

PRÁTICAS E ESTRATÉGIAS DO EMPREENDEDORISMO CULTURAL E A ECONOMIA CRIATIVA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA INTEGRATIVA DA PRODUÇÃO ACADÊMICA INTERNACIONAL

Williany Albuquerque Rodrigues

Programa de Pós-graduação em Administração (PROPADM/UFS)

Abimael Magno do Ouro Filho

Programa de Pós-graduação em Administração (PROPADM/UFS)

Gracyanne Freire de Araujo

Programa de Pós-graduação em Administração (PROPADM/UFS)

RESUMO:

Este artigo apresenta uma revisão sistemática integrativa da literatura científica internacional com o objetivo de mapear como a produção acadêmica sobre o empreendedorismo cultural e a economia criativa tem articulado aspectos relacionados à gestão, organização, práticas e estratégias. A revisão seguiu os procedimentos metodológicos propostos por Mendes et al. (2008), utilizando a base *Web of Science* - Coleção Principal, com busca realizada em julho de 2025. Foram utilizados descritores em inglês e operadores. Após aplicação dos critérios de inclusão e exclusão, foram selecionados 36 artigos para análise. Analisados por meio de análise temática, os estudos evidenciam uma produção acadêmica concentrada em países como Estados Unidos, Brasil, Reino Unido e Austrália. A análise permitiu identificar quatro eixos temáticos: gestão e organização no empreendedorismo cultural; práticas empreendedoras e processos de inovação cultural; relações entre economia criativa e sustentabilidade; e estratégias de apoio governamental e políticas públicas. A revisão aponta lacunas em contextos periféricos e à articulação entre práticas culturais locais e abordagens teóricas dos estudos organizacionais.

Palavras-chave: Empreendedorismo cultural. Economia criativa. Práticas empreendedoras. Revisão sistemática integrativa.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o empreendedorismo cultural tem se consolidado como um campo relevante de investigação acadêmica, acompanhando as transformações nas formas de produção, gestão e sustentabilidade das atividades culturais em diferentes contextos sociais e comunitários (Fialho; Burigo; Virgilio, 2023; Oliveira; Davel, 2022; Oliveira; Davel, 2025). Essas transformações estão associadas, entre outros fatores, à ampliação do debate sobre economia criativa e à valorização da diversidade cultural, elementos que têm impulsionado o surgimento de iniciativas voltadas à promoção, circulação e fortalecimento de expressões culturais em diferentes territórios (Almeida; Enoque; Borges, 2019).

A economia criativa tem sido amplamente discutida como um modelo de desenvolvimento baseado na criatividade, no conhecimento e na produção de bens e serviços simbólicos, cuja geração de valor está diretamente vinculada à cultura, à inovação e à propriedade intelectual (Howkins, 2001; Hartley, 2005). Nesse contexto, as atividades culturais passam a ocupar um papel estratégico nas dinâmicas econômicas contemporâneas,

contribuindo para a geração de renda, a dinamização de territórios e a valorização de identidades culturais (Grodach, 2013; Dinardi, 2019; Menezes; Batista, 2024). Nesse contexto, o empreendedorismo cultural emerge como uma forma de atuação que articula criatividade, gestão e inovação para viabilizar iniciativas culturais e ampliar a circulação de bens simbólicos na sociedade (Khaire, 2019; Lounsbury et al., 2019; Scott, 2012).

No campo acadêmico, o empreendedorismo cultural tem sido compreendido como um fenômeno que ultrapassa a dimensão estritamente econômica das atividades empreendedoras, envolvendo também aspectos sociais, culturais e simbólicos relacionados à criação, organização e gestão de iniciativas culturais (Almeida; Enoque; Borges, 2019; Marins; Davel, 2020). Nessa perspectiva, os empreendedores culturais mobilizam recursos materiais e imateriais, constroem redes de colaboração e desenvolvem estratégias organizacionais capazes de sustentar projetos culturais em diferentes contextos sociais (Marins; Davel, 2020). As práticas de empreendedorismo cultural podem ser observadas em diferentes tipos de iniciativas e eventos culturais que mobilizam atores sociais diversos, como festividades, manifestações populares e projetos culturais locais (Almeida; Enoque; Borges, 2019; Araujo; Barbosa, 2019). Tais iniciativas envolvem processos de organização, gestão e produção cultural que demandam a participação de múltiplos agentes culturais e sociais, bem como o desenvolvimento de estratégias capazes de garantir a continuidade e a sustentabilidade dessas ações ao longo do tempo (Oliveira; Davel, 2025). Nesse sentido, a gestão e a organização das iniciativas culturais tornam-se elementos centrais para a viabilização e manutenção dessas práticas empreendedoras no campo da cultura, uma vez que envolvem a articulação de recursos, atores e processos necessários à realização e continuidade das atividades culturais (Davel; Cora, 2016; Marins; Davel, 2020).

Apesar do crescente interesse pelo tema do empreendedorismo cultural, a produção acadêmica apresenta diferentes enfoques e abordagens analíticas, frequentemente articuladas a discussões sobre economia criativa, gestão cultural e desenvolvimento cultural (Dobрева; Ivanov, 2020; Campos, 2020). Parte da literatura aponta que o campo ainda se encontra em processo de consolidação teórica, sendo marcado por múltiplas perspectivas e diferentes formas de compreender as práticas empreendedoras no setor cultural (Basu; Altman, 2002; Comunian; England, 2020). Essa diversidade de abordagens amplia a compreensão do fenômeno, mas também evidencia a necessidade de sistematizar o conhecimento produzido, especialmente no que se refere às práticas de gestão, organização e produção cultural associadas às iniciativas empreendedoras no campo da cultura. Apesar desse avanço, ainda são limitados os estudos que procuram sistematizar de forma abrangente como o empreendedorismo cultural tem sido abordado na literatura, particularmente no que se refere às práticas organizacionais e às estratégias que sustentam iniciativas culturais em diferentes contextos (Dobрева; Ivanov, 2020; Lounsbury et al., 2019; Soublière; Lockwood, 2022).

Diante desse cenário, torna-se relevante compreender de que maneira a literatura acadêmica tem abordado o empreendedorismo cultural e sua relação com a economia criativa, bem como identificar quais dimensões e práticas têm recebido maior atenção nos estudos existentes. A realização de revisões sistemáticas da literatura contribui para reunir, organizar e analisar criticamente as contribuições já produzidas sobre determinado campo de investigação, permitindo identificar tendências de pesquisa, abordagens predominantes e lacunas que podem orientar novos estudos (Tranfield; Denyer; Smart, 2003; Snyder, 2019). Assim, o objetivo deste artigo é mapear como a produção acadêmica sobre o empreendedorismo cultural e a economia criativa tem articulado aspectos relacionados à gestão, organização, práticas e estratégias.

Para orientar a análise dos estudos selecionados, foram definidas categorias analíticas relacionadas à gestão, organização, produção cultural, práticas empreendedoras e estratégias de sustentabilidade. Essas categorias refletem dimensões recorrentes identificadas na literatura sobre empreendedorismo cultural e economia criativa, permitindo compreender como os diferentes estudos abordam a organização das iniciativas culturais, as práticas dos empreendedores e os mecanismos utilizados para garantir a continuidade dessas atividades.

2 METODOLOGIA

A revisão foi conduzida seguindo o método de revisão integrativa sistemática, conforme os critérios propostos por Mendes et al.(2008). Esse tipo de revisão permite a análise abrangente e organizada da literatura existente sobre um tema específico, garantindo uma visão crítica e sintética das contribuições já realizadas no campo de estudo. O processo foi conduzido de forma transparente, seguindo etapas bem definidas, com a finalidade de garantir a reprodutibilidade da pesquisa e a consistência dos resultados.

A revisão realizada é do tipo integrativa sistemática, o que significa que foram analisados estudos empíricos e teóricos com o objetivo de sintetizar os principais achados, identificar lacunas e propor direções para futuras investigações no campo do empreendedorismo cultural e da economia criativa (Mendes et al, 2008). A revisão seguiu as diretrizes de Mendes et al. (2008), que propõem um modelo de organização de dados e análise robusto, possibilitando uma compreensão detalhada sobre o estado da arte.

O processo de revisão seguiu as etapas tradicionais de uma revisão sistemática:

1. Definição da pergunta de pesquisa: a pergunta central que orientou a revisão foi: “Como os estudos sobre empreendedorismo cultural e economia criativa têm discutido práticas e estratégias de gestão e organização?” Esta questão foi elaborada de forma a orientar a busca por estudos focados nas práticas de gestão e organização dentro do contexto do empreendedorismo cultural.
2. Planejamento da revisão: o planejamento envolveu a definição clara da pergunta de pesquisa, a escolha da base de dados a ser consultada e a elaboração da estratégia de busca. A revisão foi conduzida com a intenção de mapear como o empreendedorismo cultural e a economia criativa articulam aspectos relacionados às práticas de gestão, organização e práticas e estratégias. As fontes de informação para a busca dos artigos foi a base de dados eletrônica acadêmica, com a busca realizada na *Web of Science* – Coleção Principal (Clarivate Analytics/Thomson Reuters). A busca foi realizada no dia 09/07/2025, utilizando a versão mais atualizada da base de dados. A escolha dessa base se deu por sua abrangência e qualidade no fornecimento de artigos relevantes na área de ciências sociais aplicadas.
3. Estabelecimento de critérios de inclusão/exclusão: foram considerados artigos de qualquer idioma, com foco exclusivamente em artigos acadêmicos publicados. Não houve limitação quanto ao período de publicação, de modo a incluir todos os estudos relevantes sobre o tema desde o surgimento do debate sobre empreendedorismo cultural até o ano de 2025. Os critérios de exclusão incluíram artigos que não tratassem diretamente do tema de empreendedorismo cultural ou economia criativa ou que não fossem artigos completos.

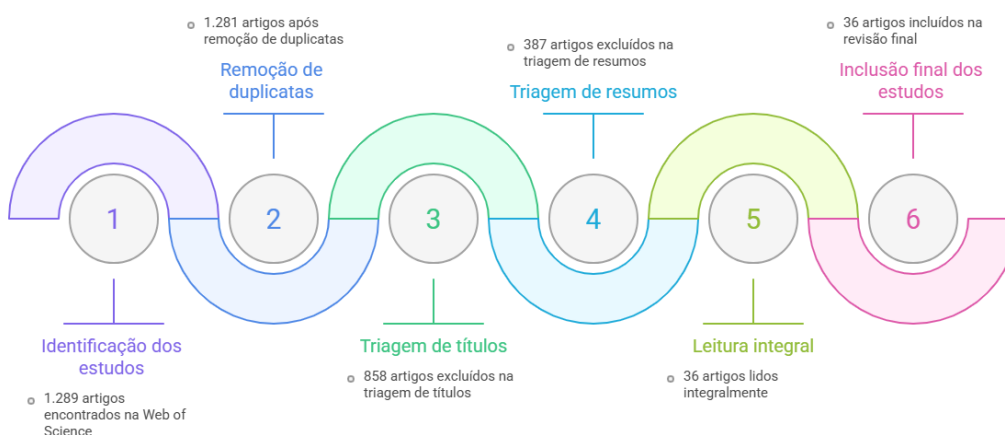
A estratégia de busca foi desenvolvida utilizando a seguinte query (string de busca), que combina descritores e operadores booleanos. Query: ("cultural entrepreneurship" OR "creative economy") AND (management* OR organization* OR production* OR practice* OR strateg*). Foram utilizados os operadores booleanos AND e OR para garantir que os artigos encontrados fossem relacionados aos principais temas da pesquisa. Além disso, foram aplicados truncamentos (*), o que permitiu que diferentes variações de uma palavra fossem

consideradas, como “management*”, “organization*”, “production*”, “practice*” e “strateg*”.

O processo de seleção dos estudos seguiu as etapas de triagem Mendes et al. (2008), de títulos, resumos e artigos completos, conforme descrito abaixo. O fluxograma PRISMA (2020) foi incluído nesta seção para ilustrar visualmente o processo de seleção dos artigos, desde a busca inicial até a seleção final dos estudos incluídos. A figura 1 ilustra de forma clara e visual o processo de seleção dos artigos, desde a identificação inicial até a inclusão final dos estudos. Esta figura serve como um guia para a transparência do processo, permitindo que a seleção dos estudos seja reproduzível e compreensível para outros pesquisadores.

Figura 1 - Fluxo da seleção dos artigos incluídos na revisão sistemática

Processo de Seleção de Estudos



Fonte: De autoria própria (2025)

A seleção dos estudos para esta revisão seguiu um processo rigoroso de aplicação de critérios bem definidos para garantir que os artigos incluídos fossem relevantes e que atendessem os requisitos estabelecidos. O processo de triagem dos artigos foi realizado em etapas, conforme ilustrado na figura 1, que descreve de forma transparente e reproduzível cada fase da seleção dos estudos. Todos os estudos incluídos na revisão passaram por uma avaliação crítica, considerando a relevância das práticas e estratégias de gestão e organização no contexto do empreendedorismo cultural e da economia criativa.

A extração e organização dos dados foi realizada de forma sistemática. Inicialmente, os dados dos estudos selecionados foram organizados em uma planilha no Excel, contemplando as seguintes informações: autor, ano de publicação, resumo, contribuições principais, métodos utilizados e aspectos principais da pesquisa. Essa organização permitiu sistematizar as informações relevantes de cada artigo e facilitar o processo de comparação entre os estudos analisados. Dessa forma, as categorias iniciais de análise incluíram o autor, o ano de publicação, os métodos utilizados, as principais contribuições para o campo e os aspectos relevantes relacionados ao empreendedorismo cultural.

Para análise do material foi realizada a análise temática (Bardin, 2011), a fim de identificar padrões e temas emergentes nos artigos selecionados. Esse tipo de análise permitiu agrupar as principais contribuições e tendências observadas nos estudos, oferecendo uma visão clara e sintetizada do que já foi discutido sobre o empreendedorismo cultural e a economia criativa. Identificando categorias como, gestão e organização no

empreendedorismo cultural, práticas empreendedoras e inovação cultural, economia criativa e sustentabilidade, estratégias de apoio governamental e políticas públicas.

Inicialmente, foram identificados 1.281 artigos na base de dado consultada. Após a remoção de duplicidades e a aplicação dos critérios de inclusão e exclusão, foram realizadas as leituras dos títulos, resumos e dos textos completos. Ao final desse processo, a amostra foi composta por 36 artigos, que foram analisados por meio de análise temática iterativa.

3 RESULTADOS

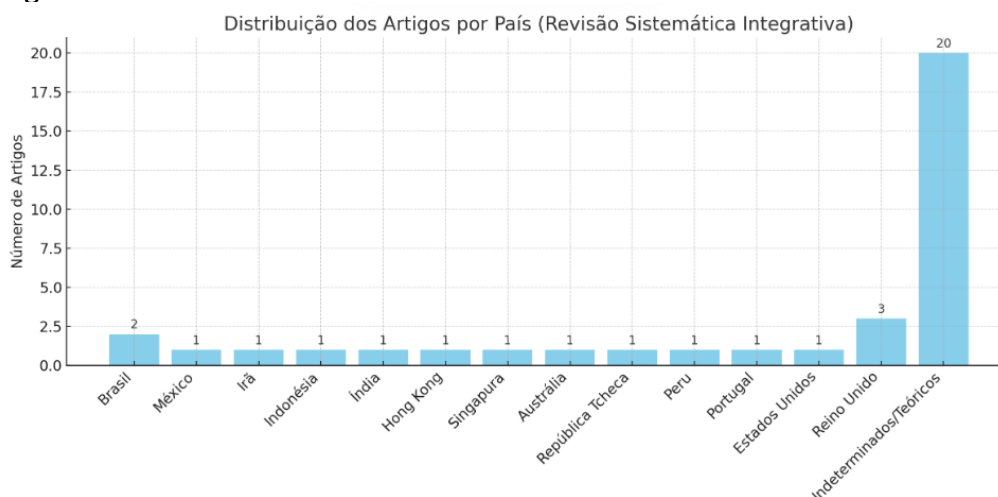
Nesta seção são apresentados os resultados da revisão integrativa sistemática, incluindo inicialmente uma caracterização do campo de pesquisa e, posteriormente, a análise temática dos estudos selecionados. A literatura analisada evidencia que o campo do empreendedorismo cultural tem sido desenvolvido a partir de diferentes perspectivas teóricas e empíricas, com contribuições recorrentes de autores que discutem a relação entre cultura, criatividade e práticas empreendedoras, como Abankina (2014; 2017), Grodach (2013), Sardana (2018), Satari e As'ad (2018) e Kavousy et al. (2010). Esses estudos abordam dimensões como organização de iniciativas culturais, inovação em contextos criativos, sustentabilidade econômica e papel das políticas públicas no fortalecimento do setor cultural.

A partir desse conjunto de contribuições, os resultados da revisão foram organizados em duas etapas, a partir das seguintes dimensões: (i) caracterização descritiva do campo de pesquisa e (ii) análise temática das principais abordagens identificadas na literatura.

1.1 CARACTERIZAÇÃO DOS ESTUDOS ANALISADOS

Como parte da caracterização dos estudos analisados, nesta dimensão buscou-se identificar os contextos geográficos em que as pesquisas foram desenvolvidas. A análise considerou o país ou região em que o estudo foi realizado empiricamente, quando essa informação estava explicitada nos artigos. Nos casos em que os estudos apresentavam natureza exclusivamente teórica ou conceitual, sem delimitação empírica específica, eles foram classificados como contexto não especificado. A distribuição dos estudos por país é apresentada na Figura 2.

Figura 2 – Países identificados nos estudos



Fonte: De autoria própria (2025)

Além da análise temática, foi realizada a identificação dos contextos empíricos investigados nos estudos analisados. Conforme demonstra a Figura 2, observa-se uma predominância de artigos que não especificam um contexto nacional aplicado, sendo classificados como indeterminados ou de natureza teórica ($n=20$). Entre os países identificados, destacam-se o Reino Unido ($n=3$) e o Brasil ($n=2$) com o maior número de estudos identificado, seguidos por países como México, Irã, Indonésia, Índia, Hong Kong, Singapura, Austrália, República Tcheca, Peru, Portugal e Estados Unidos, todos com uma ocorrência ($n=1$). Essa diversidade geográfica reforça a natureza internacional e interdisciplinar do campo do empreendedorismo cultural, ainda que grande parte dos estudos mantenha um escopo conceitual ou teórico, sem delimitação empírica explícita.

A análise metodológica dos artigos permitiu identificar o perfil das abordagens utilizadas nas pesquisas sobre empreendedorismo cultural. Entre os 36 estudos analisados, observa-se uma predominância de trabalhos de natureza teórica ou conceitual ($n = 20$). Esses estudos concentram-se principalmente na discussão de conceitos, modelos analíticos e reflexões sobre o campo do empreendedorismo cultural e da economia criativa, sem a realização de investigação empírica direta. Os demais estudos ($n = 16$) apresentam abordagem empírica, desenvolvida majoritariamente por meio de métodos qualitativos, como estudos de caso, entrevistas semiestruturadas, análise documental e observação de iniciativas culturais específicas. Esses trabalhos investigam experiências de empreendedores culturais, organizações culturais ou projetos vinculados à economia criativa em diferentes contextos nacionais.

Entre os estudos empíricos, observa-se predominância de estudos de caso qualitativos, frequentemente utilizados para compreender experiências específicas de empreendedores culturais e organizações culturais. Também foram identificadas pesquisas baseadas em entrevistas com atores do setor cultural, análises documentais de políticas públicas e estudos exploratórios sobre ecossistemas criativos locais. Esse conjunto de abordagens evidencia que o campo do empreendedorismo cultural ainda apresenta forte desenvolvimento conceitual, ao mesmo tempo em que estudos empíricos vêm ampliando a compreensão das práticas, desafios e estratégias adotadas por empreendedores e organizações culturais (Grodach, 2013; Comunian; Ooi, 2016; Sardana, 2018).

A diversidade de focos nos estudos analisados evidencia a amplitude do fenômeno do empreendedorismo cultural e suas múltiplas abordagens teóricas e empíricas. Em termos temáticos, os 36 artigos foram organizados em quatro categorias analíticas principais, definidas a partir da análise temática: a) gestão e organização no empreendedorismo cultural ($n = 9$); b) práticas empreendedoras e inovação cultural ($n = 11$); c) economia criativa e sustentabilidade ($n = 8$); e d) estratégias de apoio governamental e políticas públicas ($n = 8$). A organização dos estudos nessas quatro categorias permitiu identificar algumas tendências recorrentes na literatura sobre empreendedorismo cultural. Observa-se uma concentração significativa de pesquisas voltadas à compreensão das práticas empreendedoras e dos processos de inovação no campo cultural, indicando que a literatura tem buscado compreender de que forma agentes culturais mobilizam criatividade, recursos simbólicos e estratégias organizacionais para desenvolver iniciativas culturais em contextos diversos (Sardana, 2018; Satari; As'ad, 2022).

Paralelamente, um conjunto relevante de estudos dedica-se à análise das dinâmicas de gestão e organização de iniciativas culturais, abordando temas como modelos de negócio, articulação de redes colaborativas e estratégias de sustentabilidade financeira (Kavousy et al., 2020; Orozco et al., 2018). Essas discussões evidenciam que o empreendedorismo cultural frequentemente se desenvolve em contextos marcados por limitações institucionais e

instabilidade econômica, exigindo dos empreendedores culturais elevada capacidade adaptativa. Outro eixo recorrente na literatura refere-se à relação entre economia criativa e sustentabilidade, especialmente no que diz respeito à busca por modelos de financiamento e organização capazes de garantir a continuidade das iniciativas culturais ao longo do tempo (Comunian; Ooi, 2016; Stern; Seifert, 2010).

Por fim, parte dos estudos também se dedica à análise do papel das políticas públicas e dos mecanismos institucionais de apoio ao empreendedorismo cultural, destacando a relevância de políticas culturais, programas de incentivo e estratégias de desenvolvimento da economia criativa para o fortalecimento do setor cultural (Grodach, 2013; Abankina, 2014). A partir dessa organização temática, os resultados mais relevantes de cada categoria são apresentados e discutidos nas subseções seguintes, as categorias foram construídas a partir de um processo de análise temática iterativa dos artigos selecionados (Hoellen; Lengfeld; Konrad, 2020; Ueberbacher; Jacobs; Cornelissen, 2015; Khaire, 2019; Soublière; Lockwood, 2022; Dinardi, 2019; Luckman, 2020; Menezes; Batista, 2024; Grodach, 2013; Snyder, 2019; Tranfield; Denyer; Smart, 2003).

3.2 ANÁLISE TEMÁTICA DA LITERATURA

Para esta segunda dimensão foi analisada as principais abordagens identificadas na literatura, classificadas em quatro categorias: a) gestão e organização no empreendedorismo cultural; b) práticas empreendedoras e inovação cultural; c) economia criativa e sustentabilidade; e d) estratégias de apoio governamental e políticas públicas.

3.2.1 GESTÃO E ORGANIZAÇÃO NO EMPREENDEDORISMO CULTURAL

Nessa categoria foram identificados nove estudos que abordam diferentes aspectos da gestão de iniciativas culturais, incluindo estratégias organizacionais, modelos de financiamento e articulação institucional (Orozco et al., 2018; Kavousy et al., 2010; Sigit et al., 2019; Satari; As'ad, 2018; Sardana, 2018; Dobрева; Ivanov, 2021; Lo Verso, 2020; McHattie; Champion; Broadley, 2021; Herrero; Buckley, 2020). De modo geral, esses estudos buscam compreender como empreendedores culturais estruturam suas organizações, mobilizam recursos e desenvolvem estratégias de gestão em contextos frequentemente marcados por instabilidade econômica, limitações institucionais e forte dependência de redes colaborativas.

Nesse contexto, diversos autores apontam que a sustentabilidade das iniciativas culturais está diretamente relacionada à adoção de modelos de negócios flexíveis e adaptáveis. Estudos como os de Orozco et al. (2018) e Petrová (2019) indicam que organizações culturais frequentemente combinam diferentes fontes de financiamento, articulando recursos provenientes de políticas públicas, patrocínios privados, comercialização de produtos culturais, realização de eventos e outras atividades relacionadas à economia criativa. Essa diversificação das fontes de receita aparece como uma estratégia recorrente entre empreendedores culturais, permitindo maior estabilidade financeira e ampliando a capacidade de adaptação das organizações diante das mudanças no ambiente econômico e institucional (Comunian; England, 2020; Menger, 2014).

Além das estratégias voltadas à sustentabilidade financeira, a literatura também destaca a importância da capacidade adaptativa dos empreendedores culturais diante de transformações sociais, tecnológicas e institucionais. Nesse sentido, Domingues (2016) evidencia que empreendedores culturais que atuam em contextos de informalidade e escassez de recursos frequentemente desenvolvem formas alternativas de organização, baseadas em redes locais, colaboração comunitária e uso criativo de recursos disponíveis. De maneira

complementar, Luckman (2020) aponta que estratégias relacionadas ao design e à inovação organizacional têm sido utilizadas como mecanismos de diferenciação no mercado cultural, contribuindo para a construção de identidades organizacionais e para a ampliação do valor simbólico dos produtos culturais.

Outro aspecto recorrente nos estudos refere-se à gestão interinstitucional, especialmente no que diz respeito à articulação entre diferentes atores do ecossistema cultural. De acordo com Wang e Richardson (2024), iniciativas de empreendedorismo cultural, sobretudo em contextos com limitações financeiras ou institucionais, tendem a depender fortemente da construção de parcerias entre organizações culturais, instituições públicas, universidades e agentes do setor privado. Nesse sentido, as redes de colaboração e as parcerias institucionais tornam-se elementos centrais para o compartilhamento de recursos, conhecimentos e infraestrutura, contribuindo para a viabilidade e o fortalecimento das iniciativas culturais em diferentes contextos sociais e territoriais.

3.2.2 PRÁTICAS EMPREENDEDORAS E INOVAÇÃO CULTURAL

Os estudos que compõem esta categoria incluem as contribuições de Sardana (2018), Kavousy et al. (2010), Satari e As'ad (2018), McHattie, Champion e Broadley (2018) e Jorgensen (2021), que analisam diferentes aspectos das práticas empreendedoras no campo cultural, especialmente no que se refere aos processos de inovação, adaptação organizacional e incorporação de novas tecnologias nas atividades culturais. Diferentemente de outros setores econômicos, o empreendedorismo cultural está frequentemente associado à mobilização de recursos simbólicos, identitários e criativos, exigindo dos empreendedores a capacidade de reinterpretar elementos culturais existentes e transformá-los em propostas culturais com valor social, simbólico e econômico (Sardana, 2018; Kavousy et al., 2010; Satari; As'ad, 2018).

Uma das dimensões recorrentes identificadas nos estudos refere-se à inovação cultural baseada na tradição. Nesse sentido, pesquisas indicam que empreendedores culturais frequentemente desenvolvem novos produtos e experiências culturais a partir da reinterpretação de práticas tradicionais (McHattie; Champion; Broadley, 2018). Os estudos evidenciam, por exemplo, que setores como artesanato e produção têxtil têm sido espaços relevantes para esse tipo de inovação, nos quais técnicas tradicionais são combinadas com novas abordagens de design, comercialização e posicionamento de mercado (McHattie; Champion; Broadley, 2018). Esse processo permite que elementos culturais locais sejam preservados e, ao mesmo tempo, reinterpretados de maneira criativa, ampliando seu potencial de inserção em mercados culturais contemporâneos (Luckman, 2020; Comunian; Ooi, 2016).

Além da inovação baseada na tradição, a literatura também aponta que as práticas empreendedoras culturais estão fortemente associadas à capacidade de adaptação dos empreendedores aos contextos sociais e institucionais em que atuam. Em muitos casos, essas iniciativas se estruturam por meio de arranjos organizacionais flexíveis, baseados na cooperação entre agentes culturais, redes comunitárias e circulação de conhecimentos locais. Esse tipo de organização evidencia que o empreendedorismo cultural frequentemente emerge em ambientes nos quais a criatividade e a colaboração se tornam recursos estratégicos para viabilizar iniciativas culturais e ampliar sua inserção social (Sardana, 2018; Satari; As'ad, 2018).

Outro aspecto destacado na literatura refere-se ao papel da criatividade e do design como estratégias de inovação no empreendedorismo cultural. Luckman (2020) argumenta que abordagens estratégicas de design têm sido utilizadas por empreendedores culturais como mecanismo de diferenciação no mercado criativo, permitindo agregar valor simbólico às

produções culturais e fortalecer a identidade das iniciativas culturais. Nesse contexto, o design não se limita a uma dimensão estética, mas atua também como ferramenta de organização, comunicação e posicionamento estratégico das iniciativas culturais (Khaire, 2019; Marquez Orozco et al., 2018; Whitson; Simon; Parker, 2021). Ao integrar elementos culturais locais, narrativas identitárias e soluções criativas de produção e comercialização, o design contribui para ampliar a visibilidade das produções culturais e fortalecer sua inserção em mercados culturais contemporâneos (Khaire, 2019; Humpire; Alvarez, 2021; Luckman, 2020).

Por fim, alguns estudos também evidenciam o impacto das tecnologias digitais na transformação das práticas empreendedoras culturais. Pesquisas como as de Jorgensen (2021) e Satari e As'ad (2018) indicam que o avanço das plataformas digitais tem ampliado as possibilidades de produção, distribuição e circulação de conteúdos culturais, permitindo que produtores independentes alcancem audiências mais amplas sem depender exclusivamente de estruturas tradicionais de mediação cultural. Nesse cenário, iniciativas como produção independente de *podcasts*, conteúdos audiovisuais e plataformas digitais de arte ilustram como as tecnologias digitais vêm redefinindo as formas de empreendedorismo cultural, ampliando a autonomia criativa dos produtores culturais e favorecendo novas formas de interação entre criadores e públicos (Jorgensen, 2021; Sukhovskaya; Ermakova, 2020; Whitson; Simon; Parker, 2021).

De modo geral, os estudos analisados indicam que as práticas empreendedoras no campo cultural estão fortemente associadas à capacidade de combinar criatividade, inovação e sensibilidade cultural. Nesse contexto, empreendedores culturais atuam como agentes que reinterpretam tradições, exploram novas tecnologias e desenvolvem estratégias criativas para ampliar a circulação e o valor simbólico dos produtos culturais em diferentes contextos sociais e econômicos.

3.2.3 ECONOMIA CRIATIVA E SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade no empreendedorismo cultural constitui uma dimensão central nas discussões sobre economia criativa. De modo geral, a literatura compreende a sustentabilidade das iniciativas culturais a partir de diferentes dimensões inter-relacionadas, que incluem aspectos econômicos, sociais, culturais e territoriais. Essas dimensões refletem a capacidade das iniciativas culturais de gerar valor econômico ao mesmo tempo em que preservam identidades culturais, fortalecem redes comunitárias e contribuem para o desenvolvimento de territórios criativos (Comunian; Ooi, 2016; Stern; Seifert, 2010).

A sustentabilidade econômica das iniciativas culturais aparece como uma das questões centrais na literatura sobre empreendedorismo cultural. De modo geral, os estudos indicam que empreendimentos culturais frequentemente enfrentam desafios relacionados à instabilidade financeira, à dependência de recursos públicos e à necessidade de equilibrar objetivos culturais e econômicos (Hoellen; Lengfeld; Konrad, 2020; Herrero; Buckley, 2023; Kavousy et al., 2010). Nesse contexto, diferentes autores apontam que a sustentabilidade das práticas culturais depende da capacidade dos empreendedores de desenvolver modelos de financiamento diversificados, combinando recursos provenientes de políticas públicas, parcerias institucionais e estratégias alternativas de geração de receita (Petrová, 2019; Whitaker, 2025).

Entre as estratégias identificadas na literatura, destaca-se o uso de modelos inovadores de financiamento, como o financiamento coletivo e as parcerias entre setor público e privado (Herrero; Buckley, 2023; Abankina; Gnedovsky, 2017; Kavousy et al., 2010). Esses mecanismos têm sido apontados como alternativas relevantes para ampliar as possibilidades

de captação de recursos e reduzir a dependência exclusiva de financiamentos governamentais (Herrero; Buckley, 2023; Abankina, 2014; Abankina; Gnedovsky, 2017). Nesse sentido, Whitaker (2025) destaca que práticas como o *crowdfunding* vêm ganhando espaço no setor cultural, permitindo que empreendedores mobilizem diretamente seus públicos e comunidades para viabilizar projetos culturais. De forma complementar, Petrová (2019) evidencia que a articulação entre financiamento público, patrocínios privados e iniciativas comunitárias tem se tornado uma estratégia recorrente para garantir maior estabilidade financeira às organizações culturais.

Além da dimensão econômica, a literatura também evidencia a relação entre economia criativa e sustentabilidade territorial, especialmente no que se refere ao papel das atividades culturais na revitalização de espaços urbanos e na dinamização de economias locais (Grodach, 2013; Stern; Seifert, 2010; Dinardi, 2019). Um dos estudos indica que a concentração de atividades culturais e criativas em determinados territórios pode contribuir para processos de regeneração urbana, estimulando a circulação de pessoas, a valorização de identidades locais e a criação de novas oportunidades econômicas (Stern; Seifert, 2010). Nesse sentido, a organização de distritos criativos e a formação de clusters culturais aparecem como estratégias capazes de fortalecer redes de colaboração entre artistas, empreendedores e instituições culturais, contribuindo para o desenvolvimento sustentável de ecossistemas criativos locais (Stern; Seifert, 2010; Grodach, 2013; Lounsbury et al., 2019).

Essa articulação entre cultura e território também se manifesta em iniciativas voltadas ao mapeamento e à organização de ecossistemas criativos locais. Satari e As'ad (2018), por exemplo, destacam que o mapeamento de recursos culturais e criativos em determinadas regiões pode contribuir para orientar políticas públicas e estratégias de desenvolvimento da economia criativa, facilitando a identificação de talentos, iniciativas culturais e oportunidades de colaboração entre diferentes atores. Comunian e Ooi (2016) corroboram com o mapeamento e acrescentam que instituições de ensino superior também desempenham papel relevante nesse processo, ao promover a formação de profissionais capazes de atuar no campo da economia criativa e ao estimular o desenvolvimento de competências culturais e empreendedoras.

Apesar das oportunidades associadas à economia criativa, parte da literatura também aponta para tensões existentes entre valores culturais e pressões de mercado. Nesse sentido, Lounsbury (2019) argumenta que a crescente valorização econômica das atividades culturais pode gerar riscos de subordinação dos objetivos culturais às lógicas de mercado, especialmente quando a sustentabilidade financeira passa a ser tratada como critério dominante na organização das iniciativas culturais. Em contextos periféricos ou marcados por limitações institucionais, essa sustentabilidade também pode assumir outras formas, baseadas em redes de solidariedade, colaboração comunitária e práticas organizacionais informais, como evidenciado por Domingues (2016). Esses elementos indicam que a sustentabilidade no empreendedorismo cultural não se restringe à dimensão econômica, envolvendo também aspectos sociais, culturais e territoriais.

3.2.4 ESTRATÉGIAS DE APOIO GOVERNAMENTAL E POLÍTICAS PÚBLICAS

A literatura analisada evidencia que as políticas públicas desempenham papel central no fortalecimento do empreendedorismo cultural, especialmente em contextos nos quais o setor cultural depende de incentivos institucionais para sua estruturação e expansão. De modo geral, os estudos indicam que o apoio governamental pode se manifestar por meio de diferentes instrumentos, como políticas de financiamento, programas de incentivo à economia

criativa, proteção do patrimônio cultural e iniciativas voltadas à formação e capacitação de empreendedores culturais (Menezes; Batista, 2024; Grodach, 2013; Abankina, 2014).

Nesse sentido, parte da literatura destaca que políticas públicas voltadas ao empreendedorismo cultural tendem a ganhar maior relevância em contextos em que a cultura e o patrimônio desempenham papel significativo na organização social e econômica das comunidades. Menezes e Batista (2024) demonstram que iniciativas governamentais voltadas à economia criativa podem estimular o desenvolvimento de atividades empreendedoras baseadas em recursos culturais e religiosos, contribuindo para a geração de renda e para a valorização de identidades culturais locais. De forma semelhante, Grodach (2013) argumenta que diversas cidades têm incorporado a economia cultural em seus planos de desenvolvimento urbano, reconhecendo as atividades culturais como elementos estratégicos para a dinamização econômica e a revitalização de territórios urbanos.

Outro aspecto recorrente refere-se à diversidade de modelos institucionais de apoio à cultura adotados em diferentes países. Abankina (2014) destaca que, em vários contextos europeus, o suporte estatal ao setor cultural envolve a combinação de financiamento público, incentivos fiscais e programas de apoio institucional, buscando equilibrar o estímulo à produção cultural com a preservação da autonomia criativa dos agentes culturais. Essas estratégias indicam que o papel do Estado não se limita ao financiamento direto, mas também envolve a criação de ambientes institucionais favoráveis ao desