandas registram seus *singles* na Associação Brasileira de Música e Artes (ABRAMUS), realizando, conseqüentemente, a distribuição do material nas plataformas de *streaming* e recebendo os valores devidos (MACHADO, 2021).

Além do direito autoral, outra forma de propriedade intelectual, que pode se apresentar às bandas, é o registro de marca. Este, no entanto, foi realizado apenas por uma das bandas entrevistadas.

As marcas são fundamentais para que as pessoas possam reconhecer determinado serviço/produto, e uma boa marca, conseqüentemente, pode fazer com que a banda seja lembrada não apenas na cidade como fora dos limites do município. Com o uso das mídias, a marca torna-se fator importante para que os grupos musicais consigam o destaque que desejam. Além disso, o registro permite que a marca seja utilizada para estampar outros produtos – relacionando o que é visto com a quem pertence. A falta de registro ainda implica em não poder se posicionar ao encontrarem outra banda com o mesmo nome. Tal fato aconteceu com a banda Cadillac Dinossauros, em que os músicos souberam pelos próprios fãs que existia uma banda de indie rock em São Paulo chamada “Cadillac e Dinossauros”. Por mais que o som da banda paulista seja completamente diferente da paranaense, alguns podem confundir os grupos, devido aos nomes bastante semelhantes (MACHADO, 2021, p. 119-120).

A falta de registro das marcas ocorre, conforme Machado (2021), em decorrência do valor cobrado pelas empresas especializadas neste tipo de serviço, bem como as taxas do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), sem as quais não é possível realizar a proposta. Porém, ao contrário do direito autoral que requer registro, com o intuito de arrecadação de valores, no caso da marca, ela pertence a quem a registra.

Com base nos dados levantados e analisados neste trabalho, é possível auferir que os artistas são empreendedores digitais culturais. Ao produzirem seus conteúdos, materiais e produtos, eles ou elas se preocupam que essas produções cheguem até seus fãs/clientes, por meio dos mais diversos meios. Os artistas já perceberam que o meio digital é uma das melhores formas de divulgação e comercialização de seus trabalhos. Desta forma, eles e elas empreenderem digitalmente, colocando suas músicas nas plataformas, vendendo seus produtos por meio das redes sociais e sites e divulgando seus shows.

O setor cultural e o marco da ciência, tecnologia e inovação do Paraná (Lei n. 20.541/2021)

Antes de discutir sobre as formas pelas quais uma *startup* do segmento cultural pode ser auxiliada pelo Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado do Paraná (Lei n. 20.541/2021), convém expor alguns dados que demonstram a relevância deste mercado. De início, conforme Seibnitz e Bonifácio (2013, p. 765), há uma lacuna no tocante aos dados de mensuração do mercado de bens e serviços culturais, até mesmo dificultando a criação e aperfeiçoamento de políticas públicas “pela falta de estatísticas e dificuldade de se dimensionar o setor cultural”.

Ainda assim, alguns estudos buscam superar essas dificuldades, empregando a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), realizada pelo IBGE, com estatísticas que retratam um cenário um tanto defasado, considerando, por exemplo, os cenários 2002-2003 e 2008-2009. Por meio da comparação entre esses dois períodos, verificou-se, por exemplo, que os gastos de cada domicílio com cultura aumentaram, tanto em valores nominais, quanto em proporção à participação da renda domiciliar total. Esses patamares saíram de 2,73% da renda no primeiro intervalo e alcançaram 3,03% da renda domiciliar total, no segundo intervalo estudado (ALMEIDA, 2016, p. 54).

É importante notar que este consumo de cultura e recreação nas famílias apresenta algumas desigualdades: um consumo maior das famílias urbanas em relação às famílias rurais, e em geral, gastos maiores em famílias de rendas mais elevadas. De forma semelhante, as regiões geográficas também foram um fator de desigualdade identificado (SEIBLITZ; BONIFÁCIO, 2013, p. 774). Ressalta-se que, além das restrições orçamentárias, há aquelas restrições de tempo, possivelmente aplicáveis, impostas pela característica de o consumo cultural ser intensivo em termos de tempo (MACHADO *et. al.*, 2017, p. 36). As características de distribuição espacial das regiões metropolitanas favorecem um ciclo vicioso de baixa demanda pelos bens e serviços culturais, considerando que, comumente, as pessoas de baixa renda gastariam muito tempo com transporte para chegar aos locais nos quais se concentram os eventos culturais (MACHADO *et. al.*, 2017, p. 39).

