

**O MEDIA LAB MANÉ: PROPOSTA DE CONCEPÇÃO DE UM LABORATÓRIO DE  
MÍDIA EM FLORIANÓPOLIS**

**MEDIA LAB MANÉ: PROPOSAL TO DESIGN A MEDIA LAB IN  
FLORIANÓPOLIS**

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

Larissa Gaspar Coelho Pinto<sup>1</sup>;

Maria José Baldessar<sup>2</sup>;

***Abstract:** The innovation ecosystem of Florianópolis, despite being a reference for other Brazilian cities and the world, presents challenges related to the popularization and maturation of the technological sector. In this sense, the main goal of this article is to propose the implementation of a media laboratory as a solution to such challenges - since these structures act as spaces for experimentation. The method used was thematic analysis based on the research “Media Lab Mané: a framework for creating a media laboratory in Florianópolis”. The result is a proposal for a framework with guidelines to be considered in order to conceive a genuinely “mané” media lab .*

***Keywords:** media lab, Florianópolis, silicon island, technology*

**Resumo:** O ecossistema de inovação de Florianópolis, apesar de ser referência para outras cidades brasileiras e do mundo, apresenta desafios relacionados à popularização e ao amadurecimento do setor tecnológico. Nesse sentido, o objetivo do artigo é propor a implementação de um laboratório de mídia como solução para tais desafios - uma vez que estas estruturas atuam como espaços de experimentação. O método utilizado foi análise temática baseada na pesquisa “Media Lab Mané: um *framework* para a criação de laboratório de mídia em Florianópolis”. O resultado é a proposição de um *framework* com diretrizes a serem consideradas para concepção de um *media lab* genuinamente manezinho.

***Palavras-chave:** media lab, laboratório de mídia, Florianópolis, ilha do silício, tecnologia*

---

<sup>1</sup> Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) – Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2582-6821>. e-mail: [larissa.gasparcp@gmail.com](mailto:larissa.gasparcp@gmail.com)

<sup>2</sup> Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) – Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8971-4576>. e-mail: [mbaldessar@gmail.com](mailto:mbaldessar@gmail.com)

## 1 INTRODUÇÃO

Para Jenkins (2009), a revolução do conhecimento é marcada pela busca do conhecimento através de recursos de mídia. Castells (1999) destaca que a informação é parte integral de toda atividade humana e, por isso, todos os processos da existência individual e coletiva são diretamente moldados pelo novo meio tecnológico. Diante desse contexto, é possível afirmar que a cidade de Florianópolis (SC), onde atuam agentes diretos e indiretos de 900 empresas de tecnologia, vive uma verdadeira revolução do conhecimento.

Tal revolução propicia o reaparecimento de laboratórios sociais de aprendizagem, caracterizados por Fonseca (2014) como espaços experimentais e de cocriação que se tornaram, recentemente, os principais centros de inovação. A importância dos laboratórios pode ser observada no ambiente universitário, estimulando o ensino, a pesquisa e a extensão e também nas práticas de mercado, como forma de promover a inovação em empresas privadas.

Os laboratórios sociais já mostraram ser a solução para desenvolver melhor uma cultura de inovação em uma indústria em necessidade de novas soluções HAASEE (2000). Entre os diversos tipos de laboratórios sociais existem os laboratórios de mídia, os *media labs*, caracterizados como uma estrutura significativa para a inovação, mas que não podem ser replicados em sua essência uma vez que incorporam fatores locais e são influenciados por estes. Eles podem apresentar uma miríade de formas, estão localizadas na indústria e na academia, são abertos, interdisciplinares e, principalmente, possuem foco na inovação imediata usando abordagens de inovação centradas no usuário (Mills e Wagemans, 2021, p.1).

Diante do exposto, o objetivo deste artigo é propor a implementação de um laboratório social, mais especificamente um laboratório de mídia, como ferramenta para ajudar a solucionar os desafios enfrentados pelo ecossistema tecnológico da cidade de Florianópolis - popularização e amadurecimento de seu setor tecnológico - por meio da conexão dos atores e da educação.

Para alcançar tal objetivo, o artigo utiliza a análise temática como método e se baseia na interpretação de resultados do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado “*Media Lab Mané: um framework para a criação de laboratório de mídia em Florianópolis*”<sup>3</sup>. Como

---

<sup>3</sup> Trabalho de Conclusão do Curso apresentado pela autora para finalização do MBA Gestão da Inovação na Comunicação Digital da Faculdade Cesusc, mais detalhes podem ser conferidos nas referências.

resultado da pesquisa, destaca-se a estruturação de um *framework* conceitual que elenca diretrizes para concepção de um laboratório de mídia genuinamente “mané”<sup>4</sup>.

