CEFET/RJ
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

# MICROEMPREENDIMENTOS DO SETOR CULTURAL COMO MOTOR PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL: CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS E APLICADAS

Thales Abreu da costa Lima

Projeto de Dissertação apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Sistemas Produtivos do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, CEFET/RJ, *Campus Nova Iguaçu*, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de mestre em desenvolvimento regional e sistemas produtivos.

Orientador: DR. HERLANDER COSTA A. G. AFONSO

Rio de Janeiro
MARÇO/2023

CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA CEFET/RJ

MESTRADO ACADÊMICO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL E SISTEMAS PRODUTIVOS - PPDSP

# MICROEMPREENDIMENTOS DO SETOR CULTURAL COMO MOTOR PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL: CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS E APLICADAS

Projeto de Dissertação apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Sistemas Produtivos do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, CEFET/RJ, *Campus Nova Iguaçu*, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de mestre em desenvolvimento regional e sistemas produtivos.

Rio de Janeiro, 14 de março de 2023

BANCA EXAMINADORA

_____

Prof. Dr. Herlander Costa A. G. Afonso – Orientador
CEFET/RJ

_____

Prof. Dr. Wladmir Henriques Motta
CEFET/RJ

_____

Prof. Dr. Leonardo Figueiredo Costa
UFBA/BA

Rio de Janeiro
MARÇO/2023

**SUMÁRIO**

INTRODUÇÃO ..... 5
CAPÍTULO 1 ..... 9
*CONTRIBUIÇÕES DO EMPREENDEDORISMO CULTURAL PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL* ..... 11
*CONTRIBUTONS OF CULTURAL ENTREPRENEURSHIP TO REGIONAL DEVELOPMENT* ..... 11
*APORTES DEL EMPRENDIMENTO CULTURAL AL DESARROLO REGIONAL* ..... 11
1. Introdução ..... 13
2. Referencial teórico ..... 14
2.1. Empreendedorismo cultural ..... 14
2.2. Cultura e desenvolvimento Regional ..... 17
3. Metodologia ..... 19
4. Resultados ..... 21
5. Análises ..... 26
6. Considerações finais ..... 29
REFERÊNCIAS ..... 31
CAPÍTULO 2 ..... 35
1. INTRODUÇÃO ..... 39
2. REFERENCIAL TEÓRICO ..... 40
2.1 Empreendimentos de Pequeno Porte ..... 40
2.2 Setor cultural no Brasil ..... 42
3. METODOLOGIA ..... 47
4. RESULTADOS e ANÁLISES ..... 49
5. CONCLUSÕES ..... 58
REFERÊNCIAS ..... 60
CAPÍTULO 3 ..... 65
Desenvolvimento de microempreendimentos do setor cultural ..... 67
Resumen ..... 67
Abstract ..... 67
Resumo ..... 68
1. Introdução ..... 69
2. Referencial teórico ..... 71
2.1 Empreendedorismo no setor cultural ..... 71
2.2 Potenciais culturais ..... 74
2.3 Educação em empreendedorismo ..... 78

4. Resultados e análises ..... 86
4.1 Análise de dados – NaProCult – UFRJ ..... 86
4.2 Painel de Especialistas ..... 91
4.3 Workshop ..... 93
4.4 Survey ..... 95
5. Considerações finais ..... 101
Referências ..... 104
CAPÍTULO 4: Considerações Finais ..... 109
4.1 Apontamentos ..... 109
4.2 Limitações ..... 111
4.3 Anexos ..... 112

## INTRODUÇÃO

A distribuição, reorganização e descentralização da governança, começou a ser elaborada em resposta aos problemas na desigualdade do desenvolvimento espacial dos territórios. Orçamento chegava de forma mais rápida e fácil aos centros urbanos e de forma ineficaz nas regiões mais afastadas ou periféricas (CHIU; LIU, 2021).

No desenvolvimento regional, existem motores de desenvolvimento básicos: o econômico, ambiental, social e o político. No entanto, a literatura evidencia outros fatores que ajudam a gerar pertencimento, bem-estar social e renda para os moradores, sendo esta força matriz a cultura (SARKAR, 2020).

A cultura tem a condição de gerar possibilidades de inovação, desenvolver o território, preservar o patrimônio cultural e impulsionar a tradição local, a partir de negócios com teor cultural. O ramo da cultura está inserido no modelo de quadrupla hélice do desenvolvimento regional (MINEIRO et al., 2019). O modelo tradicional de hélice foca nas relações da universidade-indústria-governo (BACCARNE, et al., 2016). A quarta adiciona as perspectivas de mídia e cultura e a quinta analisa as questões sustentáveis dos empreendimentos (CARAYANNIS, 2018). Estas hélices buscam formas rentáveis de sobrevivência de microempreendimentos neste setor, através de suas concepções participativas e geradoras de conhecimento para o território (POLANCO, 2019).

O capital cultural, pode ser um dos principais motores para o desenvolvimento regional sustentável, podendo mudar e influenciar trajetórias, além de ser um fator endógeno, que gera valores e potenciais culturais. Porém, quem elabora a gestão e ajuda estes potenciais culturais é o desenvolvimento regional, através da governança dos entes políticos, sendo estes das esferas, Federal, Estadual e Municipal (LENOVSKY et al., 2014; BAVULAKOVA; GRESS, 2021).

O investimento a microempreendimentos no setor da cultura, é prioritariamente ofertado por entes públicos, através de fomentos diretos ou indiretos. No entanto, a literatura debate sobre as formas de divisão destes recursos, sendo eles disponibilizados para empresas de regiões urbanos ou periféricass, centralizadas ou descentralizadas. Sendo de grandes, médias, pequenas empresas ou até mesmo profissionais autônomos (ALMEIDA; NUNES, 2018). Nosso foco está nos pequenos e microempreendimentos

deste setor.

A estrutura de financiamento coloca inúmeros desafios organizacionais, pela complexidade estrutural das políticas culturais, como diversidade das atividades, a divisão do trabalho, a descentralização de recursos (MOTA; MOREIRA, 2019). Portanto, entender o sentido do financiamento cultural, analisando quais modelos devem ser traçados, quais atores devem ser mobilizados, quem deve ser ensinado a elaborar os projetos e como e quais devem ser alcançados para receber estes recursos, é o grande debate na literatura. (SILVA; ARAÚJO, 2010).

O artigo 1 investiga as contribuições dos microempreendimentos do setor cultural para o desenvolvimento regional. Na visão da literatura, existe um debate sobre a real importância das práticas culturais para a promoção e aperfeiçoamento de atores criativos locais, e sua contribuição para o território. Por isso foi realizado uma revisão sistemática de literatura para entender as motivações e reais benefícios e vantagens que o setor cultural pode implementar em políticas de desenvolvimento regional ou periférico.

O artigo 2 faz um diagnóstico sobre os principais desafios encontrados para o desenvolvimento regional de microempreendedores culturais em regiões periféricas do Rio de Janeiro, principalmente nos municípios do Rio de Janeiro e Nova Iguaçu na Baixada Fluminense. Elaborado por meio de um estudo de caso, com o chamamento de microempreendedores culturais, atores sociais da cultura, sendo estes, o poder público, pesquisadores e gestores. Além de observações a partir de visitas técnicas a empreendimentos e locais de cultura, como lonas culturais, espaços de cultura, e microempresas do setor.

O artigo 3 tem como objetivo desenvolver um framework a partir da visão e observação dos estudos analisados e coletados dos artigos anteriores, com o intuito de desenvolver um treinamento para microempreendimentos e profissionais do ramo da cultura. Foram utilizadas ferramentas metodológicas variadas como dados do estudo de caso do projeto de extensão da UFRJ, chamado NaProCult, no Município do Rio de Janeiro. A partir destas informações, foi realizada um painel de especialistas para validar o objetivo principal do treinamento e assim finalizar a execução de um workshop, com a ferramenta de pesquisa-ação. A finalidade é ofertar subsídios para a promoção e o aperfeiçoamento do empreendedorismo cultural. Como último

procedimento metodológico de análise, será disponibilizado para os alunos um questionário para a análise (SURVEY) da efetividade do workshop respondido pelos microempreendedores culturais.

**Objetivo Geral.**

Fornecer subsídios teóricos e práticos para a promoção e o aperfeiçoamento do empreendedorismo cultural.

### 1.1. Objetivos específicos.

Pode se definir como objetivos específicos da dissertação:

- Investigar as contribuições de microempreendimentos do setor cultural para o desenvolvimento regional.
- Diagnosticar os principais desafios encontrados para o desenvolvimento de microempreendimentos culturais em regiões periféricas no Rio de Janeiro.
- Desenvolver um Framework para o desenvolvimento de microempreendimentos culturais.

Abaixo, o Quadro 1 ilustra os objetivos e metodologias desenvolvidas para os 3 artigos.

Quadro 1 – Organização do estudo

| **Artigo** | **Objetivo** | **Procedimentos metodológicos** | **Instrumentos de coletas de dados** | **Teoria** | **Constructo principal** | **Status** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Investigar as contribuições de microempreendimentos do setor cultural para o desenvolvimento regional | (1) Revisão Sistemática de literatura | - Revisão bibliográfica | Diversas teorias | Empreendedor | Submetido (Revista Interações) |
| 2 | Diagnosticar os principais desafios encontrados para o desenvolvimento de microempreendimentos culturais em regiões periféricas no Rio de Janeiro | (2) Estudo de caso | - Entrevistas snowball a microempreendedores de cultura<br>- Entrevistas snowball a stakeholders da cultura<br>- Observação (visita a empreendimentos)<br>- Análise de relatórios públicos | Diversas teorias | Empreendedor | Submetido Revista (CULTUR) |
| 3 | Desenvolver um framework para o desenvolvimento de microempreendimentos culturais | (1) Análise de dados<br>(2) Painel de Especialistas<br>(3) Pesquisa-ação<br>(4) Survey | - Dados do NaProCult - UFRJ<br>- Apresentação dos elementos para o workshop<br>- Execução de workshops<br>- Questionário para análise da efetividade do workshop | Diversas teorias | Microeempreendimentos e profissionais do ramo cultural | Submetido Revista (Tendencias) |

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

# CAPÍTULO 1

## Contribuições do empreendedorismo cultural

O empreendedorismo cultural tem trazido renda e oportunidades de negócios para áreas periféricas e urbanas (CARVALHO; CUTRIM; COSTA, 2017). Microempreendedores conseguem criar oportunidades a partir dos potenciais culturais de suas regiões, a partir de experiências e vivências culturais (RATTEN; FERREIRA, 2017). A ativação e potencialização destes ativos culturais, contribui para a evolução do local como fonte capacitadora de habilidades e competências (PAGANO; PETRUCCI; BOCCONCELLI, 2018).

A união de práticas culturais elaboradas por microempreendimentos culturais e a infraestrutura ofertada por entes públicos, por intermédio do desenvolvimento regional e agenda 2023 da ONU, colabora a estabilização econômica e social (ERIKSSON; RATAJ, 2019). Ofertando oportunidades de negócio, geração de renda e melhores condições de renda e bem-estar social ao território (IERAPETRITIS, 2018). Pois constroem narrativas culturais locais, difíceis de serem reproduzidas, através das tradições e do patrimônio histórico da região, que introduz visibilidade e representatividade para os atores sociais (TEIXEIRA; FERREIRA, 2018).

O desenvolvimento regional e a cultura são tão importantes que a ONU, em 2021, decretou este espaço de tempo, como o ano da economia criativa e cultural para o desenvolvimento sustentável do planeta, chamada de agenda 21 (GAMA, 2020).

Principal contribuição para este artigo é a importância do microeempreendimento do ramo da cultura para o desenvolvimento regional (PARTHYMOS; DASKALOPOULOU, 2020). Identificando que o trabalhador da cultura, auxilia acrescenta vantagens para o território (SPIGEL, 2013). Ofertando produtos e serviços, através de potenciais culturais próprios (JUCEVICIUS, 2016). Pertencimento e representatividade que pode ser potencializado, com a educação empreendedora (LOUNSBURY et al., 2019), ofertada pela parceria, Estado-Universidade-sociedade civil, alicerçada na quadrupla hélice do desenvolvimento regional (IERAPETRITIS, 2018).

A motivação para este trabalho nasceu a partir da observação de atores culturais criativos nas periferias do Rio de Janeiro. Pois, com muito esforço e pouco acesso a fomentos de incentivo à cultura. Conseguem sobreviver e gerar renda para suas famílias

e para toda uma comunidade residente. O primeiro estudo foi organizado pela sistematização de trabalhos bibliográficos, por meio de uma revisão sistemática de literatura.

# *CONTRIBUIÇÕES DO EMPREENDEDORISMO CULTURAL PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL*
# *CONTRIBUTONS OF CULTURAL ENTREPRENEURSHIP TO REGIONAL DEVELOPMENT*
# *APORTES DEL EMPRENDIMENTO CULTURAL AL DESARROLO REGIONAL*

**Resumo**

A cultura impulsiona o rompimento de barreiras sociais, financeiras e ideológicas, a partir de expressões artísticas ou criativas, por meio da promoção de crenças e valores. Resguardar e manter a história local e agregar valor as suas potencialidades são crucias e devem ser colocadas no centro de debates dos territórios, associada ao universo do desenvolvimento local e regional. Essa conexão pode mitigar problemas econômicos e sociais, ativando o pertencimento da comunidade e ofertando visibilidade aos fazedores de cultura. O presente estudo visa investigar as contribuições de microempreendimentos do ramo da cultura para o desenvolvimento regional. Estes empreendimentos podem ser auxiliadores no equilíbrio econômico local, potencializar os recursos culturais existentes, ofertar acesso a conteúdos educativos para a comunidade, entre outros. Foi realizada a revisão sistemática dividida em duas etapas, primeiro na formação do portfólio bibliográfico e nos resultados extraídos do procedimento, e depois procurou-se analisar a conexão entre desenvolvimento regional com a cultura. Foram utilizadas três bases indexadas, a Web of Science, Scielo e Scopus. Percebeu-se que a ligação do desenvolvimento regional e cultura é pouco discutido em revistas de maior relevância para o debate no mundo, pois a cultura sempre foi observada como um tema a margem da agenda 2030 da ONU.

Palavras-chave: Empreendedorismo cultural; Desenvolvimento Regional; Educação empreendedora; Revisão Sistemática de Literatura; Agenda de pesquisa

**Abstract**

Culture boosted the breaking of social, financial and ideological barriers, based on artistic or creative expressions, through the promotion of beliefs and values. To protect and maintain the local history and adding value to its capabilities are crucial and must be placed at the center of debates in territories, associated with the universe of local and

regional development. This connection can mitigate psychological and social problems, activating the community sense of belonging and offering visibility to culture makers.
The present study aims to investigate the contributions of microenterprises in the field of culture to regional development. These enterprises can help the local economic balance, potencialize existing cultural resources, offer access to educational content for the community, among others. A systematic review was carried out divided into two stages, first in the formation of the bibliographic portfolio and in the results extracted from the procedure, and then the connection between regional development and culture was analyzed. Three indexed databases were used, the Web of Science, Scielo and Scopus. It was noticed that the link between regional development and culture is little discussed in magazines of greater relevance for the debate in the world, since culture has always been observed as a topic outside the UN's 2030 agenda.Keywords: Cultural Entrepreneurship; Regional Development; Entrepreneurial Education; Systematic Literature Review; Research Schedule

**Abstracta**

La cultura impulsa la ruptura de barreras sociales, financieras e ideológicas, basadas en expresiones artísticas o creativas, a través de la promoción de creencias y valores. Salvaguardar y mantener la historia local y agregar valor a sus potencialidades son cruciales y deben colocarse en el centro de los debates en los territorios, asociados al universo del desarrollo local y regional. Esta conexión puede mitigar problemas económicos y sociales, activando la pertenencia comunitaria y dando visibilidad a los hacedores de cultura. El presente estudio tiene como objetivo investigar las contribuciones de las microempresas en el campo de la cultura al desarrollo regional. Estos emprendimientos pueden ayudar en el equilibrio económico local, potenciar los recursos culturales existentes, ofrecer acceso a contenidos educativos para la comunidad, entre otros. Se realizó una revisión sistemática dividida en dos etapas, primero en la conformación del portafolio bibliográfico y en los resultados extraídos del procedimiento, y luego se intentó analizar la conexión entre desarrollo regional y cultura. Se utilizaron tres bases de datos indexadas, Web of Science, Scielo y Scopus. Se notó que el vínculo entre desarrollo regional y cultura es poco discutido en las

revistas de mayor relevancia para el debate en el mundo, ya que la cultura siempre se ha observado como un tema fuera de la agenda 2030 de la ONU.

Palabras clave: Empreendimiento Cultural; Desarrollo Regional; Educación Empresarial; Revisión Sistemática la Literatura; Calendario de Investigación

## 1. Introdução

No atual contexto social e econômico, o empreendedorismo é compreendido como um instrumento dinâmico e social (PARTHYMOS; DASKALOPOULOU, 2020). A ser desenvolvido para identificação de oportunidades de inovação e geração de renda (PAGANO, PETRUCCI, BOCCONCELLI, 2018; FRITSCH, WYRWICH, 2018).

Na área cultural, o empreendedorismo deve contribuir à promoção do desenvolvimento periférico de regiões e de seus atores sociais (RATTEN; FERREIRA, 2017). Sendo necessária a elaboração de políticas públicas que ofertem bases estruturadas e de planejamento para aproveitamento dos potenciais culturais (QIAN; LIU, 2018). Prover a capacidade de um local e aumentar a qualidade e viabilidade dos serviços e bens culturais, contribuem na atratividade de uma área, trazendo visibilidade e pertencimento para o território, atraindo visitantes e investimentos (LOUNSBURY et al., 2019).

Os microempreendedores culturais podem contribuir para o desenvolvimento territorial de diversas maneiras, a partir da geração de novas ideias, rotinas, produtos e serviços (CARVALHO; CUTRIM; COSTA, 2017). Tendo como características naturais a pluralidade e diversidade, que promovam principalmente o lado artístico e criativo dos talentos periféricos (CANESTRINO et al., 2020).

Nesse aspecto, é preciso ampliar a viabilidade regional cultural por meio dos empreendimentos culturais, potencializando ativos e recursos locais, para entregar produtos que tenham uma carga cultural “endêmica”, que os torna produtos difíceis de serem copiados e com alta densidade histórica, social e cultural (TEIXEIRA; FERREIRA, 2018). Esse processo de mudança está alicerçado no desenvolvimento endógeno, em conjunto com a quadrupla hélice, que adiciona a Cultura, no tripé, Estado-Universidade-Sociedade Civil (OECD, 2018). Essa união de expertises,

potencializa as qualidades do território com as oportunidades externas para geração de bem-estar social e econômico da região (LIMA et al., 2021).

O objetivo do presente estudo é investigar as contribuições de microempreendimentos do setor cultural para o desenvolvimento regional. O que estes empreendimentos podem possibilitar de alternativas para o crescimento social e econômicos das regiões, a partir de estratégias de desenvolvimento local que unam o desenvolvimento regional, cultura com a educação empreendedora. A cultura pode e deve ser usada como um motor auxiliar para o desenvolvimento regional e sustentável de uma localidade, principalmente pela forte conexão com os valores, crenças e sua capacidade de gerar renda e evitar problemas econômicos externos. Visto que, governos locais que investem em uma educação empreendedora para seus atores sociais, ajudam a desenvolver os talentos que surgem em efervescência nas comunidades. Para tanto, uma revisão sistemática de literatura foi realizada.

Além desta introdução, o capítulo 2 apresenta o referencial teórico com ênfase para o empreendedorismo cultural e cultura e desenvolvimento regional. O capítulo 3 apresenta a metodologia da pesquisa e o capítulo 4, apresenta os resultados da revisão sistemática de literatura realizada. O capítulo 5, a análise. O capítulo 6 as considerações finais.

## 2. Referencial teórico

### 2.1. Empreendedorismo cultural

O empreendedorismo cultural é entendido como um motor auxiliar para o desenvolvimento sustentável da agenda 2030 da ONU, sendo os principais motores, o econômico, social e o sustentável (SARKAR, 2020). A empreendedorismo cultural está mais relacionada ao nível regional e periférico, afetando a organização, comportamento e desempenho das atividades locais e seus respectivos potenciais culturais e históricos (STUETZER et al., 2018). Porém, esse fenômeno também pode ser ofertado no âmbito nacional (RATTEN; FERREIRA, 2017).

O empreendedorismo cultural é alimentado e transformado em produtos ou serviços, a partir de valores pessoais e culturais do empreendedor, como suas tradições, localização, crenças, sotaque, línguas; e tem ajudado microempreendimentos locais na

elaboração de produtos e projetos (CANESTRINO et al., 2020). O setor cultural fornece ideias importantes sobre o papel e as particularidades das comunidades que compartilham suas histórias, paixões e interesses em comum para inovar em processos empresariais (CANESTRINO et al., 2020).

O microempreendedorismo cultural geralmente é caracterizado pela escassez de recursos financeiros e organizacionais (RATTEN, 2020). Contudo, a forte atitude dos empreendedores contribui para a manutenção desses empreendimentos (PAGANO; PETRUCCI; BOCCONCELLI, 2018). Aumentado de acordo com as intenções locais, oriundos de planejamento governamental, principalmente realizado por Estados e Munícipios (FRITSCH; WYRWICH, 2018).

A parceria Estado-Universidade-Empresa, a tripla hélice do desenvolvimento regional, é um modelo no qual o governo tem a responsabilidade de desenvolver políticas públicas para fomentar e financiar projetos em prol da promoção dos atores sociais (MINEIRO; CASTRO, 2020). A universidade atua na evolução e desdobramento do conhecimento, a empresa detém a aplicação prática desta tripartite e no aproveitamento destes recursos ofertados pelos outros dois entes envolvidos (IERAPETRITIS, 2018).

A cultura está inserida na quadrupla hélice do desenvolvimento regional, a partir de formas de educação empreendedora que promovam o desenvolvimento das empresas e dos atores sociais envolvidos. Sistemas alicerçados na quarta hélice podem ser facilitadores na mitigação de problemas e ajudam no alcance de finalidades estratégicas de um território (LOUNSBURY et al., 2019).

O sucesso de microempreendimentos do ramo da cultura, enriquece o aproveitamento dos potenciais culturais das regiões, ofertando visibilidade ao patrimônio histórico local, além da geração de renda para o território, pois atrai a atenção de visitantes e possíveis parcerias ou investimentos (RATTEN; FERREIRA, 2017). As atuais abordagens sobre a cultura, no desenvolvimento local, evidenciam o seu papel na promoção do significado do pertencimento e do comportamento dos atores sociais, pois quando mais pessoas da comunidade estão envolvidas nestes processos, mais oportunidades são geradas no território (CAPELLERAS et al., 2019).

Os governos locais, começaram a entender a importância em incorporar as artes, criatividade e patrimônios culturais, em seus sistemas de educação empreendedora, por conta do alto índice de inovação do setor cultural e seu custo baixo para implementação (OECD, 2018). Os microempreendedores sabem criar alternativas criativas por meio dos recursos culturais existentes e talentos artísticos e criativos que podem fornecer um sistema de inovação local (TEIXEIRA; FERREIRA, 2018). Destaca-se a importância destes empreendimentos e como podem ser catalizadores de investimento e bem-estar social para o território, pois tem conexão direta com o local, captando novos arranjos e oportunidades (CAPELLERAS et al., 2019).

A força de trabalho e as condições locais para o empreendedorismo são fatores cruciais para o surgimento de negócios inovadores no setor, e no consequente desenvolvimento regional e humano (FRITSCH; WYRWICH, 2018). Comunidades que entendem a importância de aglutinar questões culturais únicas em conjunto com valores empresariais, como a motivação, independência e autonomia, têm mais chances de sobreviver a intemperes externos e obter lucro com seu trabalho (STUETZER et al., 2018).

A capacidade local de geração de ativos culturais é dificilmente copiada (STUETZER et al., 2018). Tradições e costumes são geralmente específicos e bem trabalhados, podem aumentar a qualidade dos serviços e a geração de pertencimento por parte dos microempreendimentos e na composição que estes atores podem agregar de valor, utilizando a herança cultural (IERAPETRITIS, 2018).

Pela perspectiva social, os microempreendimentos ajudam na criação do pertencimento que os moradores têm de sua localidade, gerando envolvimento da comunidade e a manutenção da sua história, a partir dos produtos e serviços criados (PAPAZOGLOU, 2019). Os trabalhadores da cultura com o desenvolvimento endógeno começam a ter melhores alternativas para permanecer em suas regiões (LOUNSBURY et al., 2019). Vivendo e ativando a economia, na criação de negócios locais, que resistam mais fortemente aos intemperes externos e a parte negativa da globalização (BACULAKOVA; GRESS, 2021).

O empreendedorismo cultural, por intermédio dos microeempredimentos do ramo da cultura, é fonte capacitadora, tecnológica e de criação de novos

empreendimentos, que ofertam a criatividade como diferencial (BACULAKOVA; GRESS, 2021). Os empreendedores da cultura têm o papel de construir narrativas e identidades que atraiam a atenção do consumidor, proporcionando entretenimento e conhecimento local (LOUNSBURY et al., 2019).

## 2.2. Cultura e desenvolvimento Regional

O desenvolvimento regional é um movimento que aglutina diversos conhecimentos em prol do crescimento de um determinado local (SANTOS et al., 2012; CORRÊA, SILVEIRA, KIST, 2019). Ele traça as estratégias descentralizadas que desenvolvam e aperfeiçoem práticas locais, potencializando ativos e recursos da região, por intermédio da elaboração de políticas públicas que capacitem os atores sociais locais (CORRÊA; SILVEIRA; KIST, 2019).

A temática tem gerado interesse crescente acadêmico e político, influenciados pelas mudanças globais da economia, sustentabilidade, e questões sociais (JOKOLA, 2018; JANCOVICH, HANSEN, 2018). Um dos maiores desafios do desenvolvimento regional é a elaboração de políticas que sejam pertinentes culturalmente àquele território (TRINDADE, 2022). Não se pode falar em inovação cultural de forma simplista e nacional, cada localidade detém tradições únicas (SVARC; LAZNJAK; DABIC, 2019). A política cultural está em um momento de transição, com a descentralização de investimento, de locais urbanos para comunidades periféricas ou regionais, a partir de financiamento, majoritariamente públicos, ofertados por Estados e Municípios (CUNNINGHAM et al., 2021)

A potencialização de ativos e recursos culturais através de empreendimentos do setor criativo, é uma ferramenta que rompe barreiras sociais e econômicas, ajudando a desenvolver o território (TUBADJI; NIJKAMP, 2019). Contribui também em ofertar momentos de descontração, conhecimento e pertencimento da comunidade envolvida (OECD, 2018). Pois com poucos recursos, consegue atrair e ensinar uma quantidade significativa de pessoas (QIAN; LIU, 2018).

Cabe realçar que a cultura é um ramo com baixo custo de implementação, comparado a qualquer outro setor, sendo o que mais cresce no mundo (UNCTAD 2018). Transformar esse ativo em formas rentáveis é o grande desafio (GAMA, 2020).

Compete aos agentes públicos e da sociedade civil, arquitetar movimentos de fortalecimento da localidade, fomentando o empreendedorismo e o comércio local (BUJDOSO; BENKO; PATKOS, 2021). É necessário que os potenciais culturais da região, sejam pensados para suprir carências do mercado, interligando a arte aos possíveis consumidores do produto, trazendo uma carga histórica regional, que irá ajudar os microempreendimentos a sobreviver e trazer prosperidade para o território (BORSEKOVA et al., 2021).

O setor de artes e cultura, está concentrado em sua grande parte em áreas metropolitanas (ALMEIDA; LIMA; GATTO, 2019). Não apenas por questões de incentivos econômicos, mas também pela densidade populacional destes lugares, pois existem altas demandas de consumo de empreendimentos culturais nos grandes centros (PAGANO; PETRUCCI; BOCCONCELLI, 2018).

Uma das bases para o crescimento de um território, através de políticas públicas de desenvolvimento regional, é o fomento público, direto ou indireto, entre algumas destas ações, destaca-se, editais e leis de incentivo à cultura (JELINCIC, 2021). O desafio destas ideias serem colocadas em prática é a promoção da oferta e a demanda na economia local, entendendo quem produz, e quem consome o serviço, porém, provendo alternativas que abarquem os desiguais e os atores sociais periféricos (EVANS, 2016).

Existem evidências que o empreendedorismo cultural afeta indicadores relacionados ao crescimento econômico, principalmente pelo seu relevante nível criativo (ROHL, 2018). No Brasil, a Firjan e o IBGE, a partir do SIIC, medem o potencial da economia criativa no país. Dados de 2020 mostram o ramo da cultura responde por 58% do total de pessoal ocupadas (diga-se, força de trabalho) e 267% do PIB brasileiro (GOES et al, 2020).

A partir da quadrupla hélice, que incorpora a cultura para o desenvolvimento regional, sistemas devem ser pensados, a partir das vantagens e contribuições que o território pode proporcionar para investir em capacitação para os microempreendimentos (BECERRA; BRAVO, 2009). O desenvolvimento regional, cultura e a educação empreendedora têm o potencial de transformar trajetórias e trazer equilíbrio para o território ou lugares periféricos (CAMPOS; DAVEL, 2018).

## 3. Metodologia

No cômputo da formação do portfólio bibliográfico, o presente estudo tem o objetivo de investigar as contribuições de microempreendimentos do setor cultural para o desenvolvimento regional. Buscando identificar os fatores de vantagens e contribuições destas práticas culturais. Para tanto, o procedimento metodológico foi uma revisão de literatura nas bases Scielo, Scopus e Web of Science.

A Tabela 1, ilustra o protocolo metodológico que foi realizado para a obtenção dos resultados, com as etapas para a execução e formação do portfólio bibliográfico para a análise. Os termos e as consultas usadas para a extração dos artigos são apresentados na tabela abaixo.

Tabela 1 – Protocolo de Revisão Sistemática de Literatura

| | |
|---|---|
| Objetivo | - Investigar contribuições de microempreendimentos do setor cultural para o desenvolvimento regional. |
| Bases | - Scielo, Scopus, e Web of Science |
| Idioma | - Inglês e português |
| Limite de tempo | - Artigos publicados no período 2001-2021. |
| Strings de busca | - [<cultural entrepreneurship> OR <cultural entrepreneur> OR <Entrepreneurial culture> AND <Regional development> OR <regional growth> OR <local development>]<br><br>- [<empreendedorismo cultural> OR <empreendedor cultural> OR <Cultura empreendedora> AND <Desenvolvimento regional> OR <crescimento regional> OR <desenvolvimento local>] |
| Critérios de inclusão | - i. Artigos revisados por pares;<br>- ii. Artigos que descrevam uma ou mais contribuições dos microempreendedores do ramo cultural no desenvolvimento periférico regional |
| Filtros | - Filtro 1: leitura do título, resumo, e das palavras-chave<br>- Filtro 2: exclusão de artigos repetidos<br>- Filtro 3: leitura do artigo |

Fonte: dados da pesquisa

A extração final retornou 102 artigos, pois utilizou palavras-chaves de busca fechadas para o tema. Nas buscas iniciais notou-se que as palavras-chaves, principalmente compostas, retornavam artigos que eram utilizados para outras áreas de atuação e para outros objetivos. A partir deste entendimento, foram delimitadas e

especificadas palavras-chaves existentes nos artigos lidos nas primeiras buscas, incorporando mesmas palavras-chaves no idioma português.

Os critérios de inclusão foram dois: (i) artigos revisados por pares, (ii), Artigos que descrevam uma ou mais contribuições dos microempreendimentos do ramo cultural no desenvolvimento periférico regional. Excluindo no início, artigos em congressos, de livros e artigos que não tenham sido avaliados por pares.

Os filtros do procedimento, foram realizados em três etapas. A primeira na leitura dos tópicos (título, resumo e das palavras-chaves). Filtro dois, exclusão de artigos repetidos entre as três bases analisadas (SCIELO, SCOPUS e WEB OF SCIENCE) e o filtro final de análise, a leitura do artigo.

A tabela 2 mostra os resultados do procedimento de revisão sistemática de literatura.

Tabela 2 – Resultados da Revisão Sistemática de Literatura

| Base | Busca | Resultados | Filtro 1 | Filtro 2 | Artigos Analisados | Filtro 3 (Selecionados) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Scopus | *Abstract, Title, Keywords* | 41 | 24 | 15 | 9 | 7 |
| Scielo | *Abstract, Title, Keywords* | 30 | 16 | 1 | 15 | 11 |
| Web of Science | Tópicos | 31 | 17 | 8 | 15 | 8 |
| TOTAL: | - | 102 | 57 | | | 26 |

Fonte: dados da pesquisa

A Scopus e Web of Science tiveram 9 artigos repetidos, e a Scielo continha apenas um artigo repetido na pesquisa relacionada as duas bases anteriores. Por este motivo, que a Scielo foi integrada na obtenção de resultados deste trabalho. O periódico Scielo, é indexado a Web of Science. No entanto, é responsável por receber artigos e revistas de países do continente americano, como o Brasil.

Ao final das inclusões e filtros propostos neste trabalho, foram colocados para a análise dos resultados, 26 artigos. A análise dos dados selecionados foi realizada através do software de gestão de referências Rstudio, na plataforma Bibliometrix. As bases Scopus e Web of Science foram integralizadas, e a Scielo foi analisada de forma separada.

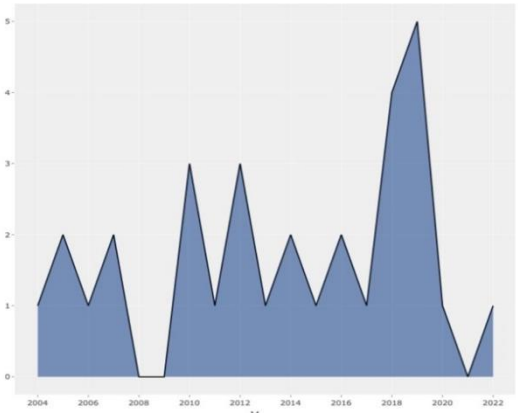
## 4. Resultados

O portfólio bibliográfico foi o material utilizado para sustentar os autores na análise do desenvolvimento da temática proposta neste artigo. A pesquisa dividiu estes resultados em dois: o primeiro foi analisado os achados das bases Web of Science e Scopus de forma integralizada. Estas bases detinham inúmeros artigos repetidos e tinham artigos espalhados de forma mais homogênea pelo mundo. A segunda análise, foi feita apenas com a base Scielo, pois os artigos selecionados, havia apenas uma pesquisa repetida e as publicações eram concentradas no continente americano.

A Scielo foi integrada nesta pesquisa, pois os autores precisavam de mais dados referentes ao país cede do estudo. Colaborou para entender melhor as contribuições de microempreendimentos do ramo da cultura no desenvolvimento regional.

Na figura 1, é apresentado a quantidade de artigos publicados ao longo dos anos. Entre os anos de 2017 e 2019, expões um crescimento expressivo nos números, retomando este crescimento a partir de 2021 para 2022. O ano de 2020, ocorreu uma diminuição das publicações sobre o tema proposto. Podendo ter sido afetado pela pandemia da Covid 19.

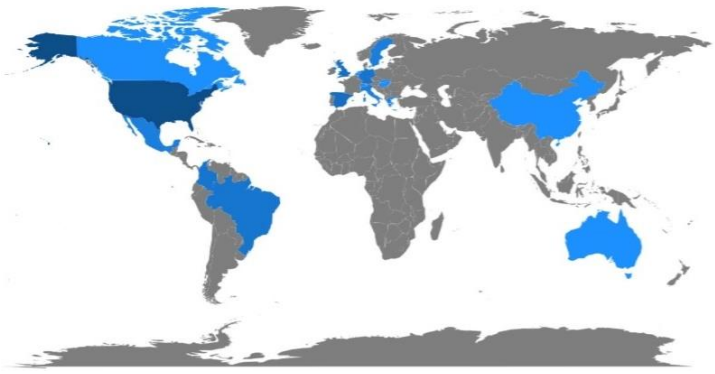
Gráfico 1 – Crescimento de artigos (Web of Science e Scopus)




Fonte: Biblioshiny for Bibliometrix (2022)

A figura acima, evidencia que os artigos estão espalhados por quase todos os continentes, exceto pelo continente Africano, que não detém publicações com os protocolos e refinamento e exclusão efetivados nesta pesquisa.

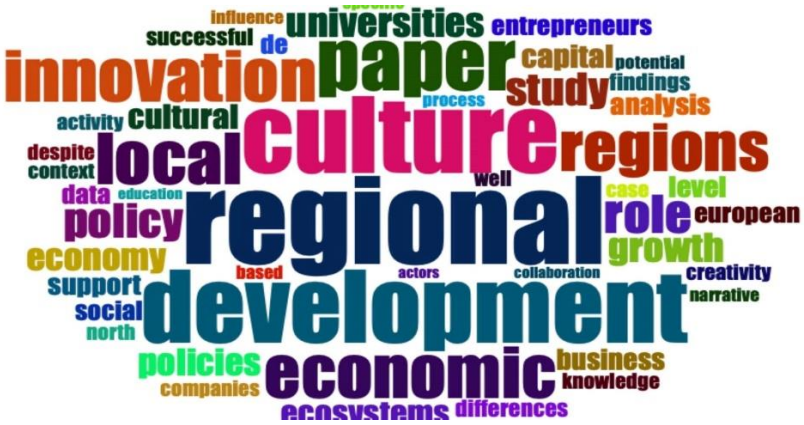
Figura 1: Publicações pelo mundo (Web of Science e Scopus)



Fonte: Biblioshiny for Bibliometrix (2022)

Na figura 2, observa-se a nuvem de palavras, elaborada através dos resumos dos artigos analisados. As palavras mais mencionadas entre os autores são “regional” com 46, “cultura” com 40 menções e “desenvolvimento” com 38 referências.

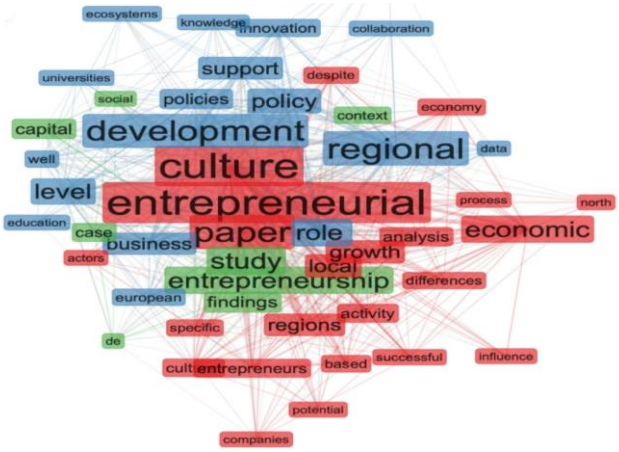
Figura 2: Nuvem de palavras (Web of Science e Scopus)




Fonte: Biblioshiny for Bibliometrix (2022)

A figura 3 mostra três clusters principais: vermelho, azul e verde. Gerado com o apoio do software Rstudio em conjunto com o site Bibliometrix.

Figura 3: Mapa de Co-ocorrência (Web of Sicence e Scopus)




Fonte: Biblioshiny for Bibliometrix (2022)

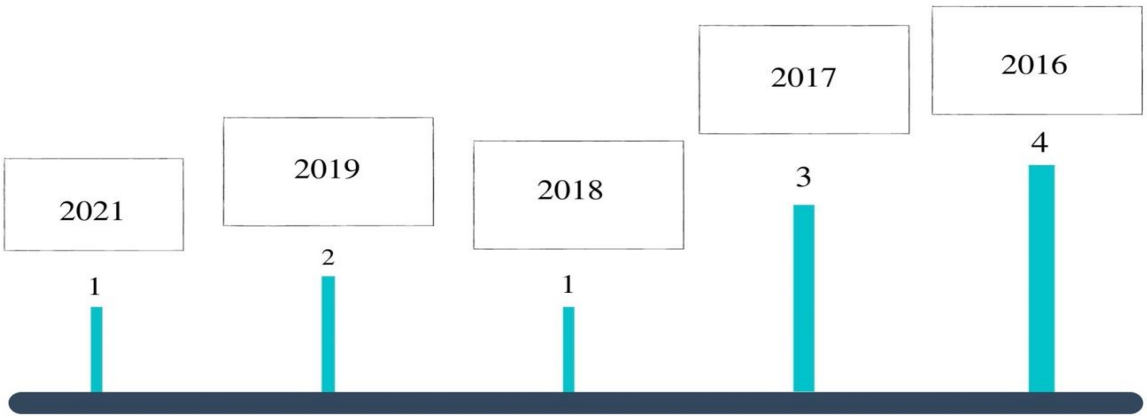
As conexões que estão no cluster vermelho, estão ligadas a cultura empreendedora, utilização de ferramentas culturais, baseadas nos ativos do local e aperfeiçoamento dos atores sociais, como os microempreendimentos do ramo da cultura.

O cluster azul, suas conexões estão relacionadas ao desenvolvimento regional, políticas de aprimoramento da localidade e suporte aos empreendedores. Por intermédio de inovação e ecossistemas que auxiliem os microempreendedores a evoluir em seus negócios.

As conexões em verde, estão ligadas ao estudo dos empreendimentos por meio do desenvolvimento regional da localidade e uma educação empreendedora por meio do ensino que pode ser ofertado por universidades, pesquisadores e empresas. O objetivo de auxiliar os microempreendimentos, na promoção de manter e criar negócios mais rentáveis. E ativar os potenciais do território, como é a cultura.

O gráfico 2, representa o portfólio bibliográfico da base Scielo, mostrando o declínio de publicações de 2016 até 2021. Os últimos anos podem ter sido afetados por conta das políticas públicas em cultura que foram ofertadas nos últimos anos, principalmente no Brasil. Pois o periódico detém inúmeras revistas brasileiras.

Gráfico 2 – Crescimento de artigos (SCIELO)

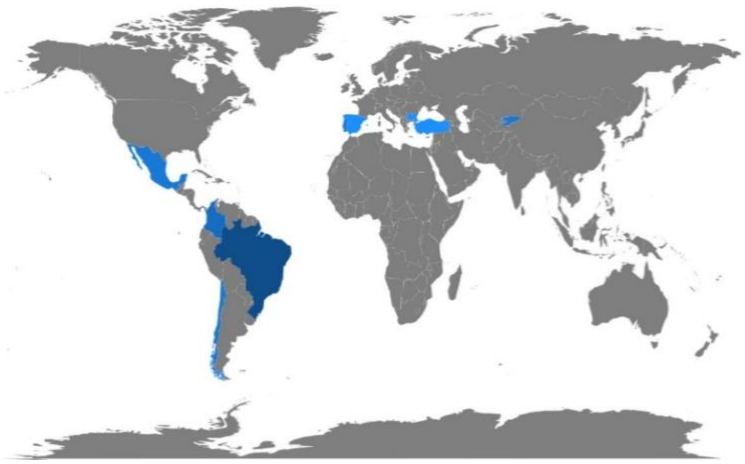



Fonte: Biblioshiny for Bibliometrix (2022)

No Brasil, as políticas públicas de incentivo à cultura foram afetadas, por conta de decisões governamentais neste período. Pode empiricamente analisar, que o baixo número de publicações nos últimos anos tem ligação direta com as ações tomadas pelo então governo brasileiro.

A figura 4 apresenta os artigos publicados pelo mundo pelo Scielo.

Figura 4: artigos publicados (Scielo)



Fonte: Biblioshiny for Bibliometrix (2022)

Na figura acima, apresenta os locais onde a Scielo tem mais aderência neste tema proposto. Algumas publicações na Europa, porém, com maior densidade de publicações no continente americano, principalmente no Brasil com 7 artigos, seguido por África do Sul, Portugal e Colômbia com uma pesquisa.

Figura 5: Publicações pelo mundo (Web of Science e Scopus)




Fonte: Biblioshiny for Bibliometrix (2022)

Figura 5: Publicações pelo mundo (Web of Science e Scopus)

Na figura 5, mostra-se a nuvem de palavras, elaborada através dos resumos dos artigos analisados na Scielo. As palavras mais mencionadas entre os autores são “local” com 34, “cultural” com 20 menções e “turismo” com 20 referências.

A figura 6, encontram-se 3 clusters principais da Scielo: vermelho, verde e rosa. Gerado com o apoio do software Rstudio em conjunto com o site Bibliometrix.

Figura 6 - Mapa de Co-ocorrência (Scielo)




Fonte: Biblioshiny for Bibliometrix (2022)

As correlações em verde tratam do desenvolvimento regional por intermédio dos microempreendimentos, através de ativos como a cultura e o turismo na localidade. O cluster vermelho, correlaciona o papel da educação empreendedora no aperfeiçoamento das empresas, trazendo variáveis e condições para o crescimento da localidade e da sua economia.

O cluster Rosa, discute sobre o treinamento dos empreendedores sobre uma ótica de cultura empreendedora, para promoção dos empreendimentos, com uma visão baseada na quadrupla hélice de desenvolvimento. Onde existe um modelo de parceria entre universidades, entes governamentais e empresas.

## 5. Análises

Nesta revisão sistemática, os resultados indicam que existem contribuições sobre o papel de empreendedores do ramo da cultura em auxiliar no desenvolvimento periférico regional de uma localidade. Atraindo a viabilidade econômica e empresarial a partir de práticas de tríplice e quadrupla hélice de desenvolvimento, por meio da educação empreendedora, que aprimora potenciais culturais locais. Ofertando visibilidade e pertencimento dos fazedores de cultura e de toda a comunidade envolvida, contribuindo para o bem-estar social e econômico.

O desenvolvimento regional tem como uma de suas premissas, agrupar relações sociais, potencializar ativos, aumentar a viabilidade e a promoção local (IERAPETRITIS, 2018), criando uma economia que sobreviva a fatores exógenos, como instabilidade política externa, ou políticas fiscais internas, que atraem conglomerados de empresas e indústrias para o território, mas que podem sair a qualquer momento, por conta da continuação ou não destes benefícios econômicos (ERIKSSON; RATAJ, 2019).

Por conta desta instabilidade que fatores exógenos ao território podem trazer, a cultura contribui para a estabilização econômica, porque ativa potencialidades locais, a partir de características sociais e históricas do território, que na maioria das vezes são intransferíveis e que podem gerar desenvolvimento e proteção aos intemperes externos (RAMOS; PAVA, 2018).

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a partir do seu Sistema de Informações e Indicadores Culturais (SIIC), traz indicadores sobre as várias formas que a cultura está inserida no desenvolvimento de uma região. Indicadores estes, como as regiões com mais influência no setor, a ocupação destes fazedores de cultura e como são divididos os gastos das famílias no consumo de produtos e serviços e os gastos da administração pública. Estas informações são cruciais para traçar metas e desenvolver o território a partir de uma educação empreendedora que reforce o olhar para os microempreendimentos do ramo da cultura (SIIC-IBGE, 2020).

Os estudos evidenciam que a cultura influência no processo de empreendedorismo e da inovação de projetos e produtos (SPIGEL, 2013). A cultura está inserida na quadrupla hélice do desenvolvimento regional (IERAPETRITIS, 2018), pois capacita e conecta cocriadores de inovação, neste caso, operadores da cultura (TREQUATTRINI, 2018). Essa interação entre Estado-Universidade-Sociedade Civil, fortalece o ecossistema regional e econômico de uma localidade, ajudando a mitigar problemas externos, e melhorando o fluxo econômico e social (CARVALHO; CUTRIM; COSTA, 2017).

O microempreendedor sociocultural fortalece o desenvolvimento regional (PARTHYMOS; DASKALOPOULOU, 2020), pois tem a função de transformar recursos em produtos e serviços de valor agregado (CANEVER et al., 2010). Dado que o modelo enfatiza o papel do capital social no empreendedorismo em uma localidade, ativando o espírito empreendedor e a vontade do fazedor de cultura de viver das características culturais da sua região (ROCHA; FREITAS, 2014).

Os microempreendimentos do ramo da cultura utilizam os potenciais culturais locais que se transformam em ativos valiosos na promoção de serviços ou produtos que tenham poder de oferta e demanda, como peças de teatro, expressões artísticas, curtas e longas metragens, galeria de fotos etc (JUCEVICIUS, 2016). O objetivo é enfatizar o papel social dos microempreendimentos na promoção das atividades locais, inseridos no empreendedorismo regional para ativação dos potenciais culturais (PARTHYMOS; DASKALOPOULOU, 2020). O capital social fortalecido pela quadrupla hélice, permite a confiança e cooperação entre os empreendedores, para o cumprimento de leis, regras sociais e engajamento em prol da comunidade (ERIKSSON; RATAJ, 2019).

Ao longo dos levantamentos da literatura analisados, constatou-se que a educação empreendedora é a ferramenta mais importante para estratégias de rápida especialização, permitindo que empresas interajam e descubram seus reais potenciais de negócios, proporcionando autonomia ao fazedor de cultura (SPIGEL, 2013; IERAPETRITIS, 2018). Contribuem para o desenvolvimento regional, produzindo e criando ativos culturais locais que protejam e resguardam patrimônios históricos e tradições (ROHL, 2018).

Por conta disso à autonomia é peça chave e impulsionador motivacional para estes empreendedores no ramo da cultura (ROHL, 2018). Fazedores de cultura precisam de liberdade para criar e desenvolver potencialidades culturais do território, assim, é crescente a ideia que questões artísticas e culturais, promovem a viabilidade local e podem ser vitais para o crescimento de economias regionais ou periféricas (GIBSON; KLOCKER, 2005).

Os empreendimentos através de uma educação empreendedora agregam valor ao território, pois incorporam atividades gerenciais na promoção da cultural regional (LINDH, 2016). Levando ao aumento e o autorreconhecimento do fazedor de cultura, em ser um empreendedor (CAMPOS; DAVEL, 2018). Muitos não se identificam como empresários, como provedores da economia local, como geradores de bem-estar social e criação e manutenção de empregos para a comunidade.

Os estudos enfatizaram a educação empreendedora em seus textos, pois fortalece a economia local, proporcionando a promoção de atitudes e ações dentro do território (STANKOVA; VASSENSKA, 2015). Expansão da criatividade para projetos culturais e de entretenimento (JESUS, 2017). Outro ponto debatido foi da valorização do capital social, por meio das manifestações artísticas, turísticas, culturais e do patrimônio histórico, ofertados pelos empreendimentos do ramo da cultura (CARVALHO; CUTRIM; COSTA, 2017).

Um importante ponto a destacar para os microempreendimentos do ramo da cultura, se faz no debate, em que estes, não tem conhecimento das ferramentas disponíveis utilizadas para financiar seus projetos (GÖLEÇ; MAKSUDUNOV, 2019). Por isso, formalizar e legalizar microempreendimentos do ramo da cultura é essencial,

não apenas para a promoção destes atores sociais, mas para o desenvolvimento periférico local (CARVALHO; CUTRIM; COSTA, 2017).

Embora os fazedores de cultura sejam uma modalidade de negócio que vise a identidade local e o conhecimento tradicional, é crucial nos dias de hoje acrescentar orientações empresariais para a manutenção seus empreendimentos (JESUS, 2017). Os microempreendimentos do ramo da cultura podem criar oportunidades que assegurem a dignidade e o respeito à cultura local, adaptando sua forma de negócio aos gostos do mercado (MARQUESAN, 2016).

## 6. Considerações finais

A pesquisa teve como propósito evidenciar as contribuições do empreendedorismo do ramo da cultura para o desenvolvimento regional, sobretudo nas periferias, onde predominam a informalidade e ausência significativa de políticas públicas neste setor, que carrega as características do lugar. Como os atores socioculturais podem transformar potenciais culturais em ativos valiosos e com vantagem e contribuições perante o mercado. O talento e as características artísticas destes empreendedores podem criar ecossistemas de inovação cultural, pois existe uma efervescente criatividade que pode e deve ser usada em prol do território.

Como resultados, em relação as contribuições dos microempreendimentos do ramo da cultura no desenvolvimento regional, constatou-se que implementar políticas de fomento a cultura, através das hélices de desenvolvimento regional, diga-se a, quadrupla hélice, a mais relacionada com o objetivo de pesquisa proposto. A conexão entre planejamento governamental e ativação dos potenciais culturais, trabalhados pelos microempreendimentos do ramo da cultura, são fatores importantes para o desenvolvimento regional de uma localidade.

As possibilidades de expansão de negócios com a parceria, Estado- Universidades- Sociedade civil. Expõe que microempreendimentos que recebem treinamento a partir de educação empreendedora, e são ofertados com alguma forma de fomento (sendo ele direto ou indireto, via leis de incentivo) estão mais próximos de alcançar estabilidade e sobrevivência do negócio. Iniciativas desta natureza qualificam o capital social existente e protegem o mercado local de inconstâncias externas. Além

disso, contribuem com a manutenção e proteção do patrimônio histórico, social e cultural.

Aliais, é importante ressaltar que os fazedores de cultura, na maioria das vezes, não se enxergam como empreendedores, como alguém que pode contribuir economicamente para a comunidade através de suas expressões artísticas e criativas. Existe um lado lúdico, na oferta de produtos e serviços, onde com razão, o trabalhador de cultura, pensa em alternativas de contar a história e a cultura local para sobreviver. Porém, é importante atualmente, aliar os produtos e serviços culturais, com um olhar empreendedor, a partir da economia criativa, gerando pertencimento aos atores sociais envolvidos e geração de estabilidade financeira aos microempreendimentos.

O artigo buscou por meio da metodologia de revisão sistemática de literatura, analisar a conexão entre desenvolvimento regional com a cultura. Foram utilizadas três bases indexadas, a Web of Science, Scielo e Scopus. Percebeu-se que este tema é pouco discutido em revistas de maior relevância para o debate no mundo.

A limitação do estudo consiste na falta de literaturas em periódicos de alta indexação que interligam o desenvolvimento regional com a cultura. A revisão sistemática é uma ferramenta limitante, havendo necessidade de complementar está técnica de pesquisa com outras, aprofundando o debate acadêmico para este tema.

Em pesquisas futuras, as ações propostas por este artigo, são de relacionar os microempreendimentos do ramo da cultura ao desenvolvimento regional e periférico das regiões, e quais medidas e atitudes devem ser tomadas para a sobrevivência e expansão destes empreendimentos. Estudos que identifiquem os efeitos e impactos potencializadores da cultura em regiões periféricas ou em localidades afastadas dos centros urbanos, onde se constatou, que recebem um investimento menor em relação aos incentivos governamentais. Traçar metas a partir de indicadores que evidenciem o valor agregado que os microempreendimentos do ramo da cultura podem proporcionar ao território onde estão inseridos. Resguardando o patrimônio histórico, social e cultural, por intermédio de uma educação empreendedora, que oferte produtos e serviços com um alto valor cultural, que transmita pertencimento ao fazedor de cultura e para toda a comunidade local.

A cultura é fonte de renda, mas também de romper barreiras sociais, sem distinção de pessoas por cor da pele, ou classe social. A cultura não coloca regras ou limites, mas oferta conhecimento e entretenimento para a população. Os microempreendedores da cultura têm a função de transformar recursos e ativos em produtos e serviços com vantagem e contribuições, que visem trazer pertencimento e visibilidade para o território.

## REFERÊNCIAS


ALMEIDA, Carla Cristina Rosa de; LIMA, João Policarpo Rodrigues; GATTO, Maria Fernanda Freire. Expenditure on cultural events: preferences or opportunities? An analysis of Brazilian consumer data. **Journal of Cultural Economics**, v. 44, n. 3, p. 451-480, 2020.

BACULÁKOVÁ, Kristína; GREŠŠ, Martin. Spatial Distribution Model for Targeting the Support for Cultural Institutions' Development: A Case Study of Slovakia. **Museology & Cultural Heritage/Muzeologia a Kulturne Dedicstvo**, v. 9, n. 3, 2021.

BECERRA, Alfredo Tolón; BRAVO, Xavier Lastra. Planificación en los espacios rurales españoles: Aplicación del modelo neo-endógeno para un desarrollo sostenible en las comarcas de metodología LEADER/Planning in spanish rural areas: Neo-endogenous model application for a sustainable development in LEADER methodology" comarcas". **Observatorio medioambiental**, v. 12, p. 49, 2009.

BORSEKOVÁ, Kamila et al. The nexus between creative actors and regional development. **Land**, v. 10, n. 3, p. 276, 2021.

BUJDOSÓ, Zoltán; BENKŐ, Béla; PATKÓS, Csaba. The role of art colonies in local development through the example of Cered Art Colony. **Ecocycles**, v. 7, n. 1, p. 14-18, 2021.

CAMPOS, Israel Marques; DAVEL, Eduardo. Empreendedorismo cultural, aprendizagem e identidade territorial: o desbravamento de jovens músicos do nordeste de Amaralina. **Administração Pública e Gestão Social**, v. 10, n. 1, p. 66-73, 2018.

CANESTRINO, Rossella et al. Understanding social entrepreneurship: A cultural perspective in business research. **Journal of Business Research**, v. 110, p. 132-143, 2020.

CANEVER, Mario Duarte et al. Entrepreneurship in the Rio Grande do Sul, Brazil: the determinants and consequences for the municipal development. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 48, p. 85-108, 2010.

CAPELLERAS, Joan-Lluís et al. Entrepreneurs' human capital and growth aspirations: The moderating role of regional entrepreneurial culture. **Small Business Economics**, v. 52, n. 1, p. 3-25, 2019.

CARVALHO, Conceição de Maria Belfort de; CUTRIM, Kláutenys Dellene Guedes; COSTA, Sarany Rodrigues da. Empreendedorismo cultural e turismo: perspectivas para desenvolvimento das indústrias criativas no bairro da Madre Deus, São Luís (Maranhão, Brasil). **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas**, v. 12, p. 629-646, 2017.

CORRÊA, José Carlos Severo; SILVEIRA, Rogério Leandro Lima; KIST, Rosane Bernardete Brochier. Sobre o conceito de desenvolvimento regional: notas para debate. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 15, n. 7, 2019.

CUNNINGHAM, Stuart et al. 'Demand'for culture and 'allied'industries: policy insights from multi-site creative economy research. **International Journal of Cultural Policy**, v. 27, n. 6, p. 768-781, 2021.

DA COSTA MINEIRO, Andréa Aparecida; DE CASTRO, Cleber Carvalho. A Hélice Quádrupla e sua relação com a visão de futuro dos Parques Científicos e Tecnológicos consolidados no Brasil. **Revista de Administração, Sociedade e Inovação**, v. 6, n. 2, p. 71-89, 2020.

ERIKSSON, Rikard; RATAJ, Marcin. The geography of starts-ups in Sweden. The role of human capital, social capital and agglomeration. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 31, n. 9-10, p. 735-754, 2019.

FERREIRA, Rodrigo Nunes. A DEFINIÇÃO DE INDICADORES DE CULTURA NO CONTEXTO DO MONITORAMENTO LOCAL DA AGENDA ODS: DESAFIOS E PERSPECTIVAS A PARTIR DA EXPERIÊNCIA DE BELO HORIZONTE-MG. **Diversidade, sustentabilidade e políticas**, p. 73.

FRITSCH, Michael; WYRWICH, Michael. Regional knowledge, entrepreneurial culture, and innovative start-ups over time and space—an empirical investigation. **Small Business Economics**, v. 51, n. 2, p. 337-353, 2018.

GAMA, Manuel. **Cultura e Desenvolvimento: Projetos culturais e a Agenda 2030**. Working report, 2020.

GIBSON, Chris; KLOCKER, Natascha. The 'cultural turn'in Australian regional economic development discourse: neoliberalising creativity?. **Geographical Research**, v. 43, n. 1, p. 93-102, 2005.

GÓES, Geraldo Sandoval et al. O setor cultural na pandemia: o teletrabalho e a Lei Aldir Blanc. **Carta Conjunt.(Inst. Pesqui. Econ. Apl.)**, p. 1-7, 2020.

GÖLEÇ, Adem; MAKSUDUNOV, Azamat. A fuzzy methodology for local entrepreneurial culture evaluation: evidence from post-soviet Kyrgyzstan. **South African Journal of Industrial Engineering**, v. 30, n. 1, p. 110-123, 2019.

IERAPETRITIS, Dimitrios G. Discussing the role of universities in fostering regional entrepreneurial ecosystems. **Economies**, v. 7, n. 4, p. 119, 2019.

JAKOLA, Fredriika. Local responses to state-led municipal reform in the Finnish-Swedish border region: conflicting development discourses, culture and institutions. **Fennia-International Journal of Geography**, v. 196, n. 2, p. 137-153, 2018.

JANCOVICH, Leila; HANSEN, Louise Ejgod. Rethinking participation in the Aarhus as European Capital of Culture 2017 project. **Cultural Trends**, v. 27, n. 3, p. 173-186, 2018.

JELINČIĆ, Daniela Angelina. Indicators for cultural and creative industries' impact assessment on cultural heritage and tourism. **Sustainability**, v. 13, n. 14, p. 7732, 2021.

JESUS, Diego Santos Vieira de. A arte do encontro: a paradiplomacia e a internacionalização das cidades criativas. **Revista de Sociologia e Política**, v. 25, p. 51-76, 2017.

JUCEVICIUS, Giedrius et al. The emerging innovation ecosystems and" valley of death": Towards the combination of entrepreneurial and institutional approaches. **Engineering Economics**, v. 27, n. 4, p. 430-438, 2016.

LINDH, Ida; THORGREN, Sara. Entrepreneurship education: the role of local business. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 28, n. 5-6, p. 313-336, 2016.

LOUNSBURY, Michael et al. Culture, innovation and entrepreneurship. **Innovation**, v. 21, n. 1, p. 1-12, 2019.

MELO TORRES, Ligia Inés; MELO TORRES, María Mercedes; FONSECA PINTO, Dora Esther. The Associativity: a local development strategy for Ocamonte (APCO) coffee growers in Santander, Colombia. **Acta Agronómica**, v. 66, n. 4, p. 538-543, 2017.

OECD; MUSEUMSRAT, Internationaler. **Culture and Local Development: Maximising the Impact: a Guide for Local Governments, Communities and Museums**. OECD, ICOM, 2018.

OUTLOOK, Creative Economy; PROFILES, Country. Trends in international trade in creative industries. **United Nations publication. UNCTAD**, 2018.

PAGANO, Alessandro; PETRUCCI, Francesco; BOCCONCELLI, Roberta. A business network perspective on unconventional entrepreneurship: A case from the cultural sector. **Journal of Business Research**, v. 92, p. 455-464, 2018.

PAPAZOGLOU, Grammatiki. Society and culture: Cultural policies driven by local authorities as A factor in local development—the example of the municipality of Xanthi-Greece. **Heritage**, v. 2, n. 3, p. 161, 2019.

PARTHYMOS, Alexandros; DASKALOPOULOU, Irene. Entrepreneurship and social capital: some evidence on micro-spatial interactions. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**, p. 1-22, 2020.

QIAN, Haifeng; LIU, Shiqin. Cultural entrepreneurship in US cities. **Journal of Urban Affairs**, v. 40, n. 8, p. 1043-1065, 2018.

RAMOS, Johnker Augusto Santamaria; PAVA, Milagro Elena Barraza. Craftsmanship and champeta: cultural industries and local development in the municipalities of Clemencia and María la Baja in the department of Bolívar. **Cuadernos de Administración**, v. 34, n. 60, p. 63-80, 2018.

RATTEN, Vanessa. Coronavirus (Covid-19) and entrepreneurship: cultural, lifestyle and societal changes. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, 2020.

RATTEN, Vanessa; FERREIRA, João J. Future research directions for cultural entrepreneurship and regional development. **International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management**, v. 21, n. 3, p. 163-169, 2017.

ROCHA, Estevão Lima de Carvalho; FREITAS, Ana Augusta Ferreira. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **Revista de Administração contemporânea**, v. 18, p. 465-486, 2014.

RODRIGUES, Luiz Augusto F.; CORREIA, Marcelo Silveira. Cultura e processos de gestão em tempo de pandemia-quantificações emergenciais. **Políticas Culturais em Revista**, v. 14, n. 1, p. 109-132, 2021.

RÖHL, Klaus-Heiner. Entrepreneurship: a comparative study of the interplay of culture and personality from a regional perspective. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**, v. 31, n. 2, p. 119-139, 2019.

SANTOS, Elinaldo Leal et al. Desenvolvimento: um conceito em construção. **DRd-Desenvolvimento Regional em debate**, v. 2, n. 1, p. 44-61, 2012.

SARKAR, Soumodip. Grassroots entrepreneurs and social change at the bottom of the pyramid: the role of bricolage. In: **Social Entrepreneurship and Bricolage**. Routledge, 2020. p. 160-188.

SCHILLING MARQUESAN, Fabio Freitas; DANTAS DE FIGUEIREDO, Marina. The power of managerialism in the organization of the local craft. **Investigación y Desarrollo**, v. 24, n. 2, p. 267-284, 2016.

SILVA, Frederico Augusto Barbosa da Coordenador; ARAÚJO, Herton Ellery Coordenador. Indicador de desenvolvimento da economia da cultura. 2010.

Sistema de informações e Indicadores Culturais | IBGE. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/cultura-recreacao-e-esporte/9388-indicadores-culturais.html?=&t=resultados. Acesso em: 4 dez.2022

SPIGEL, Ben. Bourdieuian approaches to the geography of entrepreneurial cultures. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 25, n. 9-10, p. 804-818, 2013.

STANKOVA, Mariya; VASSENSKA, Ivanka. Raising cultural awareness of local traditions through festival tourism. **Tourism & Management Studies**, v. 11, n. 1, p. 120-127, 2015.

STUETZER, Michael et al. Entrepreneurship culture, knowledge spillovers and the growth of regions. **Regional Studies**, v. 52, n. 5, p. 608-618, 2018.

ŠVARC, Jadranka; LAŽNJAK, Jasminka; DABIĆ, Marina. Regional innovation culture in innovation laggard: A case of Croatia. **Technology in Society**, v. 58, p. 101123, 2019.

TEIXEIRA, Sérgio J.; FERREIRA, João JM. Entrepreneurial artisan products as regional tourism competitiveness. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 2018.

TREQUATTRINI, Raffaele et al. The impact of entrepreneurial universities on regional growth: a local intellectual capital perspective. **Journal of the Knowledge Economy**, v. 9, n. 1, p. 199-211, 2018.

TRINDADE, Teresa Noll. A construção de políticas públicas para a cultura no Brasil. **Estudos Ibero-Americanos**, v. 48, n. 1, p. e41540-e41540, 2022.

TUBADJI, Annie; NIJKAMP, Peter. Cultural corridors: An analysis of persistence in impacts on local development—A neo-Weberian perspective on South-East Europe. **Journal of Economic Issues**, v. 52, n. 1, p. 173-204, 2018.

TUBADJI, Annie; NIJKAMP, Peter. Cultural impact on regional development: application of a PLS-PM model to Greece. **The Annals of Regional Science**, v. 54, n. 3, p. 687-720, 2015.

WYRWICH, Michael. Regional entrepreneurial heritage in a socialist and a postsocialist economy. **Economic Geography**, v. 88, n. 4, p. 423-445, 2012.

## CAPÍTULO 2

## Desafios dos microempreendimentos culturais

O artigo 1 analisou as contribuições dos microempreendimentos do ramo da cultura para o desenvolvimento regional. Observou-se que a cultura tem conexão importante com o desenvolvimento regional para implementar ações de políticas públicas para a estabilização econômica e social dos territórios, a partir da elaboração e criação de ativos que tragam as tradições, experiências vivenciadas pelos atores sociais.

A oferta de produtos ou serviços elaborados por microempreendedores culturais geram ativos valiosos (GOES et al., 2020), através dos potenciais culturais que existem no território, sendo estes de vários tipos, como arte, audiovisual, dança, expressões artísticas, etc. (TUBADJU; NIJKAMP, 2018).

No entanto, existem inúmeros desafios para estes empreendedores, como a falta de incentivo, a centralização de recursos, infraestrutura, questões ambientais, e ultimamente a pandemia que asfixiou estes empreendimentos nos últimos anos, como a covid-19 (RATTEN, 2020).

Outro problema consiste em transformar os potenciais culturais em recursos rentáveis para o território, através dos experimentos, experiências e ações empreendedoras que devem ser subsidiadas para os microempreendedores do setor da cultura (TEIXEIRA; FERREIRA, 2018). O empreendedorismo cultural pode ser um auxiliador para o desenvolvimento periférico, pois ajuda na estabilização econômica e social, além de ofertar serviços sócio-culturais para os moradores, trazendo representatividade e visibilidade para a região. Contudo, muito dos profissionais da cultura não se enxergam como microempreendedores (PAPAZOGLOU, 2019).

Os empreendimentos culturais periféricos, precisam estar antenados no funcionamento do mercado, principalmente pelas novas formas de interação e venda de serviços (PAGANO; PETRUCCI; BOCONCELLI, 2018). Estes desafios quando superados, a partir de incentivos disponibilizados pelos entes governaventais e pela sociedade civil, trazem oportunidades na criação de negócios e fortalecimento do patrimônio histórico e cultural, auxiliando na geração de empregos locais e pertencimento dos atores locais envolvidos (RATTEN; FERREIRA, 2017).

O principal valor deste estudo é promover estratégias para direcionar microempreendimentos culturais, a planejar ações a partir da compreensão dos

principais desafios encontrados neste cenário e ouvir relatos para a análise da pesquisa proposta, para no artigo 3, projeto um framework dos achados destes dois últimos artigos.

# DESAFIOS PRESENTES AOS MICROEMPREENDEDORES CULTURAIS

# CHALLENGES PRESENT TO CULTURAL MICRO-ENTREPRENEURS


## RESUMO

O planejamento de ações culturais se insere no contexto da abordagem da quadrupla hélice do desenvolvimento sustentável, sendo crucial para a manutenção e sobrevivência da população e de seus empreendimentos, principalmente pelas mudanças tecnológicas que o mercado e as profissões impõem na sociedade. Ao longo do último septênio, o ramo da cultura vem sofrendo com cortes de investimentos e fomentos por decisões de políticas públicas setoriais adotadas pelos governos. O presente estudo tem o objetivo de diagnosticar os desafios presentes para o desenvolvimento de microempreendimentos culturais em regiões periféricas no Rio de Janeiro. O procedimento metodológico executado foi um estudo de caso, para a coleta de dados foram realizadas entrevistas com uso da técnica *snowball* (Bola de neve) a empreendedores culturais, pesquisadores, gestores e pessoas da sociedade civil, além da observação direta por meio de visitas a empreendimentos e análise de relatórios públicos. Os resultados, constataram que trabalhadores da cultura, que estão descentralizados do território ou em áreas periféricas, são “invisíveis” ao olhar do Estado, na implementação de políticas de fomento à cultura.


**Palavras-chave**: Microempreendimento cultural; Desafios; Estudo de caso; Cultura; Desenvolvimento Regional.

**ABSTRACT**

The planning of cultural actions is inserted in the context of the approach of the quadruple helix of sustainable development, being crucial for the maintenance and survival of the population and its enterprises, mainly due to the technological changes that the market and security impose on society. Over the last seven years, the cultural sector has been suffering from investment cuts and incentives due to sectoral public policy decisions adopted by the government. This study aims to diagnose the challenges presented for the development of cultural microenterprises in peripheral regions of Rio de Janeiro. The methodological procedure carried out was a case study, for data collection interviews were carried out using the snowball technique (Snowball) to cultural entrepreneurs, researchers, managers and people from civil society, in addition to direct instruction through visits to undertakings and analysis of public reports. The results found that culture workers, who are decentralized from the territory or in peripheral areas, are "invisible" to the State's gaze, in the implementation of policies to promote culture.

**Palavras-chave**: Microempreendimento cultural; Desafios; Estudo de caso; Cultura; Desenvolvimento Regional.

# 1. INTRODUÇÃO

A arte e a cultura podem ser interpretadas como uma ação que ajuda no despertar de ideias e ressurgimento de capacidades ocultas ou mal aproveitadas pelo território, transformando em ideias inovadoras (PAPAZOGLOU, 2019). O conceito de cultura é amplo, e pode ser entendido como os valores, normas, ideias, que inspiram as práticas de um grupo populacional (TUBADJI; NIJKAMP, 2019). A cultura, no desenvolvimento regional, pode ofertar uma estabilização social e econômica, a partir das interações e transformações entre grupos de cultura e comunidade, no uso da terra, espaços, paisagens e ferramentas socioculturais existentes. (STUETZER et al., 2018; BENDER; HALLER, 2017).

Estimativas da participação do mercado cultural na economia brasileira, giram em torno de 2,67% do produto interno bruto (PIB), e os trabalhadores desta área representavam 5,5 milhões de pessoas (GOES et al., 2020). A importância dos microempreendimentos no território é vista como fator gerador de oportunidades e visualização dos potenciais culturais inseridos em determinada região (BUJDOSO; BENKO; PATKOS, 2021). Os microempresários não contribuem apenas com uma nova forma de geração de renda, mas colaboram para o desenvolvimento endógeno, ou seja, contribuem para promoção de práticas locais, que ajudem a mitigar problemas econômicos ou políticos que são exógenos, que podem interferir na conservação do território (TUBADJI; NIJKAMP, 2019).

A cultura é realizada por uma política multidisciplinar, integrada na hélice quadrupla do desenvolvimento regional, que reúne pesquisadores, entes governamentais, empresas e empreendedores culturais, capitaneadas pelo Estado, reunindo expertises de profissionais de inúmeras áreas (BARANDIARAN-IRASTORZA, PEÑA-FERNÁNDEZ' UNCETA-SATRÚSTEGUI, 2020; BUJDOSO, BENKO, PATKOS, 2021).

A literatura é extensiva ao abordar os desafios dos microempreendimentos culturais (GOES et al., 2020). Sabe-se a importância de microempreendedores do setor da cultura e suas contribuições para a

economia e sociedade (SALAUDEEN; SAURI, 2020). No entanto, os microempreendimentos, principalmente os periféricos, ou os trabalhadores da cultura não formalizados, passam por dificuldades e carências para manter a sobrevivência de seus negócios (SAJILAN; TEHSEEN, 2015).

Destarte, o objetivo do presente estudo é diagnosticar os desafios de microempreendimentos do setor cultural para o desenvolvimento regional, quais são os fatores que contribuem de forma negativa para a manutenção destes profissionais culturais, e como estes problemas podem ser mitigados. Em termos da metodologia da pesquisa, recorreu-se ao método de estudo de caso sobre a realidade do Rio de Janeiro. Este estudo é relevante para a literatura pois evidencia os desafios dos microempreendimentos do ramo da cultura em ascender no mercado, quais são seus medos, receios e perigos para manter seus empreendimentos.

Para além deste capítulo introdutório, no capítulo 2 apresenta-se o referencial teórico com ênfase para as seções de empreendedorismo cultural e seus desafios. O capítulo 3 apresenta a metodologia, o capítulo 4 apresenta os resultados do estudo de caso realizado e o capítulo 5 as considerações finais.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendimentos de Pequeno Porte

As empresas de pequeno porte (EPP’s) são principais locais de empregabilidade, responsáveis pela sobrevivência econômica das famílias de baixa renda no mundo (SALAUDEEN, SAURI, 2020). Os microempreendedores são os motores que fazem a economia girar nas periferias e desempenham papel crucial na questão socioeconômica dos territórios (SHAFI, 2019).

No Brasil, os pequenos negócios são formados por pequenas empresas (MPE) e microempreendedores individuais (MEI). No país, existem cerca de 6,4 milhões de estabelecimentos, destes 99% são de micro e pequenas empresas, e aproximadamente 50% destes empregos tem carteira assinada (SEBRAE, 2018).

No país, o conceito de Mei, Microempresa e Empresas de pequeno porte estão descritas na quantidade de colaboradores e no faturamento anual de cada uma delas. A primeira é operada apenas por uma pessoa, e sua receita pode chegar até R$ 81 mil reais, a segunda pode ter de 9 até 19 pessoas, dependendo do ramo de atuação e faturamento de até R$ 360 mil reais e empresa de pequeno porte de 10 até 99 colaboradores e sua receita do total de R$ 4.800,000,00 (MARCELINO; REZENDE; MIYAJI, 2020)

Os maiores desafios para as EPP's e MEIs são o acesso aos espaços públicos ou privados para a exibição ou apresentação de seus trabalhos, acesso a parcerias, via leis de incentivo ou editais públicos ou privados de incentivo; além do acesso ao crédito, internet, canais digitais de divulgação e venda do trabalho (CRUZ, 2022). Outro desafio, foi a chegada da pandemia da Covid-19, que causou uma crise sem precedentes para o mercado cultural e para EPP's no Brasil e no mundo (RATTEN, 2020). Microempreendedores sofreram prejuízos sem a perspectiva de ofertar serviços durante momento de fechamento total, devido a propagação da pandemia (RODRIGUES; CORREA, 2021).

O empreendedorismo é um dos caminhos para o desenvolvimento social, tecnológico e econômico, que pode ser potencializado através da cultura (GOES et al., 2020). Há grandes contribuições de EPP's do setor cultural para o desenvolvimento sustentável, pois são estes microempreendimentos que potencializam os recursos existentes no território, para geração de inovação a partir de expressões artísticas e culturais (SHAFI et al., 2019).

O setor cultural está alicerçado na quadrupla hélice do desenvolvimento sustentável, que adiciona as práticas culturais para potencializar e aperfeiçoar ações sobre o território a partir de ativos, produtos e serviços locais (OECD, 2018). Porém, os microempreendimentos do ramo da cultura, muitas vezes trabalham na informalidade, às margens da legislação vigente, e descobertos da proteção social e previdenciária. (CAPELLERAS et al., 2019).

O surgimento da figura do microempreendedor individual, mesmo que aquém da necessidade dos trabalhadores, trouxe vantagens para o empreendedor cultural, como benefícios trabalhistas (previdência, auxílio-

doença), e possibilidade de emissão de nota fiscal, que facilita as relações com as empresas contratantes (MACHADO, 2020).

O debate contudo, esbarra na legislação vigente, pois alguns microempreendedores do ramo da cultura, geralmente tem outras formas de renda (AGUIAR, M; AGUIAR, L, 2021). E a partir disso, tem receios enquanto abrir um negócio que pode ser oneroso, ou dependendo da sua atuação principal no momento, não podem criar um MEI por conta de impedimentos legais.

Os microempreendimentos do ramo cultural, baseados na elaboração de serviços e produtos através de seus valores e crenças, devem ser mantidos (RODRIGUES; CORREA, 2021). Porém podem ser potencializados, com o estímulo para formalização de seus empreendimentos (MACHADO, 2021). O entendimento destes profissionais da cultura em assimilar práticas de gestão, pode mitigar problemas de sobrevivência dos seus negócios (NOCKO; SCHLABITZ, 2018).

A adição destas competências de gestão e formalização do negócio, ajudam no desenvolvimento de habilidades e na geração de novas formas de renda (FELIX; GATTO, 2022). Pois a aquisição de conhecimento traz novas oportunidades de engajamento do negócio, auxiliando no crescimento e entendimento do profissional de cultura, como um empreendedor (SALAUDEEN, SAURI, 2020).

## 2.2 Setor cultural no Brasil

O setor cultural no Brasil é plural e diversificado, é fonte geradora de renda e emprego, e relevante para a vida das pessoas porque traz entretenimento, lazer, socialização e aprendizado (DAVEL; CORA, 2016). Dados do Sistema de informações e Indicadores Culturais (SIIC) mostram que cerca de 338,7 mil organizações atuaram nas atividades do setor cultural, que corresponde por 6,5% da totalidade das organizações formais no país (SIIC-IBGE, 2021). No Brasil é o Ministério da Cultura (MINC) a instituição responsável pela medição dos debates sobre a distribuição dos fomentos, expansão das políticas públicas e as diretrizes para a implementação destas

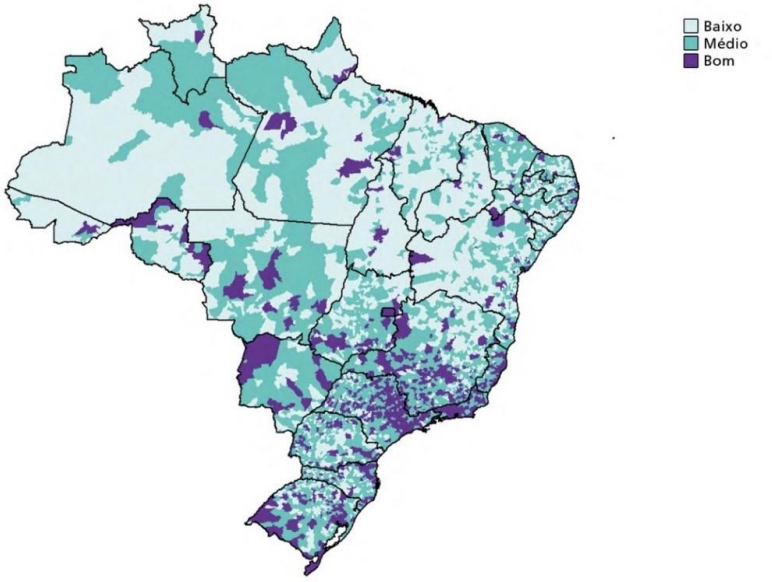
práticas aos entes federativos, como Estados e Municípios (BASTOS; SOUZA NETO; DINIZ, 2021).

A cultura é um processo de criação simbólica, alicerçada nas tradições de determinado território, com o papel de ser ator de transformação educacional (DAVEL; CORA, 2016). A partir de potenciais culturais, como herança cultural, infraestrutura, eventos culturais e recursos humanos, que permeiam e ativam a atividade empreendedora, e que trazem bem-estar social, para a comunidade e pessoas envolvidas (LENOVSK et al., 2014).

A ativação dos recursos culturais pode mostrar uma ação bem-sucedida da cultura em uma determinada localidade (BARBIERI; NICOLAS; MERIMO, 2011). Os potenciais sociais incentivam novas modalidades criativas, ajudando a atrair investimentos público ou privados e a aumentar a competividade da região e de seus microempreendedores culturais (EVANS, 2016).

Os indicadores de desenvolvimento econômico da cultura (IDECULT) descrevem um cenário que não pode significar uma menor diversidade cultural, mas representar que regiões geralmente descentralizadas têm dinamismos menores, decorrentes dos impactos de fomentos federais (SILVA; ARAUJO, 2010). Na realidade brasileira, os investimentos em cultura são bem concentrados, conforme descreve o mapa apresentado pela Figura 1.

Figura 1: Densidade dos investimentos em cultura




Fonte: IDECULT Brasil (2010)

No mapa abaixo, mostra que os municípios com cores mais escuras são os que tem mais densidade da atuação de incentivos para a temática. Os dados fornecem subsídios para traçar metas e estratégias para uma melhor distribuição de recursos aos territórios, que são desenvolvidos principalmente nas áreas urbanas (SILVA, 2018).

É importante atenção à leitura dos dados. O mapa demonstra alta densidade de investimentos para o Rio de Janeiro, contudo, mesmo nessa cidade, existem locais negligenciados pelos investimentos da cultura como as regiões periféricas ou descentralizadas (GUERREIRO et al., 2021)

O aporte público, sendo ele oriundo de incentivos diretos ou indiretos (renúncias fiscais, por exemplo) predomina nos investimentos para empreendimentos culturais no país (SILVA; BRITO, 2020). Isso reflete a importância do Estado para as políticas de desenvolvimento regional e periférica nas ações de fomento à cultura (SILVA, 2018). O aporte público tem cada vez mais importância nos incentivos ao setor, com aplicações diretas ou por meio de renúncias fiscais, quando o governo deixa de arrecadar impostos das empresas, mediante investimento em algum projeto cultural (ALMEIDA; NUNES, 2018).

Vale ressaltar, que no Brasil, está questão do fomento público em cultura, também proporcionou desafios aos trabalhadores desta área, que viram recursos enxutos na última década, culminando, na extinção do ministério da Cultura, no governo de Michel Temer e continuado na gestão Jair Bolsonaro, que presidiu o país de 2019 até primeiro de janeiro de 2023 (AGUIAR, M; AGUIAR, L, 2021).

A falta de compromisso com a cultura, e seus trabalhadores, não significa apenas os desafios enfrentados pelos “fazedores de cultura”, mas também uma forma do Estado brasileiro em perder receitas (SILVA, BRITO, 2020). O exemplo mais famoso é a Lei Rouanet de 1991, onde pessoas da área da cultura podem elaborar projetos e captar recursos privados, via renúncias fiscais. O retorno investido por patrocinadores é de 59% para a

cadeia produtiva, ou seja, a cada R$ 1,00 colocado para projetos culturais, é trazido de volta R$ 1,59 para o PIB brasileiro (REIS; ZILLE, 2020).

O grande debate sobre incentivos ficais é a escolha dos projetos, existe uma centralização na escolha dos recursos, geralmente grandes empresas do ramo cultural, de entretenimento que estão situadas nas capitais são privilegiadas (AGUIAR, M; AGUIAR, L, 2021). Quais projetos serão aceitos e para onde os fomentos serão destinados, é um planejamento que deve ser observado pelos entes governamentais, que implementaram as leis de incentivo em seus editais de fomento (MOTA; MOREIRA, 2019). As seleções devem ser elaboradas com a finalidade de abarcar o maior número possível de trabalhadores da cultura, sendo estes, periféricos ou descentralizados, na busca de uma maior equidade no destino destes recursos (ALMEIDA; NUNES, 2018).

A cultura é fonte agregadora de valor para empresas, pois com planejamento e escolha adequada de quem financiar ou apoiar, trazem resultados positivo para a imagem da corporação. Hoje, inúmeras peças publicitárias têm abarcado setores e pessoas diversas da sociedade (SILVA, 2018).

A estrutura de financiamento coloca inúmeros desafios organizacionais, pela complexidade estrutural das políticas culturais, como diversidade das atividades, divisão do trabalho, a descentralização de recursos (MOTA; MOREIRA, 2019). Quais modelos devem ser traçados e quais atores devem ser mobilizados e ensinados a elaborar os projetos, é outro desafio no ramo (SILVA; ARAÚJO, 2010).

Com o intuito de melhorar a interlocução e o compartilhamento de informações entre federação, estados, municípios e sociedade civil. Foi criado o Sistema Nacional de Cultura, em 2012, tendo como objetivo ensinar a Estados e Municípios, como elaborar estratégias e leis próprias para a promoção da cultura no país (BARBALHO, 2014; PIMENTA et al., 2018).

A cultura com essa perspectiva, assume um campo de possibilidades para captação de recursos, além de descentralizar o fomento, que no começo,

era feito apenas pelo governo federal. Essa prática melhora o desenvolvimento regional de ações em prol de estratégias para a cultura (PIMENTA et al., 2018).

Outro desafio para a sobrevivência dos microempreendimentos culturais, foi a chegada da covid-19, que paralisou praticamente todos os eventos culturais nos anos de 2020 e 2021 (SEMENSATO; BARBALHO, 2021). A pandemia inviabilizou a maioria dos trabalhos ofertados pelos microempreendimentos do ramo da cultura, que dependem do público, das ruas, dos espaços culturais (RATTEN, 2020).

A elaboração destes projetos por parte dos microempreendedores do setor da cultura, acarreta a abertura de novas formas de renda. Principalmente nestes últimos anos de pandemia (AGUIAR, M; AGUIAR, L, 2021). Um desafio para elaborar projetos que sejam aprovados é interligar as lógicas artísticas do produtor cultural aos anseios comerciais, geralmente este momento, se cria uma tensão durante o circuito do empreendedorismo cultural. O artista periférico exige os padrões, valores e códigos preestabelecidos (SEMENSATO; BARBALHO, 2021). A lógica comercial, estabelece o retorno financeiro como um aspecto importante ao empreendimento (MOTA; MOREIRA, 2019).

No caso dos fomentos públicos, o retorno financeiro não é o primordial, no entanto a elaboração da proposta e o alinhamento com o que está se pedindo no edital, precisa ser adequado a proposta, além do profissional da cultura estar atento as mudanças do mercado, produzir serviços que promovam a educação e o conhecimento (JANCOVICH; HANSEN, 2018).

Corrobora para criar formas de educar, pois, pode-se ofertar formas de negócios que aglutinem ao escopo do projeto, questões sensíveis para o país, sociedade, como trazer em espetáculos lições de sustentabilidade, questões sociais para quem está assistindo o trabalho (RATTEN; FERREIRA, 2017).

O valor identitário ofertado pelos microempreendedores culturais, gera riqueza para a comunidade no cenário mais restrito, mas geração de conhecimento das práticas culturais daquela localidade para outras regiões (SEMENSATO; BARBALHO, 2021). O setor cultural é responsável por ser uma válvula de escape para o divertimento e aprendizado de toda uma população (MACHADO, 2020).

## 3. METODOLOGIA

Objetivo do estudo é diagnosticar os principais desafios encontrados para o desenvolvimento de microempreendimentos culturais em regiões periféricas no Rio de janeiro. Para tanto, realizou-se um estudo de caso, com coletas de dados por meio de entrevistas a microempreendedores de cultura, a atores sociais (poder público, pesquisadores, sociedade civil), por meio do procedimento Snowball (Bola de neve). A Tabela 1 apresenta os protocolos de estudo de caso.

Tabela 1 – Protocolo do estudo de caso

| Elemento | Descrição |
|---|---|
| Objetivo | Diagnosticar os principais desafios encontrados para o desenvolvimento de microempreendimentos culturais em regiões periféricas no Rio de Janeiro. |
| Unidade de Análise | Os desafios de microempreendedores do ramo da cultura |
| Local | Empreendimentos e espaços culturais no Rio de Janeiro |
| Validade dos constructos | Contraposição entre os conceitos e resultados oriundos do estado da arte e com os resultados alcançados a partir dos relatos e análise de documentos |
| Validade interna | Triangulação: análise documental; entrevistas com microempreendedores culturais e com pesquisadores; e observação participante. |
| Questão secundária do estudo de caso | - Quais as barreiras para a promoção do desenvolvimento dos microempreendimentos culturais em regiões periféricas do Rio de Janeiro?<br>- Qual a percepção de microempreendedores culturais a respeito dos desafios? |

Fonte: Dados da pesquisa

A entrevista em bola de neve, foi a metodologia implementada neste estudo, em que os personagens que tinham laços fortes com os pesquisadores, depois de serem entrevistados, enviavam outros contatos para o desdobramento da pesquisa (AGUIAR, M; AGUIAR, L, 2021). O estudo limitou-se a região metropolina do Rio de Janeiro, principalmente na Cidade do Rio de Janeiro e na Cidade de Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense, com a

finalidade de compreender os desafios destas regiões e suas peculiaridades territoriais.

A amostragem não probabilística, torna o estudo não generalizado, pois não se consegue representar a totalidade da população deste ramo de atuação, mas é crucial para entender a realidade destes microempreendedores e fazedores de cultura, bem como compreender estes desafios e mitigar problemas (LEAL et al., 2020).

Este método é importante em pesquisas exploratórias, pois a partir de um espaço de tempo reduzido, se obtém uma coleta de dados satisfatória para o público-alvo proposto, além de ser uma forma que mitiga problemas sobre o aceite dos participantes. A bola de neve, tem como principal função, a investigação de forma aproximada desta população, construídas através das entrevistas recolhidas dos participantes iniciais, que depois da finalização da sua participação indica outros atores sociais que detenham a mesma expertise para a continuação da captação das entrevistas (CAMPOS, 2020).

Essa análise qualitativa ajuda na captação do olhar do microempreendedor e de seu microempreendimento, neste processo, o trabalhador da cultura, detém lugar de fala, e o pesquisador não fica restrito a um questionário, onde a pessoa apenas irá marcar uma opção, entre as alternativas já elaboradas. O público-alvo, pode agregar informações que não foram pensadas anteriormente.

A análise das entrevistas foi realizada de duas formas. Primeiramente, as perguntas fechadas e a caracterização dos personagens foram veiculadas pelos aplicativos de mensagens, e as respostas foram enviadas via áudio destes mesmos aplicativos. Buscou-se desta forma, por meio de uma análise discursiva, ouvir os relatos, e entender as interpretações a partir dos áudios dos respondentes.

A pesquisa foi respondida por mulheres e homens, com idades superiores a 18 anos, com o total de 23 entrevistados, destes 17 no município do Rio de Janeiro e localidades próximas e 6 respondentes no Município de Nova Iguaçu e locais próximos da Baixada Fluminense. A pesquisa atendeu a todas as normas nacionais de ética em pesquisa envolvendo seres humanos, a

partir da resolução 510/2016, no caso de pesquisas em CHS do Conselho nacional de saúde (BRASIL, 2016; CAMPOS, 2020).

## 4. RESULTADOS e ANÁLISES

As 23 entrevistas foram realizadas em sua maioria com fazedores de cultura, que sobrevivem total ou parcialmente do ramo cultural, com a finalidade de entender seus anseios e medos sobre os desafios dos empreendedores e microempreendedores da cultura. Porém, também foram ouvidos, pesquisadores, produtores culturais e profissionais que já integraram quadros governamentais, como secretarias ou ministérios.

A junção destas expertises e relatos, foi oportuna para compreender os níveis de conhecimento, entendimento deles no setor e a representatividade que estes têm no território. Evidenciou-se que existe uma disparidade de conhecimento dos entrevistados sobre o papel deles na sociedade e nas suas respectivas regiões. Notou-se que parte dos fazedores de cultura entrevistados são mais frágeis ao comportamento mercadológico que se vive, onde alguns sabiam que existia outras formas de fomentos, mas que não compreendiam como procurar, elaborar e realizar estes projetos.

Infelizmente, a percepção analisando os resultados, a partir dos relatos, mostra que muitos trabalhadores da cultura não tem o acesso mínimo as modalidades de fomento, e estão “invisíveis” aos olhos do Estado. Além, da oferta de uma educação empreendedora que mostre a estes fazedores que existe outras formas na elaboração de seus serviços e produtos.

Para resguardar a identidade dos entrevistados, e preservar o sigilo de suas informações, foram utilizadas as letras de A à Z do alfabeto brasileiro para poder citá-los no decorrer dos achados.

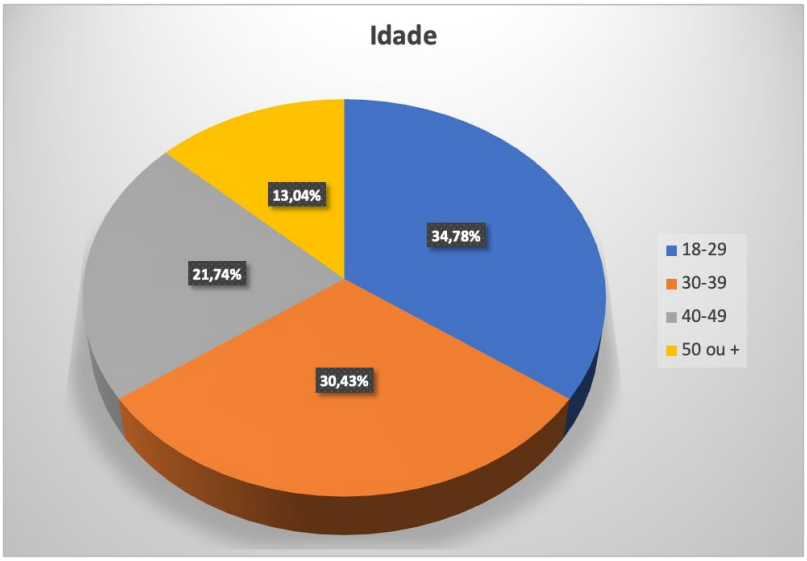
### 4.1 Perfil dos participantes

Refere-se a uma descrição objetiva e concisa das respostas dadas a partir da entrevista feita para a finalidade deste estudo. Os resultados partiram

do retorno de participantes que aceitaram o questionário proposto. A partir de perguntas sobre a caracterização do perfil sociodemográfico, com dados sobre renda familiar, escolarização, origem racial, idade entre outros. E perguntas sobre seu trabalho com a cultura, desafios e acesso à educação empreendedora para o aperfeiçoamento dos seus negócios.

De forma, concisa relativa à idade, evidenciou-se que a predominância etária dos trabalhadores da cultura entrevistados, estão nos grupos de 18 a 29 anos (34,78%), seguido da faixa etária de 30 a 39 anos (30,43%).

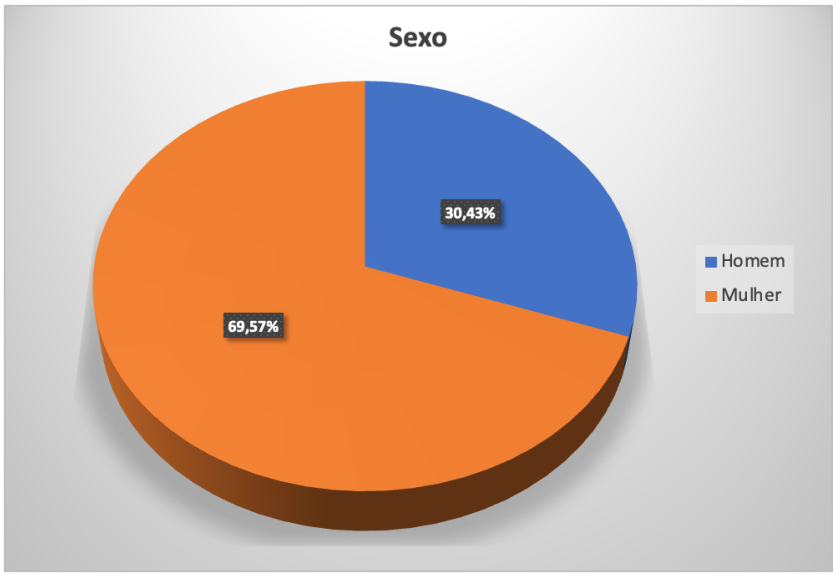
Gráfico 1: Faixa etária dos entrevistados




Fonte: Elaborado pelo autor

Referente ao sexo, mulheres representam a grande fatia dos respondentes entre os fazedores de cultura com 69,57%, homens representam 30,43%.

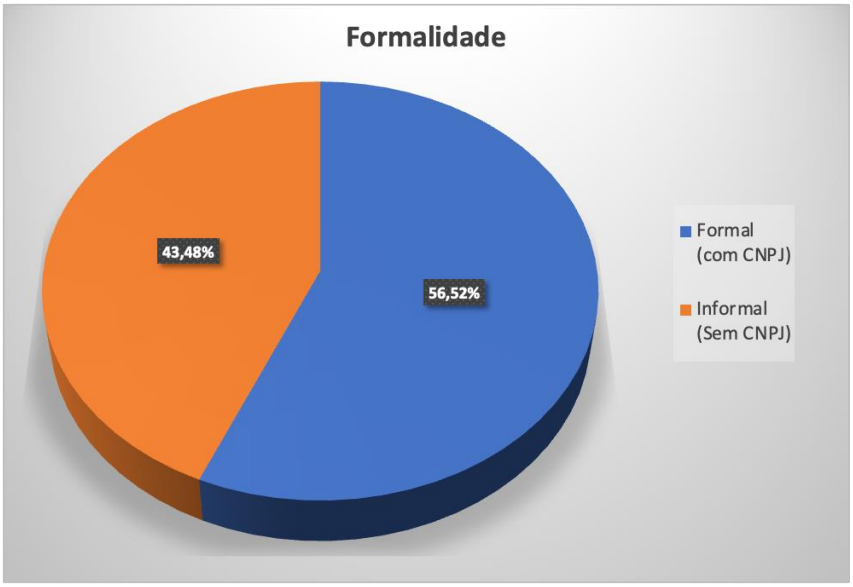
Gráfico 2: Gênero entre os entrevistados




Fonte: Elaborado pelo autor

Entre os personagens, 56,52% são formais e 43,48% informais, destes a maioria que detém algum tipo de MEI ou Microempresa, são os que tem maior escolaridade e renda per capita. Abaixo o gráfico sobre a formalidade dos personagens entrevistados por este trabalho.

Gráfico 3: Formalidade entre os fazedores de cultura




Fonte: Elaborado pelo autor

Como observado na revisão de literatura, resultados compravam que os trabalhadores da cultura não têm estabilidade financeira e geralmente optam pelo trabalho informal, ou buscam outras fontes de renda para em conjunto formar seus rendimentos (SHAFI, 2019).

O entrevistado "D", diz que não possui CNPJ, porque buscou estabilidade financeira a partir de uma convocação de concurso público, e que seus ganhos na cultura são de forma informal na sua maioria, pois, como servidora de um ente governamental, não pode regularizar seu trabalho como MEI, apenas como ME, mesmo assim, precisa ser sócia minoritária.

## 4.2 Desafios dos trabalhadores da cultura

Ao longo dos relatos dos trabalhadores da cultura, alguns desafios foram observados com maior abrangência de alguns temas, como a desvalorização, preconceito, sobrevivência do empreendimento e coleta de recursos. Porém os dois desafios mais citados foram a estabilidade financeira e uma educação em cultura, que agregue valor para seus negócios.

A estabilidade financeira é o item mais foi mencionado entre os participantes, pois não existe nenhuma estrutura social e previdenciária para os fazedores de cultura, e relatada de forma direta pelos entrevistados H, J, L, P, R, U, X. Eles complementam relatando que não existe planejamento ou projeto de lei, que possa dar o mínimo de seguridade previdenciária e segurança financeira para estes operadores da cultura. Os microempreendimentos com a figura do MEI, trazem apenas algumas proteções e vantagens, mas ainda muito aquém que estes trabalhadores precisam e merecem.

Esta falta de organização dos entes governamentais, acaba sendo um problema de arrecadação para os próprios Municípios e Estados, pois muitos dos fazedores de cultura estão as margens das legislações sobre contribuição de impostos e contribuições para aposentadoria. Desta forma, o Estado deixa de fomentar a cultura a seus trabalhadores e de arrecadar fomentos para o próprio caixa do governo (SILVA, BRITO, 2020).

Outro ponto desafiador para os fazedores de cultura no Rio de Janeiro, é o preconceito e a desvalorização da mão de obra da cultura. O entrevistado A, relata a disputa desigual com a indústria do entretenimento, para ele, é dada uma valorização para estes projetos e pouca valorização para os empreendedores de nicho, que são trabalhadores de locais periféricos ou de territórios não centralizados. O entrevistado B fala da invisibilidade de alguns fazedores da cultura aos olhos do Estado, onde estes sabem muito pouco sobre recursos que podem ser ofertados para eles. Os relatos dos participantes D, I, M, S, T, V, X, complementam essa fala e dizem sobre a desvalorização territorial, dos entes locais, da desvalorização da própria comunidade e do preconceito sobre o empreendedor artístico e criativo.

Conseguir acesso a espaços culturais é outro empecilho colocado pelos entrevistados, por alguns motivos, o respondente “A”, argumenta que os principais espaços são dominados pela Indústria do Entretenimento. O valor cobrado também é um desafio para os trabalhadores e relatado pelos entrevistados A, B, D, E, I, Q, R, S, U, V, X e Z, pois a maioria deles, não tem verba para alugar o espaço ou mesmo que tenham, apenas o valor do espaço consumiria todo o orçamento. Eles também relatam sobre a preferência destes espaços em acolher artistas conhecidos ou de locais centralizados da cidade, como Centro e Zona Sul.

### 4.3 Covid-19

A Covid-19 acarretou problemas para diversos setores da economia, porém, para o ramo da cultura, representou uma ruptura gravíssima no modo de trabalho destes empreendimentos (RATTEN, 2020). Microempreendedores sofreram prejuízos sem a perspectiva de ofertar serviços durante momento de fechamento total, devido a propagação da pandemia (RODRIGUES; CORREA, 2021).

Foi unanime entre os participantes desta pesquisa sobre a devastação em todos os cenários que a pandemia ocasionou na renda das famílias e sobre a oferta de seus serviços e produtos. O ramo da cultura, tem relação direta com

o público, as expressões culturais precisam de interação, aglomeração e troca com as pessoas que assistem seus trabalhos.

O entrevistado A, é contundente e fala que a cadeia produtiva quebrou, além da forma dramática em que os fazedores de cultura tiveram que passar dias e meses sem receber nenhuma forma de renda, complementa que a primeira coisa que as famílias cortam é a cultura, ainda achada como supérflua pela população. O personagem I, fala sobre os caches que diminuíram durante a pandemia e conta que contratantes em alguns momentos foram abusivos, nos valores ofertados para adquirir seus serviços.

O entrevistado G, adiciona que começou a ter ocasionar problemas psicológicos durante a fase mais dramática da pandemia e depois posteriormente a diminuição dos casos e mortes de covid. Esse tempo em casa sem poder ofertar seu trabalho, acarretou problemas psicológicos como medo, receio de sair de casa, fobia, depressão, entre outros.

O participante R, conta sobre a catástrofe que foi a pandemia para ele e para o setor cultural, pois sem nenhuma fonte de renda no momento mais crítico da Covid-19, teve que recorrer a ajuda de familiares, para pagar contas mais básicas como a de luz e receber doações de cestas básicas para sobreviver.

Outro problema relatado, foi que mesmo readaptando as aulas em formato online, alguns alunos acabaram saindo e consequentemente diminuindo a renda, conforme a fala do entrevistado X, para ele foi um meio de sobreviver, mas que não aguentaria financeiramente se a pandemia persistisse por mais tempo. Os participantes, O, E, relatam sobre a ocupação de suas comunidades por milicia e tráfico, e como estes agentes dificultam e controlam o acesso da internet, inviabilizando seus trabalhos e o próprio aprendizado de forma on-line.

Todos estes relatos, mostram a importância de políticas governamentais para o ramo da cultura, assunto que será debatido na próxima seção.

### 4.4 Olhar dos fazedores de cultura sobre a gestão governamental

As grandes reclamações dos fazedores de cultura estão baseadas em projetos e legislações colocadas pelos entes governamentais para o setor cultural. Por este motivo muitos trabalhadores optam por estabilidade financeira e desistem de seus serviços na cultura e procuram formas de sustento mais sustentáveis, ou diminuem a porcentagem de sua renda oriunda do setor (AGUIAR, M; AGUIAR, L, 2021).

A desigualdade e a centralização de recursos é outro desafio apontado pelos microempreendimentos, pois a maioria dos trabalhadores entrevistados sabem que existe alguma forma de fomento ou incentivo, contudo, não sabem como chegar nestes programas, ou até mesmo entendem que muitos dos editais focalizam em empreendimentos maiores e de maior repercussão midiática (GUERREIRO et al., 2021).

Reflete a importância do Estado para a elaboração de políticas de desenvolvimento regional e periférica nas ações de fomento à cultura, medidas que tragam representatividade, pertencimento e mitigação da centralização e desigualdade nos territórios é crucial para sobrevivência do local, de seus moradores e de seus trabalhadores da cultura (SILVA, 2018)

O Estado ainda não consegue funcionar de forma descentralizada, a batalha precisa ser conduzida não apenas pelos entes governamentais, mas pela Sociedade Civil, onde os gestores tenham o entendimento do poder da cultura, como relatado pelo entrevistado C. O personagem D, complementa a fala anterior sobre desigualdade e diz que algumas escolhas são tomadas geralmente por uma elite artística aqui no Estado do Rio de Janeiro, onde os maiores incentivos são dados para estes empreendimentos.

Desta forma, os fazedores de cultura periféricos, acabam se sentindo completamente sozinhos, os respondentes J, N, adicionam que a cultura sofreu um golpe ainda maior, por conta dos governos que estiveram liderando o país nos últimos 6 anos. Primeiro com a perda de status de ministério que ocorreu a partir de 2017, com o Governo Temer e depois do enxugamento de recursos e

até mesmo falas preconceituosos sobre os trabalhadores do setor cultural, no governo de 2019 até o final de 2022.

O relato do participante U, menciona que não sabe na sua totalidade sobre essas questões das políticas governamentais de incentivo, porém, diz que parece que o Estado não os enxerga, que não existe um olhar de forma diferenciada para os trabalhadores do ramo da cultura.

A falta de incentivos para os microempreendimentos gera uma dependência destes trabalhadores e até mesmo são reféns da elaboração de projetos ofertadas por cooperativas ou empresas maiores, como evidencia o entrevistado H. Essa falta de conhecimento mostra outro desafio destes fazedores de cultura, a escassez de ações sobre educação empreendedora cultural.

### 4.5 Educação empreendedora

Políticas de desenvolvimento regional, contam hoje a partir da quadrupla hélice de desenvolvimento, com programas de capacitação para empreendimentos, inclusive para trabalhadores da cultura (SALAUDEEN, SAURI, 2020). A aquisição de conhecimento traz novas oportunidades de engajamento do negócio, auxiliando no crescimento e entendimento do profissional de cultura, como um empreendedor (SEMENSATO; BARBALHO, 2021).

Além do potencial de estabilização social e econômico que o setor cultural pode ofertar para os territórios, o trabalhador da cultura pode fornecer divertimento e a partir de projetos que sejam pensados com um olhar social e educacional, acrescentando aprendizados e questões que estão sendo debatidas na sociedade, como luta contra preconceitos, sustentabilidade, questões ambientais, violência doméstica, entre outros assuntos (MACHADO, 2020).

A maioria dos entrevistados entendem a importância de realizar capacitações, não apenas do aperfeiçoamento dos potenciais culturais de seus produtos e serviços para o mercado privado, mas principalmente hoje com as

leis e editais de fomento a cultura, a realização de cursos que os ajudem a elaborar projetos a partir destes incentivos.

Existem algumas dificuldades na visão dos fazedores de cultura, e por isso a necessidade de aprender sobre gestão de seus negócios a partir de uma educação empreendedora. O participante A e I, analisam que a elaboração dos projetos é árdua, pois existem muitas etapas para a prestação de contas e seu aceite final. Os artistas estão aprendendo uma nova modalidade de renda, porém ressalta, que o criador de cultura antes, estava puramente no palco.

Em contraponto, o entrevistado M, reluta contra a questão mercadológica, pois essa visão pode acarretar exclusões de determinados fazedores da cultura, sendo não necessariamente uma educação empreendedora, mas sim uma educação em conjunto com ações governamentais que auxiliem este ramo e principalmente ofertem ações para os desiguais.

Outro ponto que a educação empreendedora pode contribuir, é como entender o mercado vigente, os profissionais da cultura, precisam estar atentos em como seus produtos podem circular nos negócios privados, como venda para shoppings, escolas etc. A respondente H, complementa que estas ações de educação na cultura, são importantes para a qualificação não apenas do produto, mas na prospecção e no gerenciamento do projeto.

O entrevistado “R”, conta sobre aprender a visão do mercado, repensar seus produtos e serviços com a cabeça focada também no business, porém ressalta, que o público percebe quando um produto cultural não é elaborado com sentimento, precisa haver um equilíbrio. Essa tensão entre os valores, padrões e anseios do público deve ser assimilado pelo fazedor de cultura.

Os participantes T, U, V, Z explicam que além da burocracia, falta espaços que ofertem esta educação para orientá-los sobre a gestão de seus negócios, e a troca de experiências a partir de uma rede de produtores culturais de forma continuada, que oferte além de cursos, estreitamento de contatos e pessoas.

A exclusão de determinados trabalhadores da cultura nas ações afirmativas de uma educação empreendedora, gera um sentimento na cabeça

do empreendedor de invisibilidade. Grande parte dos fazedores de cultura, não se entendem como empreendedores e por isso não procuram compreender sobre elaboração de projetos, ficam dependentes sempre de empresas ou pessoas que façam essa gestão, relata o participante S.

A cultura é um agente de mudança social de um território, contudo, pode ser planejado de uma forma que os estes governamentais em conjunto com a sociedade civil e a academia, conceda pertencimento para estes atores sociais, que estes agentes do Estado tenho sonoridade. O desenvolvimento de um território ou periferia se faz com ações que também deem voz aos integrantes da região, pois estes estão inseridos no contexto histórico e podem contribuir com as pesquisas e ações elaboradas que são pensadas geralmente de forma exógena destas localidades.

## 5. CONCLUSÕES

A pesquisa teve como propósito evidenciar os desafios do empreendedorismo do ramo da cultura para o desenvolvimento regional, sobretudo nas periferias, onde predominam a ausência significativa de políticas públicas referentes a ações para empreendimentos ou fazedores da cultura. A centralização e desigualdade na divisão dos recursos é o maior problema que esta pesquisa presenciou.

Como resultados sobre os desafios dos microempreendimentos do ramo da cultura no desenvolvimento regional, constatou-se trabalhadores da cultura que são “invisíveis” ao olhar do Estado, na implementação de políticas de fomento à cultura. Estes fazedores da cultura, conseguem manter-se por meio de sua criatividade e perspicácia na elaboração de seus produtos.

As dificuldades desses microempreendedimentos, começam de uma simples conexão de internet, pois muitos vivem em comunidades dominadas pelo tráfico ou milícias, onde o serviço é ofertado por estes indivíduos que estão à margem da lei. No entanto, existem outras dificuldades, como representatividade da profissão, muitos não se enxergam como empreendedores da cultura, como impulsionadores de práticas e potenciais

culturais. A desvalorização e estabilidade financeira também são objetivo de preocupação por parte dos trabalhadores, além do advento da pandemia Covid-19, que paralisou todos os trabalhos presenciais do setor cultural, asfixiando ainda mais estes microempreendimentos.

O artigo buscou por meio da metodologia de estudo de casa, a partir de entrevistas em formato Bola de Neve (Snowball), analisar quais eram os principais desafios dos microempreendimentos ou fazedores da cultura nos municípios do Rio de Janeiro e Nova Iguaçu. Para entender as semelhanças e desigualdades sobre este tema e sobre estes territórios. Percebeu-se que quanto mais afastado dos grandes centros e dentro de periferias, maiores eram as dificuldades vividas por estes trabalhadores da cultura.

A limitação do estudo, como toda técnica probabilística, como a bola de neve, é que a mesma não garante a representatividade da população na sua totalidade. E um dado que chamou a atenção dos pesquisadores, notou-se uma apreensão e receio dos trabalhadores da cultura em passar informações ou até mesmo pararem por alguns minutos para responder as respostas de estudo, pois muitos deles sobrevivem, fazendo arte na rua. Contudo, esta amostra consegue alcançar grupos a margem ou de difícil acesso.

Em pesquisas futuras, as ações propostas por este artigo, são de aprofundar as relações dos microempreendimentos do ramo da cultura ao desenvolvimento regional e periférico das regiões, a partir da perspectiva da quadrupla hélice de desenvolvimento. Traçando mecanismos de ensino educacional, social e profissional destes microempreendimentos ou fazedores da cultura, para a partir de um planejamento Estado-Universidade-Sociedade civil, se oferte a manutenção e crescimento destes empreendimentos em territórios afastados dos centros ou locais periféricos.

A cultura em conjunto com práticas de desenvolvimento regional, que planejadas pelos entes governamentais, a partir de projetos, editais ou leis de incentivo à cultura, possam trazer pertencimento e representatividade para o local e seus atores sociais. A cultura não é apenas um olhar artístico com perspectivas mercadológicas, ela é fonte geradora de educação, estabilização social e econômica. Microempreendimentos do ramo da cultura, tem o

potencial de transformar trajetórias a partir da inovação e criatividade de seus produtos e serviços.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Patrícia Silva; NUNES, Geilson. DO FUNDO DE INVESTIMENTO CULTURAL E ARTÍSTICO-FICART: ANÁLISE DA SUA APLICAÇÃO PREVISTA PELA LEI ROUANET. **Direito & Realidade**, v. 6, n. 4, 2018.

BACULÁKOVÁ, Kristína; GREŠŠ, Martin. Spatial Distribution Model for Targeting the Support for Cultural Institutions' Development: A Case Study of Slovakia. **Museology & Cultural Heritage/Muzeologia a Kulturne Dedicstvo**, v. 9, n. 3, 2021

BARBALHO, Alexandre. O Sistema Nacional de Cultura no governo Dilma: continuidades e avanços. **Revista Lusófona de Estudos Culturais**, v. 2, n. 2, p. 188-207, 2014.

BARBIERI, Nicolás; PARTAL, Adriana; MERINO, Eva. Nuevas políticas, nuevas miradas y metodologías de evaluación:¿Cómo evaluar el retorno social de las políticas culturales?. **Papers: revista de sociologia**, p. 477-500, 2011.

BASTOS, Maria Flávia; SOUZA NETO, Bezamat; DINIZ, Daniela Martins. Não-manual do empreendedorismo: Atividades reflexivas para uma educação empreendedora: Atividades reflexivas para uma educação empreendedora. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 15, n. 1, p. 24-40, 2021.

BELÁS, Jaroslav et al. The impact of the public sector on the quality of the business environment in the SME segment. **Administratie si Management Public**, 2019.

BENDER, Oliver; HALLER, Andreas. The cultural embeddedness of population mobility in the Alps: Consequences for sustainable development. **Norsk Geografisk Tidsskrift-Norwegian Journal of Geography**, v. 71, n. 3, p. 132-145, 2017.

BUJDOSÓ, Zoltán; BENKŐ, Béla; PATKÓS, Csaba. The role of art colonies in local development through the example of Cered Art Colony. **Ecocycles**, v. 7, n. 1, p. 14-18, 2021.

CAMPOS, Regina Helena de Freitas. A pesquisa em ciências humanas, ciências sociais e educação: questões éticas suscitadas pela regulamentação brasileira. **Educação e Pesquisa**, v. 46, 2020.

CAPELLERAS, Joan-Lluís et al. Entrepreneurs' human capital and growth aspirations: The moderating role of regional entrepreneurial culture. **Small Business Economics**, v. 52, n. 1, p. 3-25, 2019.

DA CRUZ, Luciano Scuissatto. Desafios para gestão cultural diante da pandemia do Covid-19. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 21, n. 232, p. 56-65, 2022.

DA SILVA FÉLIX, Amanda Vitória; GATTO, Maria Fernanda. INDÚSTRIA CRIATIVA: UMA ANÁLISE DOS DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS. **RECIMA21-Revista Científica Multidisciplinar-ISSN 2675-6218**, v. 3, n. 6, p. e361569-e361569, 2022.

DAVEL, Eduardo; CORA, Maria Amélia Jundurian. Empreendedorismo cultural: cultura como discurso, criação e consumo simbólico. **Políticas Culturais em Revista**, v. 9, n. 1, p. 363-397, 2016.

DE ARAUJO AGUIAR, Mariana; DE ARAUJO AGUIAR, Luciana. A pandemia da Covid-19 e seus impactos no setor cultural brasileiro. **Sociedade e Cultura**, v. 24, 2021.

DOS REIS, Janaína Martins; ZILLE, Luciano Pereira. Empreendedorismo cultural e economia criativa: A Companhia de Teatro “Grupo Galpão”. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 2, p. 97-122, 2020.

GUERREIRO, João et al. Cultura e Pandemia: precarização do trabalho cultural na Baixada Fluminense. **PragMATIZES-Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura**, v. 11, n. 21, p. 95-124, 2021.

GÓES, Geraldo Sandoval et al. O setor cultural na pandemia: o teletrabalho e a Lei Aldir Blanc. **Carta Conjunt.(Inst. Pesqui. Econ. Apl.)**, p. 1-7, 2020.

LEAL, Larissa et al. Quintais produtivos como espaços da agroecologia desenvolvidos por mulheres rurais. **Perspectivas em Diálogo: revista de educação e sociedade**, v. 7, n. 14, p. 31-54, 2020.

LENOVSKÝ, Ladislav et al. Hodnotiaci model kultúrneho potenciálu. 2014.

JANCOVICH, Leila; HANSEN, Louise Ejgod. Rethinking participation in the Aarhus as European Capital of Culture 2017 project. **Cultural Trends**, v. 27, n. 3, p. 173-186, 2018.

JELINČIĆ, Daniela Angelina. Indicators for cultural and creative industries’ impact assessment on cultural heritage and tourism. **Sustainability**, v. 13, n. 14, p. 7732, 2021.

MACHADO, Gustavo Portella. Microempreendedor individual e desproteção social: tensões entre a racionalidade neoliberal e as estratégias para “viver de cultura” a partir de produtores/as culturais freelancers na cidade do Rio de Janeiro. **Ponto-e-Vírgula: Revista de Ciências Sociais**, n. 27, p. 99-113, 2020.

MACHADO, Gustavo Portella. Entre desemprego e freelance: a atual configuração do mundo do trabalho na cultura a partir da ocupação de produtores culturais como microempreendedores individuais. **Revista Cantareira**, n. 34, 2021.

MARCELINO, Jose Antonio; DE REZENDE, Adriano Alves; MIYAJI, Mauren. Impactos iniciais da covid-19 nas micro e pequenas empresas do estado do Paraná-Brasil. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, v. 2, n. 5, p. 101-112, 2020.

MOTA, Tárcio; MOREIRA, Osmar. Política cultural no Brasil: retrocessos, resistência e reexistência. **Políticas Culturais em Revista**, v. 12, n. 2, p. 34-49, 2019.

NOCKO, L.; JAHNS SCHLABITZ, C. MICROEMPREENDEDORES DA CULTURA NO DISTRITO FEDERAL. [s.l: s.n.]. Disponível em: <https://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/TD_34_Microempreendedores_da_Cultura_no_DF-1.pdf>. Acesso em: 10 set. 2022.

OECD; MUSEUMSRAT, Internationaler. **Culture and Local Development: Maximising the Impact: a Guide for Local Governments, Communities and Museums**. OECD, ICOM, 2018.

PAGANO, Alessandro; PETRUCCI, Francesco; BOCCONCELLI, Roberta. A business network perspective on unconventional entrepreneurship: A case from the cultural sector. **Journal of Business Research**, v. 92, p. 455-464, 2018.

PAPAZOGLOU, Grammatiki. Society and culture: Cultural policies driven by local authorities as A factor in local development—the example of the municipality of Xanthi-Greece. **Heritage**, v. 2, n. 3, p. 161, 2019.

PIMENTA, Carlos Alberto Máximo et al. CULTURA, POLÍTICAS E DESENVOLVIMENTO: as correlações entre o local, o Plano Municipal de Cultura de Itajubá, MG, e geração de renda. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 14, n. 4, 2018.

RATTEN, Vanessa; FERREIRA, João J. Future research directions for cultural entrepreneurship and regional development. **International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management**, v. 21, n. 3, p. 163-169, 2017.

RATTEN, Vanessa. Coronavirus (Covid-19) and entrepreneurship: cultural, lifestyle and societal changes. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, 2020.

RESOLUÇÃO, C. N. S. nº 510, de 07 de abril de 2016. **Decreto de competência de**, v. 12, 2020.

RODRIGUES, Luiz Augusto F.; CORREIA, Marcelo Silveira. Cultura e processos de gestão em tempo de pandemia-quantificações emergenciais. **Políticas Culturais em Revista**, v. 14, n. 1, p. 109-132, 2021.

SILVA, Frederico Augusto Barbosa da Coordenador; ARAÚJO, Herton Ellery Coordenador. Indicador de desenvolvimento da economia da cultura. 2010.

SALAUDEEN, Nuraini Hashimu; SAURI, Bello Garba Kofar. . **Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis**, v. 5, n. 1, p. 85-100, 2020.

SALM, Jaqueline. O financiamento das micro e pequenas empresas e as dificuldades de acesso ao crédito: um levantamento na região metropolitana de Florianópolis-SC. **Administração-Pedra Branca**, 2019.

SHAFI, Mohsin et al. Vertical co-operation in creative micro-enterprises: A case study of textile crafts of Matiari district, Pakistan. **Sustainability**, v. 11, n. 3, p. 920, 2019.

SAJILAN, Sulaiman; TEHSEEN, Shehnaz. Cultural orientations, entrepreneurial competencies and SMEs business success: The contingent roles of environmental turbulence and network competence. **Review of Integrative Business and Economics Research**, v. 4, n. 2, p. 20, 2015.

SEBRAE-SP. **Pequenos negócios em números.** São Paulo: SEBRAE, 2018. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em- numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD

SEMENSATO, Clarissa Alexandra Guajardo; BARBALHO, Alexandre Almeida. A Lei Aldir Blanc como política de emergência à cultura e como estímulo ao SNC. **Políticas Culturais em Revista**, v. 14, n. 1, p. 85-108, 2021.

SILVA, Marcus Vinícius Amaral; BRITO, Danyella Juliana Martins de. O impacto de choques no setor cultural brasileiro: uma análise de emprego e renda à luz dos cortes orçamentários. **Nova Economia**, v. 29, p. 1249-1275, 2020.

STUETZER, Michael et al. Entrepreneurship culture, knowledge spillovers and the growth of regions. **Regional Studies**, v. 52, n. 5, p. 608-618, 2018.

TEIXEIRA, Sérgio J.; FERREIRA, João JM. Entrepreneurial artisan products as regional tourism competitiveness. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 2018.

TUBADJI, Annie; NIJKAMP, Peter. Cultural impact on regional development: application of a PLS-PM model to Greece. **The Annals of Regional Science**, v. 54, n. 3, p. 687-720, 2015.

TUBADJI, Annie; NIJKAMP, Peter. Cultural corridors: An analysis of persistence in impacts on local development—A neo-Weberian perspective on South-East Europe. **Journal of Economic Issues**, v. 52, n. 1, p. 173-204, 2018

## CAPÍTULO 3

## Desenvolvimento de microempreendimentos culturais

Os artigos 1 e 2, analisam respectivamente as contribuições dos microempreendimentos e fazedores de cultura para o desenvolvimento regional e periféricos de regiões. A pesquisa tem como finalidade nestes primeiros trabalhos, diagnosticar as vantagens e os problemas encontrados, para propor um framework, que de alguma forma mitigue os problemas sobre o acesso à educação empreendedora para estes trabalhadores da cultura.

Por intermédio da investigação feita pela revisão sistemática do artigo um, que trouxe o olhar acadêmico do mundo sobre este tema, o artigo 2, oferta a visão dos empreendedores da cultura sobre os desafios enfrentados atualmente. Principalmente a falta de incentivo, informação e aperfeiçoamento através de cursos.

Apesar de toda complexidade de ofertar ferramentas e estratégias de fomentos a microempreendimentos do setor da cultura (PAGANO, PETRUCCI, BOCCONCELLI, 2018). É importante mostrar o papel do trabalhador da cultura no seu território, e como seu empreendimento pode ofertar a partir de uma educação empreendedora uma estabilização econômica, social e educacional para sua comunidade (CERNEVICIUTE, 2019).

O microempreendedor é fonte de inspiração para seu território, pois a partir da ativação de potenciais culturais locais, pode trazer inovações e renda para toda uma comunidade, além de gerar admiração e pertencimento para outros moradores, que veem, que o trabalhador da cultura, por intermédio de sua arte, consegue prosperar, ensinar e ajudar seu território ou periferia (QIAN; LIU, 2018).

Muitos trabalhadores do setor da cultura, incluindo o fazedor de cultura, muitas das vezes não se identifica como empreendedor, existe um receio e até uma certa vergonha de dizer que trabalha com cultura (RODRIGUES; CORREIA, 2021).

A importância da atuação empreendedora para o desenvolvimento de negócios e regiões, gera visibilidade para aquele local específico, e novas formas de sobrevivência para estes trabalhadores e novas fontes de renda (FERREIRA, 2021; FALUDI, 2019).

No Rio de Janeiro, as regiões periféricas são pouco contempladas em ações de desenvolvimento a cultura, ocorre uma centralização dos recursos, geralmente nas partes mais populosas e ricas do Município ou Estado (TRINDADE, 2022).

O artigo a seguir contribui para o estado da arte em oferecer mecanismos, a partir da quadrupla hélice do desenvolvimento regional, que adiciona a cultura, para elaborar estratégias de educação empreendedora, que mostre para estes empreendedores, que há inúmeras formas de inovar e crescer no mercado de cultura.

# Desarrollo de microempresas en el sector cultural

# Development of micro-enterprises in the cultural sector

# Desenvolvimento de microempreendimentos do setor cultural


## Resumen

El sector cultural representa casi el 3% del PIB brasileño y emplea a 5,5 millones de trabajadores, parte de los cuales son informales e "invisibles" para el resto de la población del estado. Las microempresas en el área de la cultura son fuente de innovación para dos potencias culturales locales. El objetivo es brindar capacitación basada en una estrategia de educación empresarial para microempresarios culturales en el Estado de Río de Janeiro, con miras a generar nuevos negocios y oportunidades de ingresos. La investigación incluye los siguientes pasos/fases metodológicos: la Fase 1 comprende el análisis de datos de la organización NaProCult; En la fase 2 se preparó la capacitación, validada por un panel de especialistas; En la fase 3 se realizó una encuesta para realizar la capacitación, cuyos resultados fueron validados en la fase 4, a través de una encuesta. Los resultados muestran que los hacedores de cultura tienen poco acceso a una educación enfocada en sus empresas, como personal que proponga nuevas formas de gestión para el mercado laboral actual.


**Palavras-clave:** Emprendimiento cultural; Capacitación del trabajo; estructura; Investigación-acción; Panel de expertos.


## Abstract

The cultural sector represents almost 3% of the Brazilian GDP, and employs 5.5 million workers, part of whom work informally and are "invisible" in the eyes of the State. Microenterprises in the field of culture are a source of innovation based on local cultural potential. The aim is to propose training based on an entrepreneurial education strategy

for cultural micro-entrepreneurs in the State of Rio de Janeiro, with the aim of generating new business and income opportunities. The research includes the following methodological steps/phases: phase 1 comprises an analysis of data from the NaProCult organization; in phase 2, training was developed, validated by a panel of specialists; in phase 3, an action research was carried out to carry out the training, whose results were evaluated in phase 4, through a survey. The results show that culture makers have little access to education focused on their ventures, such as frameworks that propose new forms of management for the current job market.

**Keywords:** Cultural entrepreneurship; Business training; Framework; Action research; Panel of experts.

**Resumo**

O setor cultural representa quase 3% do PIB brasileiro, e emprega 5,5 milhões de trabalhadores, parte destes estão na informalidade e são "invisíveis" aos olhos do Estado. Os microempreendimentos do ramo da cultura são uma fonte de inovação a partir dos potenciais culturais locais. O objetivo é propor uma capacitação a partir de uma estratégia de educação empreendedora para os microempreendedores da cultura no Estado do Rio de Janeiro, com a finalidade de gerar novas oportunidades de negócios e renda. A pesquisa contempla as seguintes etapas/fases metodológicas: a fase 1 compreende uma análise de dados da organização NaProCult; na fase 2, foi elaborada um treinamento, validado por meio de um painel de especialistas; na fase 3 realizou-se uma pesquisa-ação para a execução da capacitação, cujos resultados foram avaliados na fase 4, por meio de um *survey*. Os resultados mostram que os fazedores de cultura têm pouco acesso a uma educação voltada para seus empreendimentos, como *frameworks* que proponham novas formas de gestão para o mercado de trabalho atual.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo cultural; Capacitação empresarial; Framework; Pesquisa-ação; Painel de especialistas.

## 1. Introdução

No atual contexto social e econômico, o empreendedorismo surge para identificar lacunas no mercado por meio de inovações, a partir do aporte financeiro e educacional disponibilizada pelos entes governamentais, pesquisadores e/ou pela sociedade civil (Pagano et al., 2018; Fritsch & Wyrwich, 2018).

O empreendedorismo cultural tem como finalidade agregar valor aos empreendimentos para a promoção do desenvolvimento local ou periféricos de atores sociais ou regiões. No ramo da cultura, o sucesso dessas localidades está relacionado a oferta de uma estrutura alicerçada na quadrupla hélice do desenvolvimento regional, trazendo planejamento e uma educação empreendedora para o aproveitamento dos potenciais culturais locais (Qian & Liu, 2018).

A inovação no setor cultural, consiste em elaborar estratégias que estimulem e desenvolvam sistemas regionais culturais, aglutinando conhecimento regional tradicional com a expertise empreendedora elaborada nos grandes centros (Chiu & LIU, 2021). Potencializar valores endógenos do território como a cultura, por meio de subáreas culturais como o turismo, recreação, tradições, paisagens, artes visuais, audiovisual etc., e fornecer subsídios para os trabalhadores da cultura pode significar não apenas a promoção e geração rendas para um público específico local, mas trazer estabilização econômica e social para toda uma região (Cerneviciute, 2019).

Mesmo com a escassez de recursos, os microempreendedores culturais criam projetos inovadores, ofertando produtos e serviços que tenham por características a pluralidade e diversidade do local (Canestrino et al., 2020). Para acontecer a inovação é preciso que a

atuação dos microempreendedores culturais esteja alicerçada em uma gestão estratégica da transversalidade da cultura e que tragam contribuições a respeito da visibilidade regional, ajudando o local a entregar serviços e bens que funcionem efetividade (Teixeira & Ferreira, 2018).

A partir do exposto, o objetivo do presente estudo é elaborar um procedimento para a capacitação e promoção do desenvolvimento de microempreendimentos culturais de regiões periféricas em geral, e em especial, com foco nos municípios do Rio de Janeiro e Nova Iguaçu, na baixada fluminense. Basicamente, a oferta de minicursos, que promovam a concepção de estratégias de marketing, visibilidade e proposta de valor, disponibilizando conteúdos que mostrem que existem inúmeras formas de fomentar, financiar seus projetos.

Para se alcançar estes objetivos, a pesquisa foi organizada de acordo com as seguintes fases metodológicas: a Fase 1 compreende uma análise sobre os dados fornecidos pela organização NaProCult, da UFRJ para compreensão da realidade dos microempreendedores. A Fase 2, consiste na elaboração de uma capacitação voltada para a educação empreendedora a ser aprovada por meio de um painel de especialistas. Na Fase 3 realiza-se uma pesquisa-ação para a execução da capacitação, culminando no workshop, cujos resultados são avaliados na Fase 4, através de um *Survey*.

Este trabalho identifica a lacuna relativa à capacitação de empreendedores culturais, pois poucos artigos desenvolvem técnicas sobre conhecimento e aperfeiçoamento para fazedores de cultura, mostrando o seu real potencial na estabilização social e econômica, em conjunto com as potencialidades culturais da região.

Após este capítulo introdutório, o capítulo 2 apresenta o referencial teórico com ênfase para as seções de empreendedorismo cultural, potenciais culturais e educação em

empreendedorismo cultural. O capítulo 3 descreve a metodologia, o capítulo 4 apresenta os resultados e as análises, por fim, o capítulo 5 apresenta as considerações finais.

## 2. Referencial teórico

### 2.1 **Empreendedorismo no setor cultural**

A cultura pode ser um motor auxiliar do desenvolvimento regional sustentável, sendo considerado uma ferramenta que não apenas gera emprego e renda, mas a partir da sua transversalidade, oferta educação, estabilidade social e econômica (Ferreira, 2021; Faludi, 2019). Por ofertar ativos ou recursos que trazem pertencimento e representatividade para uma comunidade, podendo ser um agente de transformação, introduzindo em seus projetos e serviços mensagens e informações importantes debatidos pela sociedade civil atualmente (Wu & Lin, 2021; Yu-Ryazanova & Kazakova, 2018).

O empreendimento social contribui aglutinando contribuições para um território ou região a partir de oportunidades nos contextos sociais vivenciados por estes trabalhadores e podem ser utilizados para mitigar os problemas e ofertar renda. Problemas estes como violência, direitos humanos, desigualdade social, racismo, homofobia entre outros (Gonzales, 2023).

Os microempreendedores culturais criam narrativas inovadores a partir de rotinas, tradições, da vivência adquirida ao longo dos anos, oriundas dos locais onde nasceram ou moram através de suas peculiaridades regionais (Cerneviciute, 2019). Tendo por característica a pluralidade e diversidade, ativando a inovação a partir da criatividade destes atores sociais, mesmo com a escassez de recursos e disparidade de investimento entre o urbano e o periférico (Canestrino et al., 2020).

Os fazedores de cultura têm uma nova tarefa em um mundo em transformação digital, econômica, social e sustentável, a partir de estratégicas sobre novas perspectivas de negócio, podem utilizar os anseios da sociedade para ofertar projetos inovadores (Levovsky et al., 2014). A partir deste entendimento, que as formas de trabalho estão em mudança, a nova força de trabalho criativa, precisa ser intercalada com práticas empreendedoras e que agreguem questões sociais e educacionais em seus serviços (Fritsch & Wyrwich, 2018).

Os entes governamentais têm papel crucial neste desenvolvimento do empreendedorismo cultural, pois precisam estar atentos e abertos aos debates, para o engajamento de novos atores sociais (Andres & Chapain, 2013); além de trazer ao conhecimento deles, novas formas de interação com entes públicos, novas formas de promoção e aperfeiçoamento de seus negócios (Gormar & Harfst, 2019). Colocá-los no centro das discussões, primeiramente traz reparação histórica, no planejamento regional e servem de inspiração para a atração e formação de novos trabalhadores da cultura (Oakley et al., 2014).

O avanço das cenas culturais, e a maior visibilidade e empregabilidade do setor, passa por legislações, planejamento e ações que vislumbrem a educação empreendedora, para a compreensão dos atores sociais sobre novas formas de renda, como projetos de fomento, públicos ou privados, e serviços com a visão de mercado (Pacella et al., 2021).

Esse pensamento voltado para a educação empreendedora pode ativar a inovação destes empreendimentos culturais e a potencialização dos ativos locais, como o turismo, paisagem, audiovisual, dança, contação de história, entre outros. No entanto, hoje, ainda

existe uma concentração de informação e destinação de fomentos e incentivo de forma desigual e centralizada (Trindade, 2020).

O setor cultural, é um dos ramos que mais emprega no mundo, e que pode ser realizado com recursos de baixo custo (Chiu & Liu, 2021). O planejamento a partir de fomentos públicos ou privados, via renúncia fiscal, pode trazer estabilidade social e econômica e auxilia empreendedores locais há empreender e sobreviver da sua arte (Barbieri et al., 2011).

O empreendedorismo cultural corrobora também com o desenvolvimento social e educacional, proporcionando atividades educativas, aumentando o grau de socialização da comunidade, implementando pautas de grande relevância no mundo, como questões ambientais, sustentáveis e cria um senso de pertencimento por parte do território e de seus atores envolvidos (Gormar & Harfst, 2019).

A cultura está inserida na visão do *Soft Power* (poder brando), termo este definido de forma mais clara por Joseph Nye, em 2004. Este assunto é colocado para o debate, porque a cultura está introduzida nas três grandes fontes do poder brando. A relação entre a promoção do negócio cultural e as questões políticas e sociais a partir da visão do *Soft Power*, são importantes para compreender as mudanças no mundo com as novas pautas que estão ganhando relevância na sociedade (Fernandes, 2021).

A cultura pode absorver este tema na sua transversalidade, tendo sua visualização exercida de melhor forma por meio da propaganda, acrescentadas em suas subáreas de atuação, como em filmes, música, dança, expressões teatrais, artes plásticas, entre outros. Todos estes nichos da cultura são meios de difundir os conceitos de *Soft Power*, para a partir de elaboração de projetos voltados em debater direitos humanos, democracia, sustentabilidade (Rieger & Brum, 2020). Porém, políticas públicas

precisam ser implementadas para conquistar o respeito dos atores sociais, com intuito de construir produtos e serviços com a visão de mercado baseada nestes valores.

Neste sentido é crucial entender o que seriam políticas de baixa e alta intensidade, a alta política refere-se majoritariamente a sobrevivência do Estado, questões que abarquem segurança nacional, diplomacia. No entanto para nosso objeto de estudo, a baixa política está totalmente inserida na discussão sobre cultura, desenvolvimento regional e aperfeiçoamento de profissionais da cultura (Fernandes, 2021).

A *Low politics* procura analisar preocupações econômicas e sociais, e geralmente este item acaba ficando em segundo plano nos debates dos entes governamentais. Porque estes apontamentos geralmente não são discutidos pelo alto escalão dos governos, como presidência, ministros.

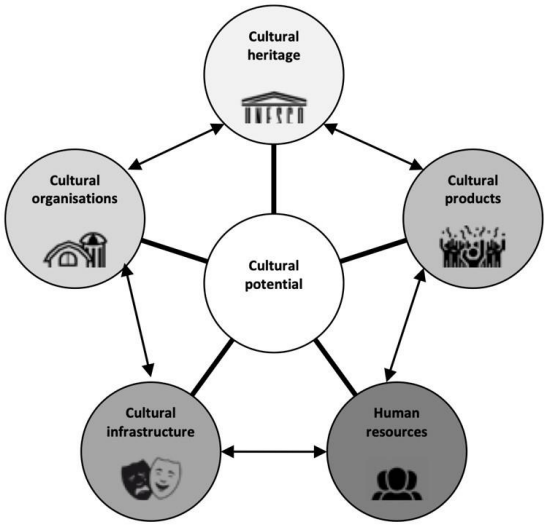
A baixa política para o desenvolvimento regional e consequente promoção dos microempreendedores do ramo da cultura, é necessária para potencializar mercados de trabalho, infraestrutura, leis ou programas para a cultura e artes, entre outros. Vincular os negócios aos conceitos de *Soft Power* e *Low Politics* podem ajudar os territórios a acelerar o aperfeiçoamento dos potenciais culturais locais (Duncombe, 2019).

## 2.2 Potenciais culturais

A covid-19, trouxe inúmeros desafios para os microempreendimentos sociais, a paralisação das atividades, significou um estrangulamento na renda destes profissionais da cultura, e das suas subáreas, como o turismo, audiovisual, expressões teatrais e artísticas, impactando ainda mais neste cenário de recuperação econômica (Arango; Arias & Pineros, 2023)

O potencial cultural trabalhado por entes governamentos com a ajuda da sociedade civil, é um dos principais fatores endógenos, que podem auxiliar na retomada econômica e resulta de uma soma dos valores, comportamentos, fenômenos históricos, paisagísticos e naturais de determinada região (Baculakova & Gress, 2021), conforme se observa no diagrama ilustrativo a seguir (Fig. 1).

Figura 1. Diagrama do potencial Cultural




Fonte: (Baculakova & Gress, 2021).

Conforme Baculakova e Gress (2021), existem cinco potenciais culturais, sendo estes o patrimônio cultural, também conhecido como herança cultural, as organizações, os eventos, a infraestrutura e os recursos humanos. A soma destes ativos, alicerçados com uma política de acesso e fomento a cultura, são primordiais para o desenvolvimento e aperfeiçoamento dos microempreendimentos do ramo da cultura.

Patrimônio cultural é formado por ativos tangíveis e intangíveis, como obras de arte, museus, poemas, músicas etc.; Fonte de persistência cultural viva ao longo do tempo, pois um povo sem o conhecimento de sua história, é um povo que não tem representatividade. Organizações culturais, são instituições que produzem, preservam,

documentam e transmitem valores culturais, são na maioria das vezes, bibliotecas, centros culturais, educacionais, associações, teatro, entre outros. Eventos culturais são produtos formais ou informais de caráter regular ou em períodos específicos, onde os valores culturais são desenvolvidos, ofertados, protegidos, utilizados e absorvidos pela sociedade ou comunidade próxima.

Infraestrutura cultural é tudo aquilo que ajuda na promoção do desenvolvimento e apresentação da cultura urbana ou regional, apresentado em equipamentos culturais, espaços ou locais que permitem a realização das atividades e da geração dos valores culturais. Recursos humanos culturais são uma categoria de pessoas físicas que trabalha profissionalmente, ou de forma amadora, formalizados ou informalizados, que batalha produzindo serviços e produtos culturais para a população, a partir de atividades e ocupações criativas, podendo ser atores conhecidos socialmente ou desconhecidos.

A partir desta descrição é possível entender o objetivo do mapeamento cultural, evidenciando as várias áreas deste setor, e a partir da quadrupla hélice do desenvolvimento regional, torna-se um pilar de análise da transformação do potencial cultural em geração de renda e bem-estar social (Lenoysky et al., 2014), pois esta hélice aglutina a cultura para ações de potencialização do território (Jelinc, 2021). A capitalização dos recursos culturais, pode mostrar uma ação bem-sucedida da cultura em uma determinada localidade (Barbieri et al., 2011), ofertando soluções para o território (Evans, 2016).

O desenvolvimento da indústria cultural em uma localidade, principalmente sendo descentralizada ou periférica, é uma tarefa desafiadora (Meekes et al., 2017), pois os fomentos e incentivos não chegam de forma igualitária, como nos grandes centros (Qian & Liu, 2018; Wu & Lin, 2021). A criação dos fomentos públicos de acesso a cultura foi

objetivada para sanar uma carência do Estado de assumir sua missão de impulsionar e perpetuar as manifestações de menor expressão política, econômica ou social, dentro do cenário mercadológico atual (Saldanha, 2020).

A provocação que fica para a obtenção do desenvolvimento cultural sustentável, está na interação e comunicação dos entes federativos, mas sem prescindir da sinergia com a sociedade civil e as empresas que integram as castas mais altas da indústria cultural. A finalidade é debater formas igualitárias de acesso não apenas aos fomentos, mas na conquista de espaços e visibilidade para os microempreendimentos (Cerneviciute, 2019).

Em suma, diante o que se expôs, coloca-se a seguinte pergunta: “para quem deve ser ofertado um ecossistema de cultura?” É uma indagação complexa, porque no desenvolvimento regional deve se levar em conta todos os ativos, recursos e tradições de determinada região (Gama, 2020). Além de procurar um entendimento se a cultura continua sendo ofertada de forma desigual e apenas para uma parcela da sociedade (Baculakova & Gress, 2021; Jelinc, 2021). Desafiar o pensamento que gera um senso comum, e simplicidade de ideias para a temática deve ser sempre colocado no debate acadêmico e reverberado para a sociedade civil que implementa as observações a partir das empresas e microempreendimentos (Jancovich & Hansen, 2018).

Contudo, os potenciais culturais são subvalorizados, principalmente nas regiões descentralizadas, a falta de uma gestão governamental, feita por Estados e Municípios, ainda fica muito aquém do necessário. Muitas cidades não detêm leis específicas para programas e fomentos para cultura. E as poucas que conseguem elaborar seus próprios regimentos de incentivo a cultura, não informam e ensinam de forma devida os mecanismos para acesso.

## 2.3 Educação em empreendedorismo

O planejamento é o alicerce para o desenvolvimento e aperfeiçoamento das organizações, no entanto, a construção de modelos estratégicos que agreguem valor a determinado público-alvo específico é necessário, sendo implementado nas suas diferentes fases, como no desenho do projeto, e seu principal foco, nos fatores estratégicos, no diagnóstico dos problemas e no design para a correção destes problemas (Medina, 2023).

Nos períodos de mudança social e econômica, o comportamento empreendedor serve para mitigar problemas e trazer soluções para o mercado de trabalho, em crise (Prasetyo, 2019; Kruger et al., 2019). Dados da OCDE, mostram que aproximadamente 20% dos brasileiros chegam ao ensino superior, e dentro desta porcentagem, a maior parte dos ingressantes na graduação detém maior renda e acesso a estas oportunidades (Palavezzini & Alves, 2020).

A partir destes dados, a exemplo dos modelos de ensino para capacitação e formação de uma educação empreendedora de pessoas com baixa escolaridade, ou que desconheçam de formas de promoção de seus negócios. Forma a potencializar a inovação, mas que traga pertencimento e bem-estar social (Araújo & Davel, 2018).

Educação em empreendedorismo é um processo dinâmico de associação de esclarecimento, aplicação de métodos e práticas. O intuito é transformar e propagar o conhecimento com resultados funcionais para oportunizar negócios sólidos e que tragam sobrevivência para os empreendimentos (Alexieva & Angelova, 2020; Barbosa et al., 2020).

Seu propósito serve como um dos instrumentos chaves para promoção de competências empreendedoras, atitudes e intenções; sendo considerado umas das formas mais rápidas e eficientes de estímulo e aperfeiçoamento dos negócios (Kruger et al., 2019).

Um ponto importante na educação empreendedora é o descolamento do conhecimento que é transferido por meio de métodos tradicionais, como as disciplinas ofertadas do ensino médio básico ou em disciplinas de graduação, para capacitações que ofereçam ao empreendedor ou jovem de baixa escolaridade, noções de gestão, saúde financeira, formatação de projetos para o mercado de trabalho (Prediger, 2020).

A aprendizagem via educação empreendedora é pautada nos valores, comportamentos e atitudes que possam ser desenvolvidas em um indivíduo e implementadas em projetos inovadores ou empreendimentos já iniciados no mercado de trabalho (Bastos et al., 2021). Uma cidade deve ser repensada, através de seus espaços, e a evolução econômica e social por intermédio de uma gestão voltada para o território e focalizada nas mudanças mercadológicas (Donaldson, 2021).

A cultura empreendedora por meio da criatividade exerce um crucial papel como motor do crescimento regional econômico no mundo hoje e está alicerçada na quadrupla hélice do desenvolvimento regional (Prediger, 2020). Conforme Prasetyo (2019), a inovação periférica ou territorial é a principal força para o crescente reconhecimento das artes para a sustentabilidade de uma região a partir da transversalidade que a cultura detém para potencializar regiões.

Cursos ou Workshops são instrumentos para a educação empreendedora e imprescindíveis para o desenvolvimento de microempreendedores, e principalmente para negócios do ramo cultural, pois, proporciona aos alunos a experimentação prática sobre economia e negócios, para operação e gestão da empresa. Além do ensinamento

sobre conceitos de livre iniciativa, mercado, comercialização e produção voltados para o que o consumidor quer de retorno (Araújo & Davel, 2018).

O objetivo destes cursos é ofertar pertencimento e representatividade para estes negócios, ativação das principais competências empreendedoras, tais como a habilidade, senso de criatividade; aquisição e aperfeiçoamento de conhecimentos (Donaldson, 2021).

Produzir ativos com a perspectiva que a sociedade civil e o mercado estão debatendo, podem ser um diferencial que a educação empreendedora proporciona para os fazedores de cultura (Gama, 2020). Como por exemplo, contadores de história, criarem subprodutos de seus potenciais culturais, como bonecos e livros autorais, ou estes realizem treinamentos para professores do ensino básico e fundamental a lesionar a partir de histórias que massifiquem o conteúdo proposto na aula (Nunes & Mello, 2018). Aguçando a curiosidade e aumentando o poder de foco dos estudantes que estão aprendendo, e trazendo uma capacitação importante para este trabalhador (Kruger et al., 2019).

A principal crítica aos autores que foram analisados, primeiramente, de forma positivista, é a intenção de ofertar uma educação empreendedora aos microempreendimentos, explicando, como uma gestão voltada para o mercado de trabalho atual a partir de projetos alicerçados na sustentabilidade, no social, e na educação, podem abrir horizontes de novas formas de negócio. No entanto, a forma com que parte das pesquisas elabora seus métodos de aprendizagem, não é implementada em conjunto aos atores sociais. Esta pesquisa entende que para finalizar os trabalhos é necessário a observação participativa nestes locais e a abertura de diálogo que dê lugar de fala para estes trabalhadores.

A educação empreendedora também é uma fonte de troca e reciprocidade, quando se debate desenvolvimento regional e cultura, é importante trazer para a redoma acadêmica a visão do que será ensinado. Ofertar o conhecimento apenas com o olhar do pesquisador pode ser um erro. Pensar em práticas que potencializem determinado tipo de público, traz pertencimento e pode aumentar a efetividade do estudo ou treinamento proposto para o público-alvo escolhido.

## 3. Metodologia

A metodologia proposta tem como finalidade desenvolver uma capacitação para o desenvolvimento de microempreendimentos culturais. O treinamento foi elaborado e realizado em quatro fases. A Fase 1, compreendeu a análise de dados da organização NaProCult para compreensão da realidade dos microempreendedores; em seguida, na fase 2, realizou-se uma capacitação, aprovada por meio do painel de especialistas. Na Fase 3 aplicou-se uma pesquisa-ação para a execução do workshop, cujos resultados são avaliados na fase 4, por meio de um Survey (pesquisa de satisfação). Feitas estas considerações, passa-se a apresentação de cada uma das fases.

### Fase 1. Análise dos dados da organização NaProCult-UFRJ

Tabela 1. Protocolo de análise

| Elemento | Descrição |
|---|---|
| Objetivo | Diagnosticar os principais desafios e soluções encontrados para o desenvolvimento de microempreendimentos culturais em regiões periféricas no Rio de Janeiro |
| Unidade de Análise | Microempreendimentos do ramo da cultura |
| Local | NaProCult - UFRJ |
| Validade dos constructos | Contraposição entre os conceitos e resultados oriundos do estado da arte em |

| | |
|---|---|
| | contraposição com os resultados alcançados |
| Validade interna | Utilizar de triangulação: análise documental; resultados gerados pela organização através do seu questionário interno; observação participante. |

Fonte: Dados da pesquisa.

O objetivo da fase 1 é analisar os dados recebidos pelo projeto de extensão NaProCult da UFRJ, criado em 2018, pela produtora cultural Marize Figueira.

A extração dos dados foi oriunda do formulário implementado no segundo semestre de 2019 pela organização, que a partir do questionário, procurava entender o perfil sociodemográfico dos respondentes e quais seriam seus objetivos. Até o momento em que foi analisado os dados, a NaProCult tinha recebido 1404 solicitações de agendamentos.

O critério de exclusão de dados, partiu de empreendimentos ou fazedores de cultura que detinham agendamentos repetidos e de respondentes que não completaram o cadastro ou que não finalizaram as repostas. O intuito é analisar os dados, sobre os microempreendimentos, como suas necessidades, ativos, para traçar estratégias para os procedimentos metodológicos seguintes.

**Fase 2. Painel de especialistas**

A validação de determinado assunto é característica e qualidade de qualquer ferramenta de avaliação ou ensino, com o intuito de mitigar problemas na divulgação de dados e trazer novas expertises para o assunto debatido (Pinheiro et al., 2013). O julgamento e a contribuição dos especialistas são cruciais para a elaboração de produtos, serviços ou treinamentos que possam chegar de forma eficiente ao destinatário proposto (Almeida et al., 2020).

Nessa perspectiva, o painel de especialistas foi o procedimento escolhido para a validação do workshop, pois o estudo tinha o objetivo de trazer narrativas que agregassem valor ao tema proposto, uma vez que no ramo da cultura, as políticas públicas são feitas de forma burocrática, centralizada, e na maioria dos casos, sem escutar as pessoas ou trabalhadores que irão usufruir das ações.

Foram convidados para participar do procedimento, especialistas do setor cultural do Estado do Rio de Janeiro, com o intuito de absorver os relatos e contribuições de profissionais, por meio de suas vastas experiências no cenário cultural e de seus cabedais técnicos. A ideia foi convidar pessoas que estivessem em níveis e situações diferentes na área, como acadêmicos, profissionais captadores de recursos e trabalhadores da cultura, este último, sendo profissionais renomados na área, mas também fazedores de cultura, que estão ascendendo em seus territórios ou periferias.

Solicitou-se para os especialistas no momento da realização do painel, uma avaliação clara e objetiva dos pontos apresentados do projeto, ofertados pelos pesquisadores desta pesquisa, para posterior sugestão e comentários dos peritos. O procedimento foi realizado em dois encontros de forma virtual, em formato de debate, contabilizando o total de 6 especialistas que expuseram suas realidades, seus pontos de vista, a partir de seu conhecimento prático e técnico.

A retirada, adição ou correção dos assuntos trazidos por este trabalho para o workshop, eram definidos de forma conjunta pelos integrantes do painel, onde todos tinham poder de decisão na finalização do conteúdo do treinamento proposto. Depois da aprovação deste procedimento, é implementado a fase 3 da intervenção metodológica deste estudo, a pesquisa ação.

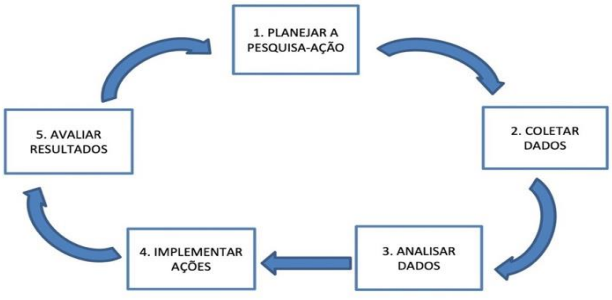
**Fase 3. Pesquisa ação**

Pesquisa-ação é uma forma de abordagem sobre grupos sociais, de estética qualitativa, que possibilita o envolvimento do pesquisador sobre a investigação, questionamento sobre o cenário atual e a busca de melhorias nos ambientes sociais e organizacionais, de uma empresa ou lugar. (Shitsuka et al., 2020)

O procedimento teve a finalidade de ofertar subsídios para expansão da visão de mercado e o aperfeiçoamento dos microempreendimentos culturais, transferindo uma educação empreendedora para seus produtos e serviços. O ponto central foi aglutinar os atores sociais no debate sobre melhorias na oferta de seus serviços, sendo inseridos na investigação proposta, assim, não apenas acadêmicos, empresas ou demais integrantes, tinham maior poder de argumentação (Thiollente & Colette, 2020).

De acordo com Vasconcellos, Sampaio e Fonseca (2022), A pesquisa-ação é composta por cinco fases, que são executadas em sequência e de forma periódica, onde o resultado de um ciclo original é apreciado e considerado na formulação da próxima etapa a ser realizada. A figura 2, ilustra as fases necessárias para a realização de uma pesquisa-ação; devendo contemplar o planejamento da pesquisa, a coleta e análise de dados, a implementação de ações, e encerrando no registro dos resultados. Mas é preciso que seja observado (respeitado) um protocolo, conforme apresentado na figura 2.

Figura 2. Pesquisa-ação




Fonte: (Vasconcellos et al., 2022).

A pesquisa-ação foi elaborada a partir dos protocolos que podem ser observados abaixo, na tabela 2.

Tabela 2. Protocolo de pesquisa-ação

| Elemento | Descrição |
|---|---|
| Objetivo | Elaborar uma capacitação para o desenvolvimento de microempreendimentos culturais em regiões periféricas no Rio de Janeiro. |
| Unidade de Análise | Aperfeiçoamento de microempreendimentos do setor da cultura |
| Validade dos constructos | Contraposição dos estudos analisados com o painel de especialistas. |
| Questão secundária do estudo de caso | - Quais práticas contribuem à identificação rápida de mudanças no ambiente para microempreendedores através de cursos de aperfeiçoamento?<br>- Quais as barreiras para implementação de workshops<br>- Qual a percepção dos microempreendedores culturais a respeito do projeto ofertado (execução e resultados)? |

Fonte: Dados da pesquisa.

Após a pesquisa-ação e seu protocolo, chegou-se a opção de ofertar um treinamento (Workshop), para microempreendedores e fazedores de cultura do Município do Rio de Janeiro e do Município de Nova Iguaçu, na baixada fluminense.

Se propôs fazer esta oficina em duas regiões diferentes, primeiro, para entender a viabilidade e a efetividade da educação empreendedora em locais diferentes e distintos do Estado do Rio de Janeiro, pois foi analisado nos procedimentos metodológicos anteriores e na própria pesquisa-ação, uma diferença de acesso a recursos em locais descentralizados como é o caso do município de Nova Iguaçu, como também em locais periféricos do Município do Rio de Janeiro.

**Fase 4. *Survey***

*Survey* é um método de pesquisa que tem por finalidade descrever ou explicar os conhecimentos gerados para uma pessoa ou grupo, e a percepção sobre a qualidade e efetividade repassada aos participantes (Lima et al., 2020). O procedimento foi coletado

através de questionário repassado aos estudantes do workshop, ofertado por esta pesquisa.

O questionário foi elaborado para descobrir a percepção dos participantes referente ao treinamento, quais foram os pontos positivos, quais pontos precisam ser aprimorados e o que pode ser acrescentado. Foi utilizada a escala *Likert* de cinco pontos, para entender as atitudes e comportamentos das pessoas que assistiram ao conteúdo proposto.

Este método consiste em uma série de perguntas, com cinco alternativas cada, para entender o nível de intensidade da opinião ao respeito do conhecimento que foi compartilhado, a partir da efetividade do workshop. Ao final da aula, os respondentes escolhem uma das cinco opções de cada pergunta: muito satisfatório, satisfatório, moderadamente satisfatório, insatisfatório e muito insatisfatório (Aguiar et al., 2011). O *Survey* foi enviado logo após os treinamentos ofertados de forma presencial ou on-line.

A construção do instrumento em primeiro lugar, é validar as variáveis de forma teórica. Em segundo lugar, analisar a contribuição do curso proposto e por último aperfeiçoar o treinamento através do feedback dos participantes. Este procedimento é importante na pesquisa-ação, pois evidencia o grau de importância de todos os envolvidos, e oportunizando que participantes não tenham apenas voz, mas que sejam realmente ouvidos e façam parte do resultado do projeto.

## 4. Resultados e análises

### 4.1 Análise de dados – NaProCult – UFRJ

A NaProCult é um projeto de extensão que nasceu dentro da Universidade Federal do Rio Janeiro, com a finalidade de ofertar consultorias e treinamentos na área de cultura, principalmente no direcionamento destes profissionais para elaboração de projetos para

editais ou leis incentivos. Esse apoio de entes governamentais e da sociedade civil é crucial para o desenvolvimento destes atores sociais (Cerneviciute, 2019).

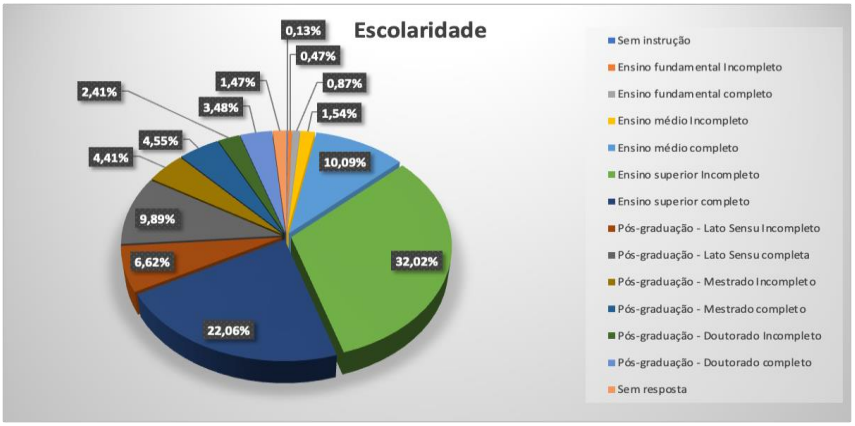
O objetivo desta pesquisa em aglutinar os dados oriundos da NaProCult, surgiu do interesse em compreender de onde e quem eram os microempreendimentos e seus fazedores de cultura que solicitavam ajuda profissional. Analisar o perfil das pessoas e o que estes trabalhadores gostariam de ter acesso.

Os resultados são procedentes do questionário produzido pelo projeto da UFRJ, e colocado em seu canal de comunicação, para recebimento de propostas do projeto de extensão, elaborado pelo formulário do Google. A partir das inscrições e respostas destes profissionais, retirou-se dados sobre os empreendimentos. Essas informações foram necessárias para conhecer os principais perfis, demandas, pedidos e subáreas que estão inseridos na cultura.

Como visto na revisão de literatura, o acesso à informação e consequentemente o acesso a ferramentas de fomento a cultura são centralizadas e desiguais, na divisão dos recursos (Donaldson, 2021). A educação empreendedora tem o papel de mitigar esses problemas na economia criativa, a partir de treinamentos e consultorias, principalmente para entes da sociedade civil que são invisíveis aos olhos do Estado (Trindade, 2022).

O avanço das cenas culturais depende da expansão não apenas dos fomentos, mas de políticas públicas que cheguem a estes atores sociais, que muito das vezes não se reconhecem como profissionais capazes de produzir ou ofertar seus serviços em modalidades de incentivo. Na maioria das vezes nem sabem que existe outras formas de renda no ramo da cultura (Pacella et al., 2021). A escolaridade dos profissionais da cultura que procuraram a NaProCult para solicitar consultorias sobre assuntos do ramo, foi exemplificada, conforme apresentado na figura 3.

Figura 3. Escolaridade dos profissionais da cultura que procuraram a NaProCult




Fonte: NaProCult (UFRJ) - 2023

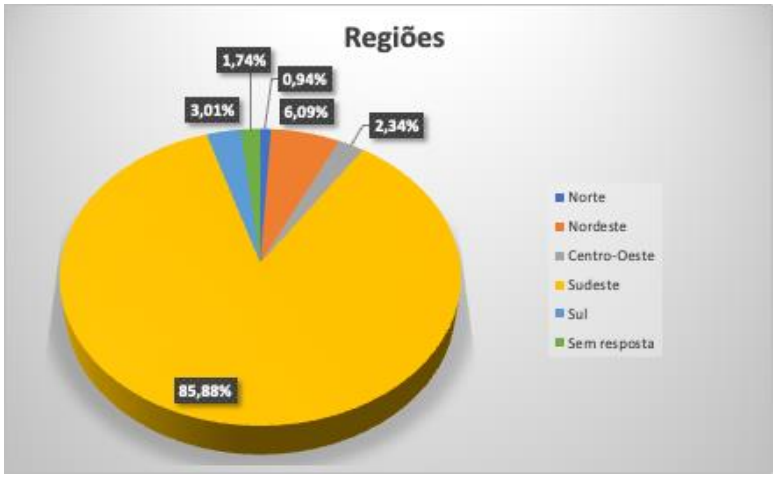
Nota-se que a maioria dos respondentes são de pessoas com maior grau de escolaridade, sendo ensino superior incompleto ou cursando, com 32,02% e ensino superior completo, que representa 22,06%. Apenas estes dois itens, representam mais de 50% da amostra colhida, que teve um total de 15 respondentes e 20 trabalhadores da cultura que foram abarcados com o treinamento. Porém, quando nos deparamos com a realidade brasileira, e principalmente para os fazedores de cultura formais ou informais, este cenário é diferente, chegando a apenas 20% da população brasileira (Palavezzini & Alves, 2020).

Estes dados exemplificam o valor que a disseminação de uma educação que vise ofertar não apenas o acesso à informação, mas que traga representatividade, pertencimento para atores sociais locais para territórios descentralizados e lugares periféricos, se faz importante.

Muitos dos trabalhadores da cultura, estão na rua, produzindo arte, acabam não sabendo das oportunidades que podem ser geradas a partir de pequenos treinamentos sobre inovação, empreendedorismo social e acesso a leis de incentivo e fomentos públicos.

O acesso a mecanismos de educação voltados para cultura está em evolução. Projetos realizados pela sociedade civil e entes governamentais, a partir de associações, ONGs ou outras formas de entidades contribuem para ajudar a oferta de ensino ou consultoria para entes empreendimentos do ramo cultural. Mostra a relevância do projeto da UFRJ, que recebeu pedidos por todo o território brasileiro. Conforme apresentado na figura 4.

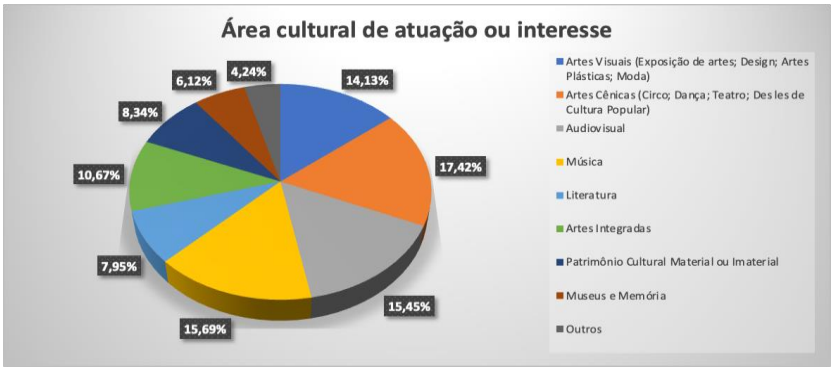
Figura 4. Recebimento de propostas pelo Brasil




Fonte: NaProCult (UFRJ) - 2023

O projeto é realizado em uma Universidade Federal do Rio, então essa proporção de pedidos é natural. No entanto, o dado relevante é que por ser um trabalho que não detém aporte público e realizado como projeto de extensão, ter trabalhadores da cultura, que conseguiram descobrir este conteúdo mostra a relevância do trabalho. Para prosseguir e posteriormente atingir uma melhor eficiência no treinamento realizado nesta pesquisa, foi necessário compreender quais os setores de maior interesse dos fazedores de cultura. Para isso, foi elaborado a figura 5 para compreender quais seriam as maiores áreas de atuação ou interesse destes empreendimentos.

Figura 5. Atuação ou interesse do solicitante




Fonte: NaProCult (UFRJ) - 2023

Os empreendimentos ou trabalhadores da cultura que procuraram o projeto de extensão para solicitar consultoria, a maior abrangência de pedidos, foram de pessoas que atuam nas artes cênicas, música e audiovisual. As três modalidades de cultura representam quase 50% dos pedidas auferidos pela organização.

A pesquisa acredita que essa maior relevância é atribuída por conta dos fomentos e leis de incentivo que são destinadas para estas modalidades, pois as outras áreas recebem aportes de forma mais específica, como a literatura, patrimônio cultural e imaterial e museus. A partir destes dados se procurou analisar quais são os pedidos de capacitação mais solicitados por estes profissionais da cultura.

A NaProCult é especializada em realizar consultorias sobre o acesso dos fazedores de cultura a leis de incentivo e editais de fomento diretos ou indiretos, ou seja, estes ofertados com dinheiro reservado por entes governamentais e suas secretarias ou a partir de renúncias fiscais. A captação de recursos com 36% e prestação de contas com 30%, foram as modalidades mais solicitadas ao projeto.

Nas leis de incentivo e editais, não apenas na análise destes dados, mas na observação participante e análise documental, foi constatada que estes fomentos necessitam de uma expertise maior para elaborar e solucionar as correções solicitadas pelos editais. A figura 6 exemplifica os dados referentes aos motivos da consultoria.

Figura 6. Principais motivos da consultoria




Fonte: NaProCult (UFRJ) - 2023

A partir dos resultados extraídos deste projeto, pode-se perceber alguns assuntos vitais, que irão agregar valor no desenrolar da pesquisa-ação proposta. O intuito era trazer para a fase 2, a maior gama de respostas para elaborar contribuições necessárias para elaboração de uma capacitação que fosse validada pelo painel de especialistas.

**4.2 Painel de Especialistas**

Indicado para pesquisas sociais e sendo um complemento de procedimentos multimétodos, como é o caso desta pesquisa, os resultados mostram que o caráter coletivo desta atividade, resulta no debate de ideias e análise dos especialistas a partir dos assuntos complexos e controversos sobre uma educação empreendedora para os microempreendimentos do ramo da cultura.

Vale ressaltar que os resultados deste procedimento não são apenas teóricos ou práticos, mas aglutinam implicações sociais, educacionais, políticos, territoriais etc. Por isso, a importância de colocar especialistas de diferentes momentos e estruturas sociais no painel, pois traz para o estado da arte, reflexões de pessoas igualmente competentes, mas de origens e realidades diferentes e desiguais (Pinheiro et al., 2013).

A característica dos resultados se faz muito mais no processo do que no produto, não como estratégia de confirmação de diagnósticos, mas para abrir espaço para pontos de vistas diferentes e poder trazer sonoridade a alguns atores sociais que nunca tiveram voz e que nunca puderam opinar na validação de um treinamento.

A partir do exposto, aconteceram duas reuniões com os especialistas, de forma on-line, em formato de debate, onde os pesquisadores deste projeto trouxeram um treinamento com suas bases pré-elaboradas. Nos encontros foram ratificados e retificados algumas ideias, palavras e expressões.

Os assuntos mais importantes foram selecionados e aperfeiçoados para a aplicação do treinamento proposto. A base do Workshop proposta foi Cultura, Empreendedorismo e Desenvolvimento Regional, explicada e ensinada a partir da educação empreendedora.

Transversalidade da cultura, agenda 2030 da ONU, inovação, olhar criativo para o mercado e criação de produtos e subprodutos, foram temas centrais da elaboração da oficina proposta. A partir dessas ideias centrais, dirigiu-se assuntos como formalização dos trabalhadores, sendo suas vantagens e desvantagens, orientação sobre o novo mercado de trabalho, e a visão da união da arte com assuntos debatidos pela sociedade civil.

Outro assunto debatido, foram as leis de incentivo e editais de fomento, os debatedores entendem que as leis precisam ser aperfeiçoadas, tanto na divisão dos recursos, como na descentralização dos projetos que são escolhidos e até mesmo criar mecanismos de porcentagens para lugares específicos, para haver maior equilíbrio entre as grandes empresas da indústria cultural e os microempreendimentos do setor.

Trazer ao conhecimento dos fazedores de cultura que estes incentivos também podem ser alcançados por eles, também foi algo debatido e defendido pelos especialistas.

Ofertar pertencimento e representatividade no treinamento, é uma das missões da educação empreendedora. Não apenas para transmitir um conteúdo técnico ou prático, mas serve como agente transformador e rompimento de bolhas sociais destes trabalhadores.

O painel de especialistas é uma ferramenta importante e balizadora para validar o procedimento que foi realizado a seguir. A ideia é diagnosticar a realidade vivenciada pelo setor cultural, por este motivo, neste encontro, foi acrescentado profissionais que são microeempreendedores, com o intuito de não apenas dar voz, mas escutar as reivindicações dos trabalhadores que estão no primeiro degrau da pirâmide social.

### 4.3 Workshop

A palavra workshop traduzida para o português significa oficina, tendo como finalidade na educação empreendedora, aperfeiçoar técnicas mediante esclarecimento de temas por intermédio de um palestrante. Tipo de evento que concilia uma parte explicativa com o desenvolvimento de atividades práticas, fazendo com que os participantes estejam envolvidos no processo de aprendizagem de forma efetiva (Prediger, 2020).

A proposta do treinamento envolve trazer contribuições aos microempreendimentos do ramo da cultura e seus fazedores de cultura, sobre as perspectivas da educação empreendedora para seus negócios ou serviços. Uma abordagem que traga pertencimento e compreensão que o trabalhador criativo pode elaborar seus próprios projetos, sejam eles de fontes privadas ou públicas. E propostas que estejam em concordância com as práticas de mercado vigentes, como o empreendedorismo social e pautas alinhadas a Agenda 2030 da ONU.

Foram realizados 4 treinamentos, 3 de forma on-line, solicitados pelos profissionais da cultura e 1 treinamento presencial, totalizando 20 alunos. Este último, foi realizado na Baixada Fluminense, no Município de nova Iguaçu/Estado do Rio de Janeiro. Foi neste município que se constatou uma carência ainda maior na oferta de treinamentos para a cultura, com o olhar de educação empreendedora.

Os treinamentos foram divulgados pela rede social dos pesquisadores, de pessoas conhecidas, professores e institutos parceiros, estes últimos que não apenas contribuíram para a disseminação da informação sobre as oficinas propostas, mas o acesso de espaços de cultura que estes locais detêm. Estes lugares, como lonas culturais, espaços privados, que ajudaram na observação participante desta pesquisa.

Houve uma dificuldade no aceite dos profissionais da cultura em participar do treinamento, mesmo que a atividade tenha sido fornecida de forma gratuita. O não comparecimento dos fazedores de cultura pode ser explicado por alguns motivos, tais como: período que foi proposto o treinamento, férias escolares, reaquecimento da economia, próximo de datas comemorativas como o carnaval. Porém, muitos dos trabalhadores da cultura por estarem invisíveis aos olhos do Estado por muito tempo, acham que o treinamento não é para eles.

No entanto, os que puderam comparecer, comentaram de forma positiva, não apenas o conteúdo, mas a forma de interação e do acesso a informações que antes eram desconhecidas por eles. Estas implicações do treinamento são muito importantes na pesquisa-ação, pois a academia nesta parte do processo está aprendendo com o receptor do treinamento. Achados que iremos analisar no *Survey.*

## 4.4 Survey

O questionário elaborado a partir da escala *likert*, conceitualmente usada em conjunto com a matemática aplicada à psicologia, corrobora para promover uma imersão na mente de quem consome o treinamento, obtendo uma interpretação habilitada para extrair informações qualitativas de uma pergunta estrutura de contexto quantitativo (Lima et al., 2020).

O objetivo é avaliar os resultados obtidos a partir das respostas dos alunos, a partir de um questionário, elaborado para compreender o grau de satisfação do treinamento ofertado por esta pesquisa. Todos os respondentes participaram ativamente do workshop e são de alguma área da cultura.

O perfil sociodemográfico dos respondentes evidenciou que 60% eram do público feminino, e 40% masculino. Sobre a questão étnica racial, 70% dos alunos se declararam pretos ou pardos e 40%, se declaravam pessoas brancas. A maior parte dos alunos estavam na faixa de 18 a 29 anos, representando 46,7%, seguido do público de 50 anos ou mais, com 20%. A maior parte dos alunos alcançados pelo treinamento tinham o ensino médio completo, com 40%, seguido do ensino superior incompleto ou completo com 33,3% e profissionais da cultura que detinham pós-graduação com 26,7%. A faixa de renda dos fazedores de cultura em sua maioria é de até dois salários-mínimos, com 42,9%, seguido de pessoas que ganhavam até um salário-mínimo com 35,7% dos respondentes.

Por intermédio destes dados, é importante a observação que o treinamento alcançou grupos que se pretendia chegar, como profissionais da cultura que estão à margem do conhecimento sobre educação empreendedora e seus respectivos benefícios. A compreensão da possibilidade de participar de editais e leis de incentivo, de saber onde

procurar tais modalidades de fomento e principalmente entender como sua cultura pode ser potencializada com o olhar de mercado, foram pontos perguntados.

O questionário procurou compreender além da questão socioeconômica destes atores sociais, indagações sobre o que estes fazedores de cultura acharam da oficina, referente à sua duração, conteúdo, organização, pertencimento e representatividade que a oficina dispôs para os alunos e o grau de importância desta ideia.

A figura 7, apresenta as respostas pertinentes a duração do treinamento, no qual, 53,3% dos alunos que responderam ao questionário, acharam muito satisfatório e 46,7% acharam satisfatório o tempo.

Figura 7. Duração do Workshop




Fonte: O próprio autor

O treinamento teve duração de aproximadamente duas horas em cada oficina realizada. Foram feitos 3 treinamentos de forma on-line e um treinamento presencial no Munícipio de Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense do Estado do Rio de Janeiro. Procurou se ofertar outros treinamentos presenciais, mas devido a pedido dos próprios alunos, que moraram em lugares diferentes do Município do Rio e até mesmo de outros municípios próximos, se elaborou está estratégia.

Quanto a avaliação do nível de organização do treinamento os pesquisadores puderam compreender não apenas o conteúdo, mas a facilidade de acesso para o treinamento, o design do convite que foi compartilhado com o horário, dia e hora, além da plataforma utilizada para transmitir a reunião. E no workshop presencial, se procurou saber sobre o acesso ao local escolhido, a qualidade dos equipamentos e estrutura utilizada. Evidenciada na figura 8.

Figura 8. Nível de organização




Fonte: O próprio autor

As respostas obtiveram 66,7% dos alunos respondentes avaliando a organização do evento como muito satisfatória e 33,3 acharam satisfatório, mais uma vez, nenhum dos alunos achou o treinamento pouco satisfatório ou insatisfatório.

O conteúdo proposto foi validado a partir de toda a revisão de literatura realizada, pesquisa-ação e validada pelo painel de especialistas convidados por este projeto. Ao final, foi evidenciando algumas carências que deveriam ser aperfeiçoadas e acrescentadas ao treinamento, como um foco maior na transversalidade que a cultura detém no mercado e como ela pode potencializar o território ou lugar periférico a partir dos potenciais culturais, conforme apresentado na figura 9.

Figura 9. Conteúdo




Fonte: O próprio autor

Como se observou, pela figrua 9, 73,3% dos respondentes consideraram muito satisfatório o conteúdo proposto, 20% como satisfatório e 6,7% como moderadamente satisfatório. Neste último item, um dos alunos na pergunta final do questionário recomendou que o conteúdo poderia ser ampliado e aprofundado em alguns quesitos ou colocado em mais dias.

Esta pesquisa ao longo de todo o processo, se preocupou em dar voz aos microempreendimentos e profissionais da cultura, compreendendo que é crucial não apenas ouvir relatos, mas também, elaborar treinamentos, e (re)estruturar ideias a partir da visão dos atores sociais. Assim, a figura 10, expressa a opinião dos alunos a partir de como eles se sentiram representados pelo treinamento.

Figura 10. Pertencimento e representatividade




Fonte: O próprio autor

Este dado indicou que 66,7% dos respondentes julgaram como muito satisfatório o pertencimento e representatividade que o workshop lhes proporcionou, 26,7% representados e 6,7% admitiram estar moderadamente representados. Um dos relatos que foram enviados de forma escrita, observou que depois da oficina, a aluna está mais disposta e confiante de que pode viver do seu trabalho com a cultura e colocar em práticas suas ideias.

Foi perguntado aos integrantes do treinamento sobre o que eles consideraram a cerca da importância do treinamento para os microempreendementos da cultura e seus fazedores de cultura, visto que existem inúmeros projetos que ofertem ensino sobre o tema, mas poucos são os que suscitam uma educação empreendedora para estes trabalhadores a partir de perspectivas sobre cultura, empreendedorismo, desenvolvimento regional e agenda 2030 da ONU, a seguir a figura 11 pergunta sobre a importância do treinamento para os alunos.

Figura 11. Importância do treinamento




Fonte: O próprio autor

Constatou-se que todos os alunos responderam ser muito importante esta modalidade de treinamento. Um dos respondentes afirmou que desconhecia muito dos conteúdos

colocados na oficina e que a partir dessa visão empreendedora, fará muita diferença para pensar em novas formas de inovação do seu trabalho na cultura. A figura 12, ilustra o grau de compreensão dos pesquisadores sobre o impacto do treinamento sobre as normas formas de empreendedorismo que os alunos foram ensinados.

Figura 12. Workshop ajudou a empreender na cultura?

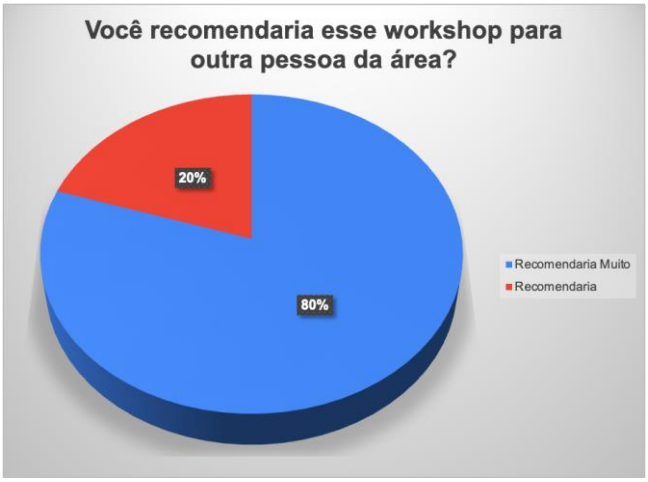



Fonte: O próprio autor

Por intermédio das respostas, 66,7% da amostragem como muito satisfatório, 26,7% como satisfatório e 6,7% acreditam que foi moderadamente satisfatório. A partir das respostas dadas de forma escrita, os pesquisadores entendem que o treinamento pode ser aperfeiçoado, aprofundando mais sobre as formas de fomento, sendo elas públicas ou privadas, além das empresas que participam destes editais.

Para finalizar o questionário, e como parte de um framework, é crucial saber se os integrantes do treinamento recomendariam para outro profissional da área cultural. O objetivo desta pesquisa é propagar a educação empreendedora para mais microempreendimentos ou trabalhadores da cultura que ainda continuam sendo informais, desconhecendo outras formas que possam gerar renda e sobrevivência de seus negócios e principalmente aqueles que ainda são invisíveis aos olhos do Estado. Informações estas, colocadas na figura 13.

Figura 13. Recomendaria este treinamento para outro profissional da cultura?




Fonte: O próprio autor

A constatação foi de que 80% dos alunos "recomendariam muito" e 20% recomendariam o treinamento ofertado. Uma das opiniões considera como indispensável oficinas como essa, porque possibilita conhecer novas histórias, possibilidades para criar caminhos, a partir da troca de ideias e questionamentos que são feitos dentro das aulas.

## 5. Considerações finais

A pesquisa teve como propósito produzir uma capacitação por intermédio de uma educação empreendedora para os microempreendimentos da cultura ou fazedores da cultura que ainda trabalham na informalidade; bem como a apresentação de possibilidades para estes empreendimentos como acesso e elaboração de projetos para fomentos culturais ou remodelando seus produtos e serviços a partir da transversalidade que a cultura oferta.

Como resultados sobre este framework dos microempreendimentos do ramo da cultura no desenvolvimento regional, constatou-se que existe déficit de treinamentos voltados

para os fazedores de cultura, com a perspectiva de educação empreendedora voltada para inovação e sustentabilidade de seus negócios, a partir da nova visão de mercado.

As contribuições deste treinamento para microempreendedimentos ou trabalhadores da cultura, é crucial para o desenvolvimento profissional e técnico destes negócios, mas principalmente da compreensão destes atores sociais sobre a visão de pertencimento e representatividade que eles podem trazer para o desenvolvimento regional e seus locais periféricos. A partir dos potenciais culturais, sendo visualizados por uma perspectiva voltada para o que a sociedade civil debate atualmente.

O artigo buscou, por meio do processo de multimétodos, compreender e corresponder uma conjuntura complexa e multifacetada que é o ramo cultural, a partir de investigação sobre a ótica social na elaboração da pesquisa. A utilização de vários métodos, mitiga a armadilha que as pesquisas acadêmicas podem entrar ao tentar adaptar à realidade para sua teoria, além de que cada método utilizado valida o procedimento seguinte.

A limitação do estudo decorre do tamanho da amostra analisada, pois se apresenta um número reduzido de participantes do treinamento, totalizando 20 alunos e sua consequente pesquisa de satisfação (Survey), em comparação com o público geral deste setor. Não podendo garantir a representação dos resultados em relação ao público-alvo. No entanto, a amostra não se torna inválida, pois analisou de forma concisa os resultados oferecidos dentro da pesquisa realizada.

Em pesquisas futuras, as ações propostas por este artigo, são de aprofundar as relações dos microempreendimentos do ramo da cultura ao desenvolvimento regional e periférico das regiões, a partir da perspectiva da quadrupla hélice de desenvolvimento. Traçando mecanismos de ensino educacional, social e profissional destes empreendimentos ou fazedores da cultura, para a partir de um planejamento Estado-

Universidade-Sociedade civil, se oferte a manutenção e crescimento destes empreendimentos em territórios afastados dos centros ou locais periféricos. Podendo chegar na hélice quíntupla, que reúne estruturas interdisciplinares e transdisciplinares fornecendo a gestão na qualidade do desenvolvimento eficaz.

A cultura tem um papel na transformação social, econômica, sustentável e política de um território, por ser um tema transversal, flutua e agrega valor para vários segmentos da sociedade. A partir de uma educação empreendedora que abranjam perspectivas do trabalhador de cultura relativo ao mercado. É crucial gerar o sentimento de pertencimento ao fazedor de cultura. Em seguida, expandir a visão sobre novas formas de negócio e em terceiro, proporcionar para este trabalhador a oportunidade de sobreviver da sua arte, aliando seu trabalho com as perspectivas de negócio ofertadas e recebidas pelo mercado de trabalho atual, unindo cultura com assuntos debatidos pela sociedade civil e empresas.

**Referências**

Aguiar, B., Correia, W., & Campos, F. (2011). Uso da escala likert na análise de jogos. *Salvador: SBC-Proceedings of SBGames Anais*, *7*(2).

Andres, L., & Chapain, C. (2013). The integration of cultural and creative industries into local and regional development strategies in Birmingham and Marseille: Towards an inclusive and collaborative governance?. *Regional Studies*, *47*(2), 161-182.

de Araujo, G. F., & Davel, E. (2018). Educação empreendedora, experiência e John Dewey. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, *12*(4), 1-16.

Baccarne, B., Logghe, S., Schuurman, D., & De Marez, L. (2016). Governing quintuple helix innovation: urban living labs and socio-ecological entrepreneurship. *Technology Innovation Management Review*, *6*(3), 22-30.

Baculáková, K., & Grešš, M. (2021). Spatial Distribution Model for Targeting the Support for Cultural Institutions' Development: A Case Study of Slovakia. *Museology & Cultural Heritage/Muzeologia a Kulturne Dedicstvo*, *9*(3).

Barbalho, A. (2014). O Sistema Nacional de Cultura no governo Dilma: continuidades e avanços. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, *2*(2), 188-207.

Barbosa, R. A. P., Da Silva, E. A., Gonçalves, F. H. L., & De Morais, F. R. (2020). O impacto da educação empreendedora na intenção de empreender: análise dos traços de personalidade. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, *9*(1), 124-158.

Bastos, M. F., de Souza Neto, B., & Diniz, D. M. (2021). Não-manual do empreendedorismo: Atividades reflexivas para uma educação empreendedora: Atividades reflexivas para uma educação empreendedora. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, *15*(1), 24-40.

Canestrino, R., Ćwiklicki, M., Magliocca, P., & Pawełek, B. (2020). Understanding social entrepreneurship: A cultural perspective in business research. *Journal of Business Research*, *110*, 132-143.

Carrasco Arroyo, S. (2006). Medir la cultura: una tarea inacabada.

Carayannis, E. G., Grigoroudis, E., Campbell, D. F., Meissner, D., & Stamati, D. (2018). The ecosystem as helix: an exploratory theory-building study of regional co-opetitive entrepreneurial ecosystems as Quadruple/Quintuple Helix Innovation Models. *R&d Management*, *48*(1), 148-162.

Černevičiūtė, J., Strazdas, R., Kregždaitė, R., & Tvaronavičienė, M. (2019). Cultural and creative industries for sustainable postindustrial regional development: The case of Lithuania. *Journal of International Studies*, *12*(2).

Chiu, Y. H., & Liu, Y. Y. (2021). The Elaborated Assessment Framework of City Competitiveness from the Perspective of Regional Resource Integration. *Sustainability*, *13*(11), 5932.

de Souza Saldanha, B. (2020). A aplicabilidade da Lei Rouanet para a promoção de uma base cultural axiológica. *Revista De Direito*, *12*(2), 1-23.

Cruz, W. (2023). Modelo estratégico prospectivo a las emprendedoras del departamento de Casanare. *Tendencias*, *24*(1), 155-173. https://doi.org/10.22267/rtend.222302.219

Donaldson, C. (2021). Culture in the entrepreneurial ecosystem: A conceptual framing. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *17*(1), 289-319.

de Queiroz Pinheiro, J., Farias, T. M., & Abe-Lima, J. Y. (2013). Painel de especialistas e estratégia multimétodos: reflexões, exemplos, perspectivas. *Psico*, *44*(2).

Duncombe, C. (2019). Popular culture, post-truth and emotional framings of world politics. *Australian Journal of Political Science*, *54*(4), 543-555.

Faludi, J. (2019). The paradigm of the creative class in regional and urban development revisited. An overview. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, *10*(2), 167-188.

Ferreira, R. N. A DEFINIÇÃO DE INDICADORES DE CULTURA NO CONTEXTO DO MONITORAMENTO LOCAL DA AGENDA ODS: DESAFIOS E PERSPECTIVAS A PARTIR DA EXPERIÊNCIA DE BELO HORIZONTE-MG. *Diversidade, sustentabilidade e políticas*, 73.

FERNÁNDEZ, S. M. G. (2021). O PAPEL DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS NA DIPLOMACIA CULTURAL E O SOFT POWER ENTRE A CHINA E A UNIÃO EUROPEIA. *Terrorismo transnacional: uma ameaça à segurança global–Lucie Calléja–pp 1-12 NATO 2030: a sobrevivência numa nova era–Marco António Ferreira da Cruz–pp 13-32 O papel das indústrias culturais e criativas na diplomacia cultural e o soft power entre a China e a União Europeia–Silvia María González Fernández–pp 33-64 A relação China-Rússia e a constituição da cultura da Organização para a Cooperação de Xangai–*, *12*(1), 33-64.

Fritsch, M., & Wyrwich, M. (2018). Regional knowledge, entrepreneurial culture, and innovative start-ups over time and space—an empirical investigation. *Small Business Economics*, *51*, 337-353.

Gama, M. (2020). *Cultura e Desenvolvimento: Projetos culturais e a Agenda 2030* (Vol. 2). Working report.

Görmar, F., & Harfst, J. (2019). Path renewal or path dependence? The role of industrial culture in regional restructuring. *Urban Science*, *3*(4), 106.

Jancovich, L., & Hansen, L. E. (2018). Rethinking participation in the Aarhus as European Capital of Culture 2017 project. *Cultural Trends*, *27*(3), 173-186.

Jelinčić, D. A. (2021). Indicators for cultural and creative industries' impact assessment on cultural heritage and tourism. *Sustainability*, *13*(14), 7732.

LENOVSKÝ, L., Čukan, J., Dubská, M., & Michalík, B. (2014). Hodnotiaci model kultúrneho potenciálu.

Lima, J. V. V., Silva, C. A. D., de Alencar, F. M. R., & Santos, W. B. (2020, November). Metodologias Ativas como forma de reduzir os desafios do ensino em Engenharia de Software: diagnóstico de um survey. In *Anais do XXXI Simpósio Brasileiro de Informática na Educaçao* (pp. 172-181). SBC.

Meekes, J. F., Buda, D. M., & De Roo, G. (2017). Leeuwarden 2018: Complexity of leisure-led regional development in a European Capital of Culture. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, *108*(1), 129-136.

Mello, M. F., & Nunes, L. D. L. S. (2018). A importância da Educação Empreendedora para a cultura e formação de novos empreendedores. *Saber Humano: Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti*, *8*(13), 152-173.

Nikolova-Alexieva, V., & Angelova, M. N. (2020). Opportunities for raising the entrepreneurial culture-a factor for competitiveness of the Bulgarian economy. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *40*(3), 373-398.

Oakley, K., Hesmondhalgh, D., Lee, D., & Nisbett, M. (2014). The national trust for talent? NESTA and New Labour's cultural policy. *British Politics*, *9*, 297-317.

Pacella, J., Luckman, S., & O'Connor, J. (2021). Fire, pestilence and the extractive economy: Cultural policy after cultural policy. *Cultural trends*, *30*(1), 40-51.

PACITO-ALMEIDA, A. B., SANTANA, A. B. N., ZANGIROLANI, L. T. O., & MEDEIROS, M. A. T. D. (2020). Validação de conteúdo de Instrumento de Avaliação da Atenção Nutricional na Atenção Primária à Saúde. *Revista de Nutrição*, *33*.

Pagano, A., Petrucci, F., & Bocconcelli, R. (2018). A business network perspective on unconventional entrepreneurship: A case from the cultural sector. *Journal of Business Research*, *92*, 455-464.

Palavezzini, J., & Alves, J. M. (2020). Indicadores da OCDE e suas implicações para a política de educação superior no Brasil. *Argumentum*, *12*(3), 256-269.

Prasetyo, P. E. (2019). Role of entrepreneurial culture as the driver of economic growth. *International Journal of Economics and Financial Issues*, *9*(3), 237.

Prediger, J.M. (2020). Viver o empreendedorismo: Oficina Técnico Empreendedor: despertando empreendedores no ensino médio integrado.

Qian, H., & Liu, S. (2018). Cultural entrepreneurship in US cities. *Journal of Urban Affairs*, *40*(8), 1043-1065.

Quintero, L., Urbarán, D. y Piñeros, S. (2023). Perception of tourism stakeholders due to the effects of covid-19. Case of municipal territories in Antioquia-Colombia. *Tendencias, 24*(1), 1-23. https://doi.org/10.22267/rtend.222302.213

Rieger, F. C., & Brum, A. L. (2020). Paradiplomacia e Desenvolvimento Regional: Uma Proposta de Cooperação entre Governos Locais. *Rde-Revista de Desenvolvimento Econômico*, *3*(44).

Rodrigues, L. A. F., & Correia, M. S. (2021). Cultura e processos de gestão em tempo de pandemia-quantificações emergenciais. *Políticas Culturais em Revista*, *14*(1), 109-132.

Shitsuka, R., Shitsuka, D. M., & de Araujo Brito, M. L. (2020). Contribuição das redes sociais na melhoria do aprendizado: um estudo de pesquisa-ação. *Humanidades & Inovação*, *7*(11), 77-87.

Thiollent, M. J. M., & Colette, M. M. (2020). Pesquisa-ação, universidade e sociedade. *Revista Mbote*, *1*(1), 042-066.

Trindade, T. N. (2022). A construção de políticas públicas para a cultura no Brasil. *Estudos Ibero-Americanos*, *48*(1), e41540-e41540.

Villota, L. (2023). Caracterización y sostenibilidad del emprendimiento social rural en agronegocios asociativos del sur de Nariño. *Tendencias, 24*(1), 50-78. https://doi.org/10.22267/rtend.222302.215

Wu, Y. C., & Lin, S. W. (2021). Integrated approach for exploring critical elements that affect sustainable development of cultural and creative industries. *Journal of Business Economics and Management*, *22*(3), 596-615.

# CAPÍTULO 4: Considerações Finais

## 4.1 Apontamentos

A afirmação sobre as contribuições sobre os microempreendimentos e trabalhadores do ramo da cultura para o desenvolvimento regional de regiões vem atravessando intensas mudanças nos últimos anos. O mercado cultural sempre foi criminalizado e visto como um setor de divertimento, mas quem não detinha representatividade e pertencimento para os atores sociais envolvidos na grande maioria destes trabalhadores, sendo realmente prestigiados os principais fazedores de cultura e arte da indústria cultural.

A partir de ações em todo o mundo como a Agenda 2030 da ONU, que trata sobre os 17 objetivos de desenvolvimento sustentável, e o ano de 2021 colocado como a período de promoção e visibilidade da cultura no planeta. A sociedade cívil e os entes políticos começaram a entender o papel deste setor não apenas na econômica, para a estabilização de políticas sociais e educacionais.

A tem o poder da transversalidade, de conseguir flutuar em diversos cenários, locais e grupos distintos, aglutinando valores para o aperfeiçoamento de pessoas e empresas. A partir deste trabalho, constatou-se a potencialidade que a cultura tem de agregar valor para políticas públicas diversas e nesta pesquisa para o desenvolvimento regional. Por intermédio da quadrupla hélice, que aglutina a cultura para a promoção de projetos e ações que promovam o bem-estar social.

Esta pesquisa no seu artigo 1, procurou pesquisar a partir de uma revisão sistemática, um olhar geral sobre o que os pesquisadores estavam trabalhando sobre a conexão entre cultura e desenvolvimento social, a partir dos microempreendimentos da cultura. Analisou-se que existiam muitos artigos que tratavam do tema, no entanto, poucos que efetivamente ofertavam aperfeiçoamentos para pequenos empreendimentos e trabalhadores ainda informais. Além de artigos que trabalhavam sobre a temática, contudo, não estavam em bases indexadas e foram excluídos no refino do procedimento metodológico, para análise do resultado.

O artigo 2, procurou evidenciar os desafios encontrados por microempreendimentos e trabalhadores do ramo da cultura, principalmente depois da

pandemia covid-19, que asfixiou a economia criativa em todo o mundo. Diagnosticou-se que existem inúmeros problemas, especialmente para os fazedores de cultura de pequenas empresas ou até mesmos autônomos. A partir de um estudo de caso feito com entrevistas com o procedimento bola de neve (Snowball). presenciou a partir dos relatos, dificuldades como acesso à informação sobre incentivos públicos, de forma direta ou indireta para a cultura, escassez de espaços públicos e privados que ofertassem seus locais para apresentações, e que estes não fossem dispendiosos. A centralização da escolha e do envio dos recursos, em especial ofertados para grandes empresas da indústria cultural, localizados em sua maioria em regiões centrais. E principalmente a falta de uma educação empreendedora para estes trabalhadores da cultura que estão na superfície da pirâmide. Fazendo-os pensar que leis de incentivo e editais de fomento não deveriam ser mesmo para eles, os tornando "invisíveis aos olhos do Estado".

O artigo 3 explorou tudo o que foi analisado e debatido nos artigos anteriores para planejar um procedimento multimétodo, elaborando um framework para microempreendimentos do ramo da cultura. Reconheceu-se a necessidade de trazer práticas de inovação e gestão de negócios a partir da educação empreendedora, que primeiro, trouxe pertencimento e representatividade para o fazedor da cultura, informação para estes empreendimentos e um olhar sobre o que o mercado necessita nos dias atuais.

A transversalidade da cultura pode ser potencializada com as práticas de educação empreendedora, aglutinando questões sociais, educacionais e econômicas aos projetos ofertados por estes trabalhadores e convertidos em propostas com alto teor mercadológico para empresas e entes públicos. A cultura tem o poder de transformar trajetórias e ensinar todas as faixas etárias a partir do divertimento e descontração de seus trabalhos.

Este último artigo, por ser mais complexo, precisou de várias etapas para validar a pesquisa proposta, até chegar ao treinamento proposto. Os pesquisadores apreenderam, que o trabalho deve ser elaborado também dando lugar de fala para estes pequenos fazedores de cultura, que estão na cadeia produtiva e em locais periféricos ou descentralizados do território.

Ao final, notou-se um sentimento que outras pesquisas devem sair de suas redomas acadêmicas em prol do desenvolvimento não apenas regional, mas que oferte o que de melhor se produz na acadêmica para ações práticas neste ramo da cultura.

## 4.2 Limitações

O artigo 1, realizou uma revisão sistemática de literatura, com o objetivo de buscar respostas de duas variáveis principais, a cultura, a partir do empreendedorismo cultura, e o desenvolvimento regional, a partir de ações sobre a cultura. Mesmo que a importância deste procedimento seja analisar o contexto de pesquisas no mundo, procurou entender o cenário brasileiro, para a partir desta análise, propor, como foi feito nos outros 2 artigos seguintes, ferramentas para contribuir no entendimento vantagens dos microempreemdimentos do ramo da cultura para o território.

O artigo 2, como ocorre em estudos que adotam o estudo de caso, existe como fragilidade principal os limites para a generalização dos resultados. No entanto, este efeito é mitigado por ter sido realizado uma ampla revisão de literatura, observação participante, e entrevistas com atores sociais do ramo da cultura. O objetivo era confrontar as diversas teorias que investigavam a cultura, o desenvolvimento regional, a educação empreendedora em prol da diminuição destes desafios encontrados por estes trabalhadores.

O artigo 3, foi baseado em uma junção de métodos, divididos em quatro fases, trazendo ações decisivas para a validação do próximo procedimento. Apresentando ao final um framework, que se trouxe uma visão sobre educação empreendedora voltada para o mercado atual. Ofertando produtos e serviços para a elaboração de projetos para leis de incentivo, ou para projetos focados para o mercado privado.

Apesar da finalidade proposta, cabe ressaltar a necessidade de futuras pesquisas que aprofundem e colaborem com frameworks para o ensino e aperfeiçoamento destes microempreendimentos do ramo da cultura. Ainda existe uma enorme dificuldade em ofertar estes treinamentos em locais de risco, como comunidades. É crucial a mobilização o Estado para o prosseguimento das hélices de desenvolvimento regional.

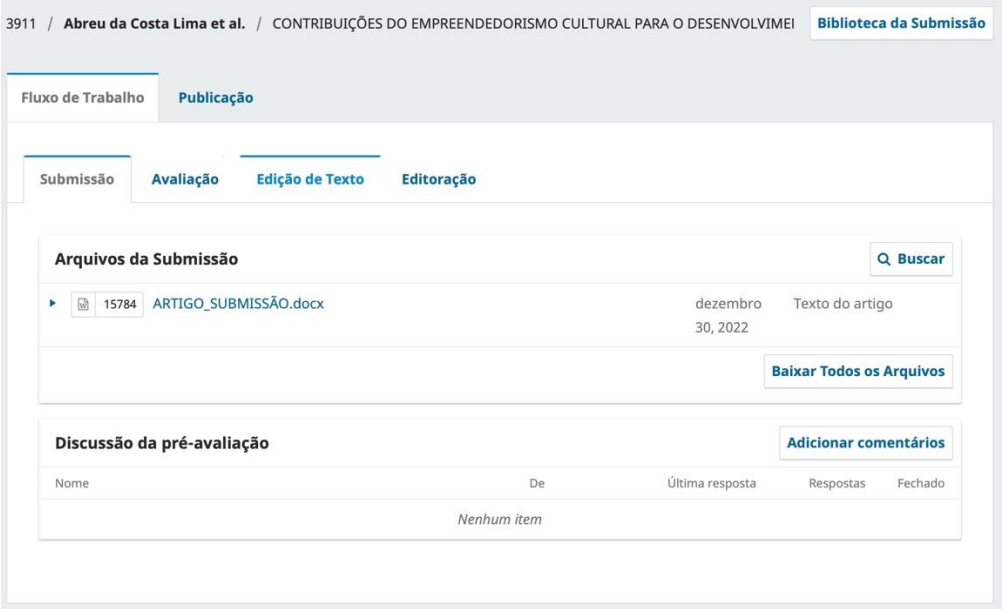
## 4.3 Anexos

### Anexo 1: Comprovante de submissão do Artigo 1

Artigo 1, foi submetido a revista Interações, é indexada a plataforma Scielo, fluxo contínuo, sendo B1 quando enviado, porém, na última avaliação do Capes, chegou a pontuação A3. Tendo seu número 1984-042X.

Link da revista abaixo:

https://interacoes.ucdb.br/interacoes/about

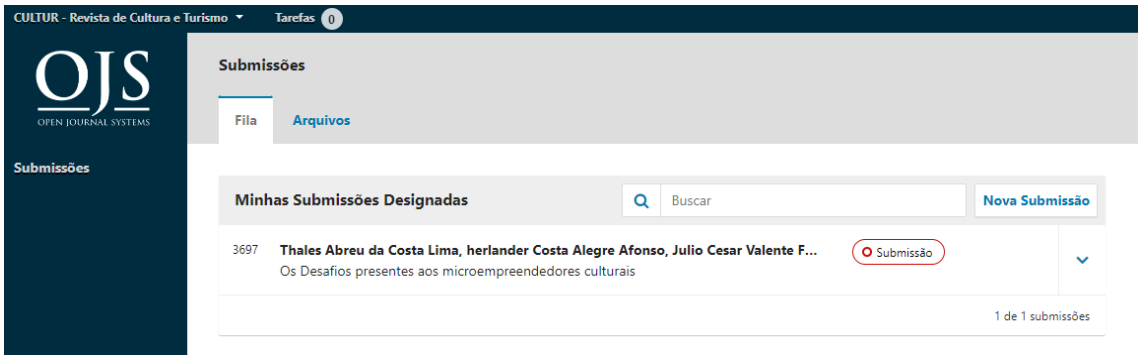


## Anexo 2: Comprovante de submissão do Artigo 2

Artigo 2, foi submetido a Revista CULTUR – Revista de Cultura e Turismo, é indexada a plataforma Latindex, fluxo trimestral, na última avaliação tirou conceito B1. Tendo seu número 1982-5838, no Qualis Periódico.

Link da revista abaixo:

http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/index




## Anexo 3: Comprovante de submissão do Artigo 3

Artigo 3 foi submetido a Revista Tendências, é indexada a plataforma Scielo, fluxo semestral, de extrato A. Tendo seu número 2539-0554, no Qualis Periódico.

Link da revista abaixo:

https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/repositorio