Dentro desta perspectiva de restrições de tempo, estudos demonstram que aquelas pessoas que dedicam ao trabalho e afazeres domésticos menos de 30 horas semanais gastam, em média, R\$ 750,00 em bens e serviços culturais. O público que dedica de 40 a 50 horas semanais às atividades produtivas tem a maior média de gastos culturais entre os grupos, de R\$ 1.040,00 e, por fim, os que gastam mais de 60 horas semanais em trabalho e tarefas domésticas possuem um ticket médio de bens e serviços culturais de R\$ 425,00 (MACHADO *et. al.*, 2017, p. 52). O diagnóstico é de que, no Brasil, a exemplo de outros países em desenvolvimento, mas não se limitando a estes, há uma “baixa participação no orçamento familiar e a alta desigualdade dos gastos culturais” (ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019, p. 1222).

Em relação à discussão mais direta do objeto de estudo deste trabalho, convém ponderar que as tecnologias digitais têm alterado padrões e perfis de consumo de cultura, ainda que a própria difusão de tecnologias ocorra de forma desigual, colocando em dúvidas os efeitos tanto sobre a inclusão digital quanto sobre a democratização cultural (ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019, p. 1222–1223). Evidências dessas transformações são: 1) o aumento dos gastos culturais em consumo dentro do domicílio, em detrimento de atividades externas, como cinema, teatro e outros; 2) um crescimento do número de famílias que passaram a participar deste consumo; 3) adoção maior das tecnologias digitais; 4) a manutenção de desigualdades do consumo cultural, baseadas em níveis educacionais e de renda, ao passo que houve uma melhora na desigualdade dos gastos das classes mais baixas (ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019, p. 1244).

Considerando os dados econômicos anteriormente expostos, é possível, ao menos teoricamente, considerar a possibilidade de um mercado a ser explorado pelas *startups* culturais, atendendo não apenas seus clientes diretos, que poderiam ser os artistas em busca de crescimento e consolidação de público e carreira, mas, indiretamente, provocando impactos sociais positivos. Esses impactos seriam possíveis ao se ofertarem opções adicionais de consumo cultural ao grande público, democraticamente, baseadas nas tecnologias digitais, como um dos principais fatores de diferenciação e de geração de valor agregado. Dessa maneira, pergunta-se: estaria o Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação do Paraná (Lei n. 20.541/2021) preparado para apoiar tais iniciativas?

Para responder tal questão, é necessário compreender o Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação Paranaense, dentro de uma visão histórica, sistêmica e contextualizada, a par das discussões que também ocorreram em âmbito federal. O primeiro diploma federal que tratou sobre o tema foi a chamada Lei Federal de Inovação (Lei n. 10.973/2004), que disciplinou as ações dos entes públicos. Entretanto, com o passar do tempo, apresentou problemas que incluíram mecanismos de incentivos distorcidos, dificuldades de interação entre as instituições do Sistema Nacional de Inovação (SNI) e empresas, com as ausências de clareza nos contornos de práticas e gestão da inovação nas parcerias entre os setores públicos e privados (RAUEN, 2016, p. 22-23; VERDE; MIRANDA, 2019, p. 27-28). Como resposta a este quadro legislativo federal, o estado do Paraná sancionou sua primeira Lei Estadual de Inovação (Lei n. 17.314/2012), que já continha alguns

aperfeiçoamentos advindos das experiências com a Lei Federal de Inovação (Lei n. 10.973/2004).

Chama a atenção que, dentro do sistema de inovação regional do Sul do país, Santa Catarina foi o primeiro estado a sancionar uma Lei Estadual de Inovação, em 2008, seguida pelo Rio Grande do Sul, em 2009 e, por fim, o Paraná, que o fez apenas em 2012 (BARROS; FREITAS JÚNIOR; HILGEMBERG, 2021, p. 615). Neste sistema regional, constatou-se uma concentração da inovação em favor do Rio Grande do Sul, com o maior desempenho entre o período. Este dado foi obtido por meio da comparação de número de patentes criadas, por cem mil habitantes e seu crescimento, nos anos 2005 e 2015. Enquanto isso, o Paraná obteve o desempenho mais fraco, que pode ser atribuído, possivelmente, à tardia promulgação de sua Lei Estadual de Inovação (BARROS; FREITAS JÚNIOR; HILGEMBERG, 2021, p. 622-623, p. 630).

As incertezas jurídicas e mecanismos distorcidos contidos na Lei Federal de Inovação minaram seus resultados, tornando-a ineficiente. Após cinco anos de discussões, o Projeto Legislativo n. 2.177/2011 tornou-se o Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação (Lei n. 13.243/2016), buscando redução de obstáculos burocráticos, com maior flexibilidade para as instituições do sistema de inovação (RAUEN, 2016, p. 21; p. 23; VERDE; MIRANDA, 2019, p. 27-28). Este novo Marco Regulatório Federal da Inovação teve como objetivos, entre outros: 1) o desenvolvimento dos sistemas produtivos nacional e regionais; 2) continuidade dos desenvolvimentos científico e tecnológico; 3) cooperação e interação entre os setores públicos e privados; e 4) construção de um ambiente propício para inovação e transferência de tecnologia, dentro de um viés neoinstitucionalista, no qual as instituições e os arranjos entre as mesmas importam (VERDE; MIRANDA, 2018, p. 318; VERDE; MIRANDA, 2019, p. 29).

Sensível a estas alterações no contexto regulatório do Sistema Nacional de Inovação (SNI), o estado do Paraná elaborou o projeto do Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação Paranaense (Lei n. 20.541/2021), também conhecido como sua segunda Lei Estadual de Inovação. O projeto contou, inclusive, com a consulta pública de inúmeros agentes e participantes do sistema regional de inovação. Este novo diploma acabou por revogar a primeira Lei Estadual de Inovação do Paraná (Lei n. 17.314/2012).

Institutos jurídicos do Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação do Paraná (Lei n. 20.541/2021) e sua aplicação frente ao setor cultural

Apesar dessa expressa revogação da primeira Lei Estadual de Inovação do Paraná, torna-se importante discutir as diferenças de alguns dispositivos de ambas as leis, iniciando pelos artigos que dispõem sobre a finalidade de cada uma e que refletem, até certo ponto, uma mudança na orientação de sua política pública:

Art. 1º. Esta Lei, doravante denominada Lei Estadual de Inovação, estabelece medidas de **incentivo à inovação**, à pesquisa e ao desenvolvimento científico e tecnológico, visando alcançar a capacitação para a pesquisa científica, tecnológica, a inovação e a autonomia tecnológica **no ambiente econômico e social em geral, e no ambiente produtivo em particular**, do Estado do Paraná, nos termos dos arts. 200 a 205 da sua Constituição.

(Redação original da Lei n. 17.314/2012). (Destques nossos).

Art. 1º Esta Lei, doravante denominada Lei Estadual de Inovação, estabelece medidas de **incentivo à inovação** e à pesquisa científica e tecnológica **no ambiente produtivo**, bem como de fomento a **políticas públicas de desenvolvimento econômico**, com vistas à capacitação tecnológica, ao alcance da autonomia tecnológica e ao desenvolvimento do **sistema produtivo estadual, regional e nacional**, nos termos dos

arts. 23 e inciso IX do art. 24, do § 5o do art.167, do § 2o do art.213, dos arts. 218 e 219 e dos arts. 219A e 219B, todos da Constituição Federal, da Lei Federal no 10.973, de 2 de dezembro de 2004, dos arts. 200 a 205 da Constituição do Estado do Paraná.

[...]. (Redação original da Lei n. 20.541/2021). (Grifos nossos).

Da interpretação do artigo primeiro das respectivas leis, é possível constatar que o novo Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação Paranaense (Lei n. 20.541/2021) busca muito mais os resultados dos processos de inovação, de forma que possam ser aplicados aos setores produtivos, já que não existe mais a menção aos ambientes econômico e social e, em seu lugar, várias inserções ressaltam o ambiente e sistema produtivo. Esta escolha pode motivar uma abordagem focalizada em setores econômicos do estado do Paraná, como, por exemplo, sua agroindústria, em detrimento daqueles que não são, necessariamente, seus setores estratégicos. Não há mais, ali, menção ao fator ou conjuntura social. Outra alteração significativa deu-se quanto à diferença de conceitos de inovação nessas duas leis estaduais:

Art. 2º. Para os efeitos desta Lei considera-se:

I - Inovação: é a implementação, com sucesso, de um produto **(bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado**, ou um novo **processo**, ou um novo **método de marketing**, ou um novo **método organizacional** nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas;

[...]. (Redação original da Lei n. 17.314/2012). (Destques nossos).

Art. 2º Para os efeitos desta Lei considera-se:

I - Inovação: introdução de **novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo e social** que resulte em novos **produtos, serviços ou processos** ou que compreenda a agregação de novas funcionalidades ou características a produto, serviço ou processo já existente que possa **resultar em melhorias e em efetivo ganho de qualidade ou desempenho**;

[...]. (Redação original da Lei n. 20.541/2021). (Grifos nossos).

Depreende-se, da análise entre os dois conceitos de inovação, que ocorreu uma redução de escopo de inovação, que antes abrangia quatro dimensões – produtos, processos, organizacional e marketing – para duas dimensões – produtos (incluindo os de natureza de serviço) e os processos. Tais definições, não por acaso, estão de acordo com as respectivas edições do Manual de Oslo, que estabeleciam um consenso sobre tal matéria e a mensuração de seus indicadores. A primeira Lei Paranaense de Inovação (Lei n. 17.314/2012) seguiu a terceira edição do Manual de Oslo (OECD, 2005, p. 16-17), enquanto a segunda Lei Paranaense de Inovação (Lei n. 20.541/2021) segue a quarta edição do Manual de Oslo (OECD, 2018, p. 34).

A intenção da redução conceitual, segundo a referida publicação, é a redução de complexidade e, também, de requerimentos que delimitam o critério de significância das inovações disruptivas e incrementais (OECD, 2018, p. 34). Nota-se que o novo marco paranaense demonstra, novamente, uma opção bastante forte pelo ambiente produtivo, desta vez, com o vocábulo “social” inserido

discretamente na passagem, deixando dúvidas sobre seus contornos e limites. De qualquer forma, adquire-se a ênfase na necessidade de demonstrar indicadores de melhoria do desempenho e/ou qualidade.

Um ponto de inflexão importante nas alterações entre os dois diplomas estaduais de inovação refere-se às definições de produto, processo ou serviço inovadores, bem como à delimitação dos contornos de Sistema Paranaense de Inovação (SPI), ambos constantes do artigo 2º dos respectivos diplomas. Análise se dá a seguir:

Art. 2º. Para os efeitos desta Lei considera-se:

[...].

II - **Produto, Processo ou Serviço Inovador**: resultado de aplicação substancial de conhecimentos científicos e tecnológicos, caracterizado por **diferencial competitivo no mercado ou significativo benefício social**;

[...].

XV - Sistema Paranaense de Inovação: conjunto de organizações **públicas ou privadas** que, no Estado do Paraná, interagem entre si e aplicam recursos para a realização de atividades orientadas à geração, difusão e utilização de **conhecimentos científicos e tecnológicos** que proporcionem **produtos, processos e serviços inovadores**;

[...]. (Redação original da Lei n. 17.314/2012). (Grifos nossos).

Art. 2º Para os efeitos desta Lei considera-se:

[...].

IV - **Produto, Processo, Design ou Serviço Inovador**: resultado de aplicação substancial de conhecimentos, inclusive científicos e tecnológicos, caracterizado por **diferencial competitivo no mercado ou significativo benefício governamental, social, econômico e ambiental**;

[...].

XIX - Sistema Paranaense de Inovação: conjunto de organizações e entidades **públicas ou privadas ou do terceiro setor** que no Estado do Paraná colaboram em interação, e aplicam recursos para a realização de atividades orientadas à geração, difusão e utilização de **conhecimentos, inclusive científicos e tecnológicos**, que proporcionem **produtos, design, processos e serviços inovadores**;

[...]. (Redação original da Lei n. 20.541/2021). (Grifos nossos).

Quanto ao conceito dos resultados inovadores, houve uma expansão acertada do construto, tendo em vista que a lei atual considera não apenas os produtos, serviços e processos como possíveis resultados, mas também inclui o *design* inovador. Além disso, os benefícios envolvidos agora podem ser não apenas de diferencial competitivo ou de benefício social, mas também ambiental, econômico e governamental. Trata-se, portanto, da ampliação dos parâmetros sobre os quais os ganhos de qualidade e desempenho podem ser efetivos, abrindo a possibilidade para políticas públicas focalizadas de diversas naturezas, como do setor público ou ambientais. No caso em tela, de uma *startup* cultural, em teoria, isto ampliaria as possibilidades de atuação e modelo de negócios.

Já com relação ao conceito de Sistema Paranaense de Inovação (SPI), houve uma ampliação também positiva, primeiramente, ao considerar as categorias de atores institucionais envolvidos, que podem não apenas serem entidades públicas ou privadas, mas também do terceiro setor. Adicionalmente, houve uma sutil modificação no conceito de conhecimento, que antes era, de forma expressa, apenas de cunho científico e tecnológico, e agora passa a ser “inclusive científico e tecnológico”. Esta mudança pode, em teoria, abrir caminho para a valorização de esquemas alternativos, como, por exemplo, aqueles que reconhecem os conhecimentos tradicionais. Por fim, a nova definição do SPI reforça a ampliação quanto aos resultados de inovação, ao colocar o *design* como um deles.

No caso em tela, a perspectiva é a de que uma *startup* cultural preste, diretamente, serviços aos artistas, por meio de um processo inovador, amparado nas estratégias e técnicas de digitalização e, ainda, tenha um apelo ao atender, indiretamente, demandas governamentais, sociais ou até mesmo ambientais, com a difusão e valorização da cultura. Ainda dentro da perspectiva, que tal *startup* possa ter um produto, mais especificamente, um serviço apto a ser apoiado pelo Sistema Paranaense de Inovação, inclusive com a integração do terceiro setor neste sistema e a possibilidade, ainda que teórica, do emprego de outros conhecimentos, além do científico e tecnológico.

Porém, é necessário chamar atenção para um elemento que causa apreensão: até o momento da redação deste estudo, em abril de 2022, o Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação do Paraná (Lei n. 20.541/2021) não obteve a regulamentação por decreto, o que, ao menos em parte, adiciona inseguranças no tratamento dos novos institutos e instrumentos previstos na legislação, especialmente quando há as interações com o setor público, submetido ao regime de direito público, administrativo. Convém, também, discutir quais seriam os possíveis lugares que poderiam recepcionar e apoiar uma *startup* cultural, discussão que se faz a partir da comparação, entre ambos os diplomas, de dispositivos que não são, necessariamente, correspondentes, mas que dão a ideia da abrangência de cooperação e integração do sistema:

Art. 2º. Para os efeitos desta Lei considera-se:

[...].

IX - Instituição de Apoio: instituição criada com a finalidade de dar **apoio a projetos de pesquisa, ensino e extensão** e desenvolvimento **institucional, científicotecnológico e inovação;**

[...].

XVI - Empresa de Propósito Específico do Estado do Paraná: entidade de direito privado **criada pela associação entre órgãos** do estado do Paraná e **empresa privada ou consórcio** de empresas para a realização de pesquisa e desenvolvimento tecnológico visando à **obtenção de produto, processo ou serviço inovador;**

XVII - Rede de Ciências, Tecnologia e Inovação: **integração e interação de ativos de ciências, tecnologia e inovação** atuando em projetos cooperativos e estratégicos para o Estado do Paraná, visando promover o **intercâmbio de conhecimento e a geração de inovações;**

XVIII - Entidade Científica, Tecnológica e Inovação privada do Estado do Paraná (ECTI): **entidade privada com ou sem fins lucrativos** do Estado do Paraná, legalmente constituída, que tenha por missão institucional executar, dentre outras, **atividades de pesquisa, desenvolvimento e inovação;**

[...]. (Redação original da Lei n. 17.314/2012). (Grifos nossos).

Art. 2º Para os efeitos desta Lei considera-se:

[...].

II - Ambientes Promotores da Inovação: **relações, redes de atores, organizações, pessoas, espaços,** infraestruturas, recursos econômicos e formatações jurídicas, espaços **públicos ou privados propícios à inovação,** à pesquisa científica e tecnológica e ao **empreendedorismo,** que constituem ambientes característicos **da economia baseada no conhecimento** de modo articulado, e envolvem duas dimensões:

ecossistemas de inovação: espaços que agregam **infraestrutura e arranjos institucionais e culturais,** que atraem empreendedores e recursos financeiros, constituem lugares que potencializam o **desenvolvimento da sociedade do conhecimento e compreendem,** entre outros, instituições de ciência e tecnologia (**ICT**), **parques tecnológicos (SEPARTEC), cidades inteligentes, cidades experimentais, distritos de**

inovação e polos tecnológicos; e

b) mecanismos de geração de empreendimentos: mecanismos promotores de **empreendimentos e negócios inovadores** e de apoio ao desenvolvimento de empresas nascentes **com base no conhecimento, baseados em diferenciais tecnológicos ou design**, e que buscam a **solução de problemas ou desafios governamentais, sociais, produtivos e ambientais**, oferecem suporte para transformar ideias em empreendimentos de sucesso, e compreendem, entre outros, **incubadoras de empresas, aceleradoras de negócios, espaços abertos de trabalho cooperativo e laboratórios abertos de prototipagem de produtos, design, serviços e processos;**

[...].

XIV - Fundação de Apoio: **fundação** criada com a finalidade de dar apoio a projetos de **pesquisa, ensino e extensão, projetos de desenvolvimento institucional, científico, tecnológico e projetos de estímulo à inovação** de interesse das ICTs, registrada e credenciada nos termos da legislação pertinente; [...].

XX - Sociedade de Propósito Específico: entidade de direito privado **criada pela associação entre órgãos** do Estado do Paraná e **empresa privada ou consórcio de empresas**, para a realização de pesquisa e desenvolvimento tecnológico, visando à **obtenção de produto, design, processo ou serviço inovador;**

[...].

XXII - Rede de Ciência, Tecnologia e Inovação: **colaboração entre ativos de ciência, tecnologia e inovação** atuando em projetos estratégicos para o Estado do Paraná, visando promover o **intercâmbio de conhecimento e a geração de inovações e novos negócios;**

[...].

XXX - **Terceiro Setor:** pessoa jurídica de **natureza privada, sem fins lucrativos** e que presta serviço de caráter público;

[...]. (Redação original da Lei n. 20.541/2021). (Grifos nossos).

Do ponto de vista dos lugares de recepção e apoio à uma *startup* cultural, a interpretação dos dispositivos analisados permite inferir que o novo marco regulatório de inovação do Paraná incorpora arranjos que não estavam presentes na legislação anterior, inclusive combinando e agregando arranjos distintos em seus conceitos, com maior dinamicidade. As novas definições reforçam a inclusão do *design* como uma possibilidade de resultado inovador e passam a preocupar-se, não apenas com conhecimentos e inovações, mas com o empreendedorismo e negócios. Além disso, o novo diploma faz menção expressa à economia do conhecimento, o que permite lidar com as perspectivas mais recentes de uma sociedade e negócios fundamentados em ativos intangíveis, dentre os quais, os bens e serviços culturais.

A própria constatação de que o novo Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação do Paraná passa a incluir as noções de “*startup* com base no conhecimento”, “*startup* de natureza incremental” e “*startup* de natureza disruptiva” é uma demonstração de sua atenção à mudança das dinâmicas econômicas e sociais. Essas *startups*, conforme o artigo 2º, incisos VII, VIII e IX, têm todas os mesmos requisitos, como empresas constituídas para exploração dos já mencionados possíveis resultados, como produtos, serviços, *design* ou processos. Também se prevê o desenvolvimento tecnológico ou de inovação, com até 60 meses de constituição, vedada advirem de operações empresariais, com limites de receita bruta, limite para distribuição de dividendos e juros sobre capital, vedação de partes beneficiárias e mínimos de despesas em pesquisa e desenvolvimento, além de máximos de pró-labore dos sócios (PARANÁ, 2021a).

A diferença entre esses arranjos de *startup* parece residir no fato de que esta, com base no conhecimento, atua diretamente sobre os produtos, serviços, processos e *design*, enquanto as

startups de natureza incremental e disruptiva podem explorar sistemas, métodos e modelos de negócio, além dos produtos diretos mencionados em seções anteriores. Assim, por consequência, uma *startup* cultural pode ter vantagens ao procurar enquadrar-se como *startup* de natureza incremental ou disruptiva, dada a maior intangibilidade de seu serviço e modelo de negócios.

Para aquelas empresas que não se enquadram na definição de *startup*, com todas as suas limitações, há ainda a possibilidade de um enquadramento como “empresa com base no conhecimento”, sem as restrições existentes. Ao menos no texto legal, essas empresas podem alcançar atuação direta em produtos, serviços, processos e *design*, sem menção aos sistemas, métodos e modelos de negócio (PARANÁ, 2021a).

Retomando a pergunta que deu origem a este trabalho, que era – se o Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação do Paraná (Lei n. 20.541/2021) estaria preparado para apoiar tais iniciativas –, apenas uma resposta provisória pode ser elaborada. Isto se dá porque o novo diploma é muito mais complexo, utilizando os mais variados arranjos organizacionais e integrações não existentes na regulamentação anterior. Isto faz com que uma regulamentação, por meio de decreto sobre as interações com o setor público e a resolução de eventuais lacunas e omissões do texto legal, seja ainda mais necessária. Assim, provisoriamente, o novo texto procura dar novos enfoques para a política pública de inovação, incluindo não apenas fundamentos e tendências econômicas e sociais, mas ambientais e governamentais, o que amplia as possibilidades para que empresas do setor cultural, como uma *startup*, possam se beneficiar das disposições do Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação do Paraná.

Por fim, a título de evidência deste maior alinhamento do novo marco regulatório, é importante mencionar que a Lei Paranaense das Fundações de Apoio (Lei n. 20.537/2021) passa a integrar o ordenamento estadual no tocante à matéria de ciência, tecnologia e inovação. A Lei permite, expressamente, o desenvolvimento de projetos e programas que incluam as Fundações, Instituições Estaduais de Ensino Superior (IEES), Instituições de Ciência e Tecnologia, com finalidade de “gestão de unidades geradoras de bens e serviços, como editoras, espaços culturais e fazendas experimentais, entre outras, ligadas ao ensino, pesquisa e extensão” (artigo 5º, inciso X) (PARANÁ, 2021b). Consiste, portanto, da menção mais direta à interação e integração entre o setor cultural e as perspectivas de inovação dentro do ordenamento estadual de ciência, tecnologia e inovação.

Considerações Finais

Esta pesquisa teve como questão norteadora as formas pelas quais o Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação do Paraná (Lei n. 20.541/2021), isto é, uma regulação de um estado com conjuntura econômica e social distinta do eixo Rio/SP, pode auxiliar o desenvolvimento do setor cultural, comumente visto como fora da prioridade estadual, bastante centrada na agricultura e indústria. Para tanto, comparou-se o marco anterior, já revogado (Lei n. 17.314/2012), com o novo Marco regulatório (Lei n. 20.541/2021), especificamente quanto aos institutos disponíveis que possam, porventura, serem aplicados.

É importante destacar que, dada a complexidade muito mais ampla da nova legislação, ao condensar e agregar muitas definições distintas, a eficácia e eficiência desta Lei dependem muito mais de regulamentação posterior, por meio de decreto, fato que não ocorreu o momento no qual se redigiu este texto, em abril de 2022. Por esta mesma razão, sem a regulamentação, as respostas decorrentes deste estudo serão provisórias, sujeitas à alteração e estudos complementares na medida em que essa regulamentação for realizada.

Concluiu-se que o novo Marco Paranaense da Ciência, Tecnologia e Inovação (Lei n. 20.541/2021) operou de forma a reduzir conceitos, como o de inovação e o de produto inovador e, de maneira geral, em sua redação, sinalizar para um escopo muito mais segmentado em direção aos seus setores prioritários, estritamente científicos, econômicos e tecnológicos, reduzindo as aberturas legislativas a outras dimensões, como a social. Todavia, da forma como se encontra, também se verificou uma pequena possibilidade, fornecida pela Lei Estadual de Fundações (Lei n. 20.537/2021), que permite que Fundações de Apoio, muitas vezes ligadas às Instituições Estaduais de Ensino Superior (IEES), também trabalhem amparando o segmento cultural.

Referências

ALMEIDA, Carla C. R. de. **Desigualdades do consumo cultural: preferências ou oportunidades?** Análise dos gastos domiciliares no Brasil metropolitano. 2016. Tese (Doutorado em Economia) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016. Disponível em: <https://attena.ufpe.br/bitstream/123456789/25516/1/TESE%20Carla%20Cristina%20Rosa%20de%20Almeida.pdf>. Acesso em 27 mar. 2022.

ALMEIDA; LIMA, João P. R.; GATTO, Maria F. F. Inserção digital e desigualdades na demanda por cultura no Brasil. **Nova Economia**, v. 29, n. especial, p. 1221-1247, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/neco/a/CGH35CjVFstZ8bf9mRs7NXf/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 27 mar. 2022.

BARROS, Pedro H. B. de.; FREITAS JÚNIOR, Adirson M. de.; HILGEMBERG, Cleise M. de A. T. Determinantes da inovação na região sul do Brasil de 2004 a 2016: uma perspectiva a partir das Leis Estaduais de Inovação. **Economic Analysis of Law Review**, Brasília, v. 12, n. 3, p. 614-634, set./dez. 2021. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/EALR/article/view/10091/pdf>. Acesso em 27 mar. 2022.

CASTRO, Francisco G.; FIGUEIREDO, Luiz F. A economia criativa como proposta de valor nos modelos de negócio. **Navus – Revista de Gestão e Tecnologia**. Florianópolis/SC, v. 6, n. 3, jul/set 2016. p. 111-122. Disponível em: <http://navus.sc.senac.br/index.php/navus/article/view/111> Acesso em: 31 mar 2022

COELHO, Fabio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial**. São Paulo: Revista dos Tribunais. Vol 1. 24 ed. 2021.

FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: 2019. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/economicriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2022.

HOWKINS, John. **Economia criativa – como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo: M. Books, 2013.

MACHADO, Ana F. *et. al.* Consumption of cultural goods and services and time allocation in Brazil. **Nova Economia**, v. 27, n. 1, p. 35-63, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/neco/a/mkgHhxCYxxPwx4xQxyCfZR/?format=pdf&lang=en>. Acesso em 27 mar. 2022.

MACHADO, Daiani M. **Rock’n’Economy: análise da cena musical do rock na cidade de Ponta Grossa/PR na economia criativa**. 2021. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2021. Disponível em: <https://tede2.uepg.br/jspui/bitstream/prefix/3390/1/Daiani%20Martins%20Machado.pdf>. Acesso em 27 mar. 2022.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). **Oslo Manual: guidelines for collecting and interpreting innovation data**. 3 ed. Paris, França: OECD, 2005. Disponível em: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264013100-en.pdf?expires=1648601339&id=id&accname=guest&checksum=FE2481581C9C5A1BCBC48CF2222D5A65>. Acesso em 27 mar. 2022.

OECD. **Oslo Manual 2018: guidelines for collecting, reporting and using data on innovation**. 4 ed. Paris, França: OECD, 2018. Disponível em: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264304604-en.pdf?expires=1648601067&id=id&accname=guest&checksum=8ADD1D6C878B99FA26BD4846053B6F86>. Acesso em 27 mar. 2022.

PARANÁ. **Lei n. 17.314**, de 24 de setembro de 2012. Dispõe sobre medidas de incentivo à inovação e à pesquisa científica e tecnológica em ambiente produtivo no Estado do Paraná. Disponível em: <https://www.legislacao.pr.gov.br/legislacao/pesquisarAto.do?action=exibir&codAto=76049&indi>

ce=1&totalRegistros=1&dt=30.2.2022.13.24.33.5. Publicado em 24 set. 2012. Acesso em 28 mar. 2022.

PARANÁ. **Lei n. 20.541** de 20 de abril de 2021. Dispõe sobre política pública de incentivo à inovação, à pesquisa e ao desenvolvimento científico e tecnológico, ao fomento de novos negócios, e a integração entre o setor público e o setor privado em ambiente produtivo no Estado do Paraná. Disponível em: <https://www.legislacao.pr.gov.br/legislacao/pesquisarAto.do?action=exibir&codAto=246931&indice=1&totalRegistros=1&dt=30.2.2022.13.22.18.698>. Publicado em 20 abr. 2021a. Acesso em 28 mar. 2022.

PARANÁ. **Lei n. 20.537** de 20 de abril de 2021. Dispõe sobre as relações entre as Instituições de Ensino Superior, os Hospitais Universitários e os Institutos de Ciência e Tecnologia públicos do Estado do Paraná e suas Fundações de Apoio. Disponível em: <https://www.legislacao.pr.gov.br/legislacao/pesquisarAto.do?action=exibir&codAto=246927&indice=1&totalRegistros=1&dt=30.2.2022.13.17.43.23>. Publicado em 20 abr. 2021b. Acesso em 28 mar. 2022.

RAUEN, Cristiane V. O novo marco legal da inovação no Brasil: o que muda na relação ICT-empresa? **Radar: tecnologia, produção e comércio exterior**, IPEA, n. 43, p. 21-36, fev. 2016. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/6051/1/Radar_n43_novo.pdf. Acesso em 27 mar. 2022.

SEIBLITZ, Dayana M. de L.; BONIFÁCIO, Andréa S. Um olhar sobre o consumo brasileiro de bens e serviços recreativos e culturais. **Polêmica** (UERJ), v. 12, n. 2, p. 764-777, abr./jun. 2013. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/polemica/article/view/8645/6620>. Acesso em 27 mar. 2022.

STRAW, Will. **Cenas Culturais e as Consequências Imprevistas das Políticas Públicas**. In: JANOTTI JR, Jeder; PEREIRA DE SÁ, Simone (org). *Cenas Musicais*. Guararema, SP: Anadarco, 2013. p. 9-23.

VERDE, Lucas H. L.; MIRANDA, João I. de R. Uma análise econômica dos resultados brasileiros no Índice Global de Eficiência em Inovação frente ao novo Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação (Lei n. 13.243/2016). **Economic Analysis of Law Review**, Brasília, v. 9, n. 2, p. 308-337, maio/ago. 2018. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/EALR/article/view/8727/pdf>. Acesso em 27 mar. 2022.

VERDE, Lucas H. L.; MIRANDA, João I. de R. **O futuro da propriedade intelectual no Brasil: análise econômica do direito sobre o Marco da Ciência, Tecnologia e Inovação**. Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2019. Disponível em: https://www.editorafi.org/_files/ugd/48d206_c7de7754eebe4718a9e11c45d82579f6.pdf. Acesso em 27 mar. 2022.

Recebido em 08 de junho de 2022.
Aceito em 13 de setembro de 2022.