Sendo assim, a primeira parte deste artigo aborda o ecossistema de inovação de Florianópolis; a segunda conceitualiza o *media lab* e sua importância em regiões tecnológicas, utilizando o referencial teórico de diversos autores; a terceira parte discorre sobre a metodologia de pesquisa e, por fim, a parte de resultados da pesquisa explica o *framework* conceitual proposto.

## **2 O ECOSISTEMA DE INOVAÇÃO DE FLORIANÓPOLIS**

Com apenas 1,1% do território nacional e 3,4% da população brasileira, Santa Catarina é o quarto estado com maior faturamento em tecnologia, ficando atrás apenas de São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul (INFOMONEY, 2021). Nos últimos anos, a capital catarinense, Florianópolis, vem diversificando suas atividades econômicas e se tornando conhecida mundialmente não somente como destino turístico, altos índices de educação e segurança, mas também por sua vocação empreendedora (G1, 2020).

Uma série de instituições de apoio e uma comunidade de empreendedorismo na qual todos se conhecem renderam comparações entre Florianópolis e o Vale do Silício, nos Estados Unidos. Não à toa, a cidade foi chamada de “Vale do Silício da América Latina” pela BBC World, o que lhe rendeu recentemente o apelido de “Ilha do Silício”.

Atualmente, existem mais de 900 empresas de tecnologia estabelecidas em Florianópolis e, juntas, faturam mais de R\$5,4 bilhões ao ano. No cenário nacional, Florianópolis figura em 4º lugar, atrás apenas de Manaus, Rio de Janeiro e Campinas, com R\$1,8 milhão de faturamento médio. O setor é também o que mais gera empregos: 2.552 colaboradores para cada 100 mil habitantes. Já com relação ao número de empreendedores, a capital catarinense só perde para São Paulo: são mais de 750 empreendedores a cada 100 mil

---

<sup>4</sup> O termo “manezinho” é o gentílico popularmente utilizado para designar os nativos (nascidos e criados) de Florianópolis, da cultura pesqueira e da extinta caça às baleias; remete as rendeiras, lavadeiras, benzedeadas, e todos os outros aspectos culturais da cidade (LACERDA, 2013)

habitantes. Florianópolis também tem a maior densidade de *startups*<sup>5</sup> por mil habitantes no país – são cinco empreendimentos do tipo para cada mil habitantes (ACATE, 2018).

Mesmo diante de um cenário promissor e comunidades empreendedoras ativas, existem desafios para a popularização e o amadurecimento do setor tecnológico de Florianópolis. Alguns dos desafios são: falta de mão de obra especializada; a escassez de disciplinas relacionadas às *startups* nos currículos das universidades, a dificuldade para captação de investimentos de capital de risco, que está relacionado à falta de networking e o desenvolvimento de um olhar global, já que pelo tamanho da população, muitas empresas se satisfazem abastecendo apenas o Sul e o Sudeste do Brasil.

Santos (2017) relata que o processo de constituição de um polo tecnológico em Florianópolis considera também um extenso processo de construção social. Nesse processo, evidenciam-se a natureza técnica e econômica diretamente ligada à inovação tecnológica e aspectos políticos e culturais que dão forma ao quadro institucional da inovação. As condições iniciais de emergência do polo tecnológico de Florianópolis estiveram relacionadas aos efeitos das políticas de cunho desenvolvimentista nas décadas de 1960 e 1970.

Ainda de acordo com Santos (2017, p.115), a convergência de esforços no sentido de desenvolver o empreendedorismo tecnológico em Florianópolis produziu o que a literatura chama de “uma cultura local com resultados econômicos virtuosos e sonhados em qualquer projeto de desenvolvimento”: o surgimento de empreendimentos de pequeno e médio porte, com alto valor agregado, empregando profissionais com maior nível salarial e com ensino superior, especialmente das engenharias. Por sua vez, a emergência de novos atores econômicos bem como da inovação tecnológica entre as prioridades da agenda pública visando ao desenvolvimento econômico repercute na própria formação do Estado - que incentiva a expansão do mercado de tecnologia.

Azevedo e Teixeira (2017) sinalizam que esse cenário acabou atraindo para a cidade um alto nível de capital humano. As autoras demonstram que o perfil empreendedor e inovador de Florianópolis foi desenvolvido a partir de diversas ações, como mostra o quadro 1.

---

<sup>5</sup> De acordo com o Sebrae, qualquer pequena empresa em seu período inicial pode ser considerada uma *startup*. Paralelamente, alguns defendem que uma *startup* é uma empresa inovadora com custos de manutenção muito baixos, mas que consegue crescer rapidamente e gerar lucros cada vez maiores

Quadro 1: Linha do tempo da evolução do cenário e dos ambientes inovadores de Florianópolis

Ano	Marco
1960	Criação da UFSC
1984	Centro Regional de Tecnologia em Informática (CERTI), a partir do Departamento de Engenharia Mecânica da UFSC
1986	Associação Catarinense de Empresas de Tecnologia (ACATE)
1993	Incubadora Empresarial Tecnológica (IET)/ Centro Empresarial para Laboração de Tecnologias (CELTA - 1º Incubadora de base tecnológica do Brasil)
1993	Parque Tecnológico Alfa
1995	Fundação de Ciência e Tecnologia (FUNCITEC)/ Fundação de Apoio à Pesquisa e Inovação de Santa Catarina (FAPESC)
1998	Incubadora MIDI Tecnológico (Micro Distrito Industrial Tecnológico)
2001	Projeto do Sapiens Parque
2003	Venture Capital (INSEED investimentos CVentures e BZPlan)
2006	Projeto Sinapse de Inovação
2011	Instituto Comunitário da Grande Florianópolis (ICOM)
2012	Surgimento do Social Good Brasil
2013	Construção da Rota da Inovação
2013	Programa <i>Startup</i> SC do SEBRAE-SC
2013	<i>Startup</i> Weekend
2015	Centro de Inovação da ACATE
2015	Centro Sapiens
2016	Cocreation Lab/Movimento Traços Urbanos
2017	Vigor da Lei Municipal de Incentivo à Inovação de Florianópolis
2017	Criação dos Arranjos Promotores de Inovação
2017	Lançada a iniciativa LinkLab

Fonte: Adaptado por Pinto (2021), de Azevedo e Teixeira (2017)

Como é possível perceber, o ecossistema de inovação de Florianópolis possui um histórico que explica seu alto potencial e sinergia dos atores. No entanto, as empresas e *startups* do setor de tecnologia de Florianópolis não aproveitam todas as potencialidades da internet para suas divulgações e articulações, fazendo com que seu negócio seja conhecido por stakeholders - e pela sociedade civil - trazendo estes à participação.

Mesmo que o ecossistema de inovação de Florianópolis seja referência para o restante do Brasil em termos de articulação, condições como a dificuldade de comunicação e a falta de mobilização afetam o setor de forma negativa, fazendo com que se acumulem iniciativas isoladas ou sobrepostas, impactando a dinâmica do ecossistema. A solução apontada por alguns empreendedores para estes desafios é a promoção da qualidade de vida da região como diferencial e treinamentos corporativos (INFOMONEY, 2021).

Essa, contudo, parece ser uma resposta a curto prazo. A longo prazo, a solução deve estar ancorada na educação e conexão do setor e estas, por sua vez, podem ser alcançadas pela implementação de laboratórios de mídia. Hassan (2014) alega que, nessa situação, surge uma premissa muito simples: a de que já existem laboratórios técnicos para resolver os problemas científicos, porém a sociedade precisa de laboratórios sociais para resolver os desafios sociais urgentes. Tais estruturas já mostraram ser a chave para desenvolver melhor uma cultura de inovação em uma indústria em necessidade de novas soluções, como Florianópolis.

### **3 IMPORTÂNCIA DOS LABORATÓRIOS DE MÍDIA EM REGIÕES TECNOLÓGICAS**

Frías e García (2017) destacam que a visão contemporânea de um *media lab* é a de um laboratório em que a influência da tecnologia na transformação social em direção a uma sociedade mais ativa é explorada. Esta evolução significa que a parte “mídia” desses laboratórios não se concentra mais no conceito de mídia de massa, mas de mediação (Martín e Mellado, 2016; Perassi, 2019). Fonseca (2015), por sua vez, ressalta que os laboratórios sociais de experimentação deste campo são espaços onde se desenvolvem atividades em áreas de fronteira entre as expressões culturais e a tecnologia, entre a arte e a ciência e entre a experimentação e o mercado.

Nunes (2020), define que os *media labs* são estruturas que vão propiciar o encontro sistemático de equipes interdisciplinares em prol do desenvolvimento experimental para uma

solução e que a integração entre a pesquisa, o mercado e a experimentação continua sendo um ponto em comum entre estas estruturas. Para a autora, esse tipo de laboratório objetiva (1) o desenvolvimento de produto para qualquer geração de receita; (2) a criação de novos processos e habilidades; (3) a solicitação de uma mudança de atitude e (4) geração de impacto social além da organização ou instituição.

Assim, a rápida democratização da tecnologia transformou os *media labs*, que não apresentam mais um perfil tecnológico, mas uma perspectiva social. Tanaka (2011) comenta que o modelo do laboratório de mídia como um centro interdisciplinar de pesquisa e como motor da inovação, impulsionado pela aplicação criativa das tecnologias digitais, tornou-se fundamental para contribuir com a sociedade da informação. Para ele, há uma necessidade de facilitar a troca de ideias e estabelecer melhores práticas para ajudar no bootstrapping, compartilhar a compreensão cultural e disciplinas científicas.

Haase (2000) define que a característica mais importante do laboratório de mídia, sobretudo daqueles localizados em ambientes de inovação, é o de ser um laboratório centrado nas pessoas. Segundo ele, a vantagem desta centralização é que o laboratório produz resultados palpáveis. A desvantagem é que pode ser difícil justificar tais resultados para stakeholders que preferem ver produtos em vez de processos produtivos.

Outra característica que privilegia os *media labs* como soluções para regiões tecnológicas é a organização em rede, Castells (1999) expõe que a organização em rede é um instrumento apropriado para a economia capitalista, sobretudo para centros de tecnologia, pois elas são orientadas à inovação, à globalização e à concentração descentralizada. Ela também valoriza a cultura da flexibilidade e adaptabilidade e a cultura de desconstrução e reconstrução contínuas; para uma política destinada ao processamento instantâneo de novos valores públicos.

#### **4 METODOLOGIA**

A pesquisa qualitativa é utilizada nos casos em que se necessita de uma compreensão mais detalhada sobre atores, eventos, locais e significados. Por empregar diferentes estratégias de investigação, métodos de coleta, análise e interpretação dos dados com objetivo de entender como as coisas acontecem, a pesquisa qualitativa foi a abordagem escolhida para o desenvolvimento deste estudo (MAXWELL, 2008).

Uma das primeiras etapas da pesquisa qualitativa, conforme explica Maxwell (2008), é a definição da pergunta de pesquisa. Para ele, a pergunta de pesquisa é importante pois ajuda a dar foco ao estudo e fornece um guia de como conduzir a investigação. Assim, a pergunta de pesquisa deste artigo foi definida como: “Qual será o formato de um *media lab* construído para promover a educação e a conexão do setor tecnológico de Florianópolis?”

Sendo a continuação de uma pesquisa, este artigo se baseou na análise e interpretação de dados da pesquisa “*Media Lab Mané: um framework para a criação de laboratório de mídia em Florianópolis*” - que já continha coleta e análise prévia de dados. Com tal material em mãos, a estratégia de investigação escolhida foi a análise temática. Essa estratégia possui características como busca por padrões, recursividade, flexibilidade, homogeneidade interna nas categorias/temas e heterogeneidade externa entre as categorias/temas.

Para Souza (2019, p.54), a análise temática possui seis fases: (1) familiarização com dados; (2) geração de códigos; (3) busca dos temas; (4) revisão dos temas, para verificar se os temas funcionam em relação ao banco de dados como um todo; (5) nomeação de cada um dos temas e (6) produção do relatório. Para as fases um, dois e três, foi feita uma leitura crítica do TCC, com objetivo de gerar maior familiaridade com a temática e facilitar a geração dos códigos.

Para a etapa quatro e cinco, a inspiração foi a tese de doutorado de Nunes (2020), que classificou as características de laboratórios de mídia em: eixo de atuação; materialização dos projetos; tipo de inovação gerada; objetivo do laboratório em relação ao contexto da mídia e acrescentou-se a consideração de Pinto (2021) quanto às fontes de financiamento e stakeholders.

Para realizar a etapa seis e responder a pergunta de pesquisa do artigo, optou-se por ir um passo além e representar a hipótese de solução para o ecossistema de inovação de Florianópolis por meio de um *framework* conceitual. Preece et al. (2005) afirma que um *framework* conceitual é um conjunto de ideias e conceitos que se inter-relacionam para descrever como um sistema deve se comportar, parecer e ser compreendido pelos usuários da maneira pretendida.

O *framework* conceitual explica, graficamente ou de forma narrativa, os assuntos principais a serem estudados – os fatores-chaves, construtos ou variáveis – e as relações que podem ser presumidas entre eles. Os *frameworks* podem ser rudimentares ou elaborados, com orientação teórica ou de senso comum, descritivos ou causais. (MILES; HUBERMAN, 1994,

p. 18). Regoniel (2017) caracteriza cinco etapas de construção de um *framework*. No quadro 2 tais etapas estão elencadas, bem como a atividade realizada pelas autoras para cumprimento daquelas.

Quadro 2: Etapas para construção de um *framework* e atividades realizadas

Escolha do tema	Criação de laboratório de mídia em Florianópolis
Revisão da literatura	O embasamento teórico foi realizado com base no Trabalho de Conclusão de Curso “ <i>Media Lab Mané: um framework para a criação de laboratório de mídia em Florianópolis</i> ” e este, por sua vez, baseou-se numa revisão narrativa de literatura usando revistas científicas.
Isolamento dos elementos importantes	Foram identificados elementos comuns para a criação de <i>media labs</i> na literatura e esses foram relacionados entre si, como por exemplo: tipo de laboratório de mídia, stakeholders, financiamento, materialização de projetos, eixo da inovação, tipo da inovação e objetivo da inovação.
Pesquisa de Campo	O Trabalho de Conclusão de Curso “ <i>Media Lab Mané: um framework para a criação de laboratório de mídia em Florianópolis</i> ” trouxe a transcrição das entrevistas semiestruturadas, que identificou uma série de questões práticas, desafios e aprendizados para concepção de um laboratório de mídia. Desse modo, compreende a entrevista semiestruturada como um tipo de pesquisa de campo.
Construção do <i>framework</i> conceitual	Essa diretriz leva em conta a combinação dos elementos identificados na literatura e os elementos identificados nas entrevistas com representantes de laboratórios de mídia de universidades brasileiras.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

A tradução dos itens necessários para concepção do *Media Lab Mané* foi detalhada na próxima seção, Resultados da Pesquisa.

## 5 RESULTADOS DA PESQUISA: O *FRAMEWORK* CONCEITUAL DE DIRETRIZES PARA CONCEPÇÃO DO *MEDIA LAB MANÉ*

Como comentado nas seções anteriores, a cidade de Florianópolis pode ser caracterizada como uma indústria em necessidade de novas soluções, mas, ao mesmo tempo, representa um terreno fértil para a multidisciplinaridade e para relações mais horizontais, com espaços de ensino-aprendizagem mais abertos. Nunes (2020, p.249) aponta que os laboratórios de mídia produzem uma diversidade de projetos a partir de suas estruturas, que têm potencial para catalisar ou desenvolver inovações de modo sistemático em contexto experimental. Por esse motivo, podem ajudar a construir uma ponte entre a academia, a indústria e a sociedade em geral.

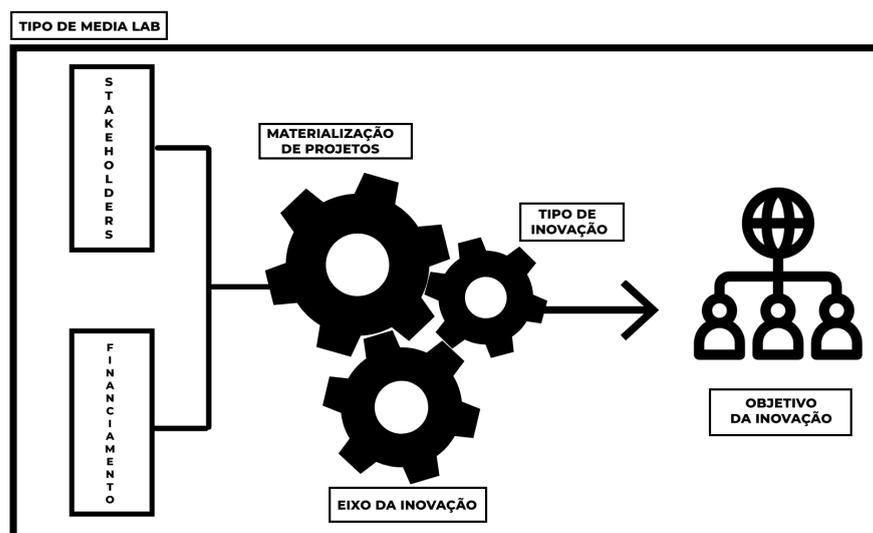
É possível afirmar que que laboratórios orientados para a mídia em seu conceito mais amplo podem auxiliar ecossistemas de inovação a lembrarem de olhar para o que realmente importa no mundo hiperconectado: as humanidades digitais. Os centros criativos e de inovação, como o ecossistema tecnológico de Florianópolis, que entenderem a necessidade de permitir uma participação real e ativa da comunidade nos conteúdos e suas propostas, ou na geração de projetos que crescem e gerem inovação serão mais bem sucedidos em seus propósitos.

Jenkins (2009) afirma que, na cultura convergente, as pessoas buscam participação e, tal desejo de participar pode ser o motor para incentivar a articulação do ecossistema de inovação de Florianópolis de forma a resolver problemas sociais - e não apenas aqueles intrínsecos ao setor de tecnologia - com a ajuda de recursos de mídia e da mediação entre ser humano e máquina; entre seres humanos e entre grupos de seres humanos.

Tomando como referência as recomendações de Jenkins (2009) sobre a cultura convergente; e de Nunes (2020) e Pinto (2021) sobre as características dos laboratórios de mídia, foi construído um *framework* conceitual elencando diretrizes para a concepção do *Media Lab* Mané inspirado no sistema de engrenagens. Nesta analogia simplista, para compor um sistema de engrenagem é necessário, primeiramente, definir o tipo de sistema (dente reto, helicoidal e etc); em seguida elencar os pré-requisitos para que os elementos da engrenagem consigam desempenhar seus papéis (material disponível, mão-de-obra e etc). No sistema, cada elemento é igualmente importante para todo e está conectado a um eixo principal, com objetivo de transmitir potência e “fazer a roda girar”.

Assim, no *framework* para diretrizes de um laboratório de mídia, o tipo de sistema é o tipo de *media lab*; os pré-requisitos são os stakeholders e as fontes de financiamento; as engrenagens são o tipo de inovação e a materialização dos projetos e o “eixo principal” é o eixo da inovação e a transmissão de potência é o objetivo da inovação, ou seja: “para quê o sistema de engrenagem existe?”. O resultado está demonstrado na figura 1.

Figura 1: *Framework* para diretrizes de um laboratório de mídia



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Para melhor entendimento do *framework* acima, é importante explicar a composição de cada um dos elementos. Os laboratórios podem ser acadêmicos, públicos e profissionais segundo a classificação de Aguiar *et al.* (2017) e os *media labs* podem ser classificados em industrial, artístico, universitário e cidadão, conforme a classificação de Tanaka (2011). Sobre o tipo de financiamento de um *media lab*, Pinto (2021), caracteriza como recursos públicos e privados, editais, parcerias, doações e venda de produtos/serviços).

Quanto aos stakeholders de um *media lab*, Pinto (2021), adaptado de Teixeira *et al.*(2016), define como sendo oito: ator público; ator de conhecimento; ator institucional; ator de fomento; ator empresarial; ator de habitat de inovação; sociedade civil e fornecedores e clientes. De acordo com Nunes (2020, p 224) a materialização dos projetos em um laboratório de mídia se dá por: ferramentas digitais; plataformas ou canais de acesso; novos negócios ou oportunidades de receita; novas formas narrativas; soluções amplas e contextuais. Na categorização de Pinto (2021), adaptado de Nunes (2020), os eixos da inovação de um laboratório de mídia são: Games; Software ou Hardware; Psicologia; Artes e Tecnologia; Conceito amplo de mídia; Tecnologia; Negócios; Jornalismo e Educação.

Quanto ao tipo de inovação gerada por um *media lab*, Nunes (2021) classifica como: Inovação Criativa (iniciativa essencialmente criativo-intelectual impactando exclusivamente o conteúdo/narrativa jornalística e consumo); Inovação reflexiva (inovação organizacional ou de processo sem mediação tecnológica); Inovação exploratória (apropriação de tecnologias para produção, distribuição e/ou consumo) e Inovação Generativa (Desenvolvimento e

implementação de inovação funcional para produção, distribuição e/ou consumo. E, por fim, segundo Pinto (2021), adaptado de Nunes (2020), o objetivo da inovação é dividido em: conteúdo/formato, processos, canais, audiência, modelo de negócio e mudança social.

É necessário ressaltar que o laboratório ideal para o ecossistema de inovação de Florianópolis deve levar em conta os desafios e necessidades da região, a saber: popularização e amadurecimento do setor tecnológico; falta de mão de obra especializada; a falta de disciplinas relacionadas às *startups* no currículo das universidades, falta de networking e falta de um olhar global.

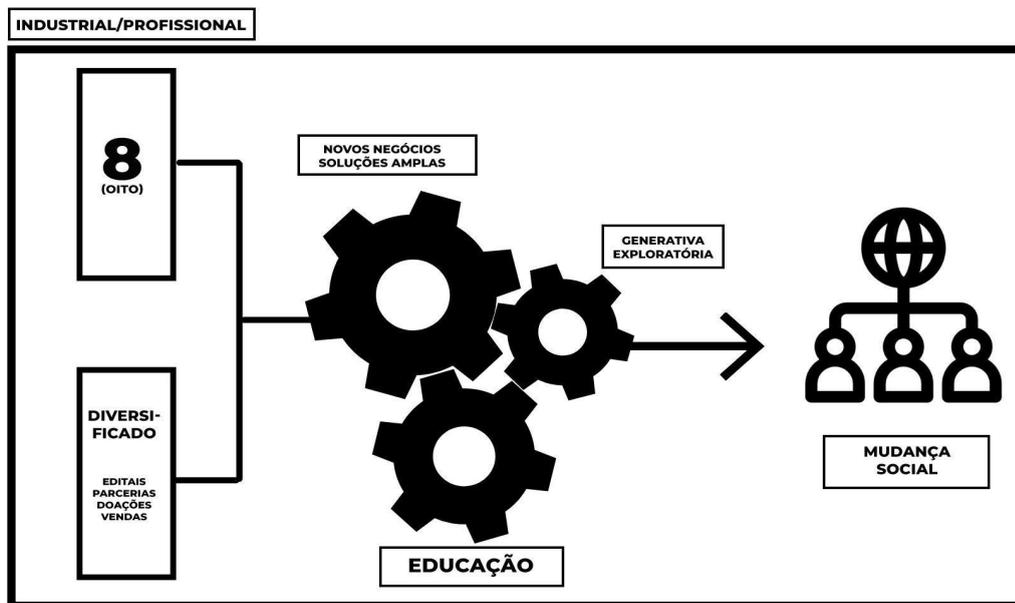
Seguindo tal orientação, o *media lab* industrial sugerido por Tanaka (2011) se manifesta como uma boa opção para o *Media Lab* Mané, pois é baseado no modelo de pesquisa e desenvolvimento sustentado pela indústria. Conforme a classificação de Aguiar et al. (2017), o *Media Lab* Mané seria profissional, garantindo maior liberdade para mobilização de recursos e horizontalidade na tomada de decisão, fazendo com que sua fonte de financiamento seja diversa (recursos públicos e privados, editais, parcerias, doações e venda de produtos/serviços).

A educação seria o eixo de atuação do *Media Lab* Mané, uma vez que o principal desafio do setor é seu amadurecimento e falta de mão de obra especializada - o que só é possível de solucionar por meio da educação. A inovação se daria por meio de novos negócios ou oportunidades de receita na mesma medida em que se desenvolvem soluções amplas e contextuais para ajudar a resolver os desafios do ecossistema de inovação de Florianópolis.

Quanto ao tipo de inovação gerado, a sugestão é que o *Media Lab* Mané seja orientado para a inovação generativa e/ou exploratória. O ecossistema precisa implementar inovação funcional e se apropriar das tecnologias ali geradas para produção, distribuição e/ou consumo com objetivo de potencializar o olhar global e aumentar sua atuação no território brasileiro. Por fim, quanto ao objetivo do laboratório em relação ao contexto da mídia, o *Media Lab* Mané deveria causar mudança social, com uma perspectiva das humanidades digitais.

Nesse sentido, é de extrema importância que o *Media Lab* Mané seja orientado à educação do setor por meio de ferramentas e recursos de mídia, usando a abordagem centrada no ser humano. Afinal, o próprio conceito de Humanidades Digitais alega que a tecnologia trabalha a favor do homem e não o contrário. A figura 2 demonstra o *framework* com as diretrizes para concepção de um *media lab* genuinamente mané.

Figura 2: *Framework* com as diretrizes para concepção do *Media Lab Mané*



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021)

Sobre os stakeholders, ressalta-se que o papel dos atores do ecossistema de inovação é de orquestração, entendida como a capacidade que um ator tem de influenciar sobre a evolução de uma rede conjunta de negócios. Um laboratório de mídia é capaz de inovar por meio da constituição da equipe, disponibilizando produtos para seus usuários finais de forma eficiente e eficaz, gerando novos conhecimentos e incorporação e aprendendo a partir dos dados coletados.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo mostrou que os atores do setor tecnológico da cidade de Florianópolis possuem alto potencial para promover inovação (também!) no campo das Humanidades Digitais por meio de um laboratório de mídia - algo ainda inexistente no ecossistema. O ecossistema de inovação de Florianópolis já está articulado e em pleno funcionamento, o que falta é uma organização para pensar como conectar seus atores numa perspectiva da mídia, em seu amplo conceito de mediação.

A hipótese é de que a constituição do *Media Lab Mané* incentive a articulação em rede do setor tecnológico de Florianópolis, promovendo a inovação social por meio de uma agenda de participação; da cultura aberta; da ética do hacker; da interdisciplinaridade; da combinação de transversalidade e especialização; da cocriação e do empreendedorismo e a inovação

testando novas formas de transferência de conhecimento e conexões com a sociedade (Frías e Gonzáles, 2014, p.35).

Como um laboratório de mídia de perfil industrial/profissional, com eixo de inovação voltado à educação, o *Media Lab* Mané tem aderência à cultura de Florianópolis, cidade que combina o ambiente universitário com o ambiente de *startups* e possui uma legislação que incentiva essa relação. O cenário é ideal para aplicar pesquisas de alto nível em empresas que desenvolvem prototipação rápida, ou seja, que estão dispostas a arriscar, errar e aprender com os erros - e, assim, gerar a inovação social necessária para que o setor prospere.

## REFERÊNCIAS

- ACATE. (2018). *Panorama do Setor de Tecnologia de Santa Catarina*, 1-124. Florianópolis <https://www.acate.com.br/wp-content/uploads/2018/11/ACATE-Observat%C3%B3rio-2018.pdf>
- Aguiar, F., Cesca, R., Macedo, M. e Teixeira, C. (2017) *Desenvolvimento e implantação de um Fab Lab: um estudo teórico*. Revista ESPACIOS vol.38.
- Azevedo, L., Teixeira, C. (2017). *FLORIANÓPOLIS: uma análise evolutiva do desenvolvimento inovador da cidade a partir do seu ecossistema de inovação*. Revista Eletrônica do Alto Vale do Itajaí, [S.L.], v. 6, n. 9, p. 108-120, 23. Universidade do Estado de Santa Catarina. <http://dx.doi.org/10.5965/2316419006092017108>.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: paz e terra, v. 1.
- Fonseca, F. S. (2014) *Redelabs: laboratórios experimentais em rede*. Dissertação (Mestrado em Divulgação Científica e Cultural) - Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2014. [http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/268901/1/Fonseca\\_FelipeSchmidt\\_M.pdf](http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/268901/1/Fonseca_FelipeSchmidt_M.pdf)
- Fonseca, F. S. (2015) *Laboratórios Experimentais: espaços em branco na educação formal*. Em Aberto, v. 28. Brasília.
- G1. (2019). *“Ilha do Silício”*: Rede de Inovação Florianópolis faz da capital um polo de tecnologia. Florianópolis, 04 de jul. de 2019. <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/especial-publicitario/prefeitura-municipal-de-florianopolis/florianopolis-uma-cidade-para-todos/noticia/2019/07/04/ilha-do-silicio-red-e-de-inovacao-florianopolis-faz-da-capital-um-polo-de-tecnologia.ghtml>
- Haase, K. (2020) *Why the Media lab works: A personal view*. IBM Systems Journal, v. 39, n. 3- 4, p. 419-431, 2000. <https://dl.acm.org/doi/10.1147/sj.393.0419>
- Hassan, Z. (2014) *The Social Labs Revolution: a new approach to solving our most complex challenges*. San Francisco: Berret-Koehlet Publishers.

- INFOMONEY. (2021). *Além da “Ilha do Silício”*: como Santa Catarina está levando fábricas de startups ao interior, São Paulo, 27 de fev. de 2021. <https://www.infomoney.com.br/negocios/alem-da-ilha-do-silicio-como-santa-catarina-esta-levando-fabricas-de-startups-ao-interior/>
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Lacerda, L.A. (2013) *A representação da identidade do “Manezinho”*: entre a arte e a vida. 1-119. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/122681/326632.pdf>
- Martín, J. M., Mellado, J. R. (2016) *Los cuatro ejes de la cultura participativa actual. De las plataformas virtuales al medialab*. Revista Icono14 Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes, [S.L.], v. 14, n. 1, p. 95-122, 1 jan. 2016. Asociación Científica ICONO14. <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v14i1.904>.
- Maxwell, J. A. (2008) *Designing a qualitative study*. In: BICKMAN, L; ROG, D. (Ed.) Handbook of Applied Social Research Methods. Thousand Oaks CA: Sage.
- Miles, M. B., Huberman, A. M. *Qualitative Data Analysis: An expanded sourcebook*. 2. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. (EUA), 1994. 339 p.
- Mills, J., Wagemans, A. (2021). *Media labs: Constructing journalism laboratories, innovating the future*: How journalism is catalysing its future processes, products and people. Convergence. <https://doi.org/10.1177/1354856521994453>
- Nunes, A.C. B. (2020). *O que é inovação em mídia e jornalismo? Uma análise de media labs e seus projetos*. 1-333. Tese (Doutorado em comunicação social em regime de cotutela com a Universidade da Beira Interior) - Escola de Comunicação, Artes e Design - FAMECOS Programa de Pós-graduação em Comunicação
- Romero-Frías, E., Robinson-García, N. (2017) *Social labs in universities: innovation and impact in medialab* UGR. Comunicar, [S.L.], v. 25, n. 51, p. 29-38, 1 abr. 2017. Grupo Comunicar. <http://dx.doi.org/10.3916/c51-2017-03>.
- Perassi, R. (2019) *Mídia do Conhecimento: Ideias sobre mediação e autonomia*. Florianópolis, SC: SIGMO/UFSC.
- Pinto, L. (2021). *Media Lab Mané: um framework para a criação de laboratório de mídia em Florianópolis*. [Trabalho de Conclusão de Curso]. Faculdade Cesusc.
- Preece, J., Rogers, Y., Sharp, H. (2005) *Design de Interação: Além da Interação Humano-Computador*. Porto Alegre: Bookman.
- Santos, L. (2017) *A capital da inovação: arranjos institucionais do empreendedorismo no polo tecnológico de Florianópolis*. 1-233. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/183599>
- Souza, L. (2021) *Pesquisa com análise qualitativa de dados: conhecendo a Análise Temática*. Arq. bras. psicol., Rio de Janeiro, v. 71, n. 2, 51-67

[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1809-52672019000200005&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-52672019000200005&lng=pt&nrm=iso)

Tanaka, A. (2011). *Situating within Society: Blueprints and Strategies for Media labs*. In: PLOHMAN, A. (Ed.). *A Blueprint for a Lab of the Future*. Eindhoven: Baltan Laboratories.

Teixeira, C., Trzeciak, S., Varvakis, G. (2017) *ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO: alinhamento conceitual*. Florianópolis: Via Ufsc, 1-24  
<http://centrosdeinovacao.sc.gov.br/wp-content/uploads/2020/01/11.Ecosystema-de-inovacao-Alinhamento-Conceitual.pdf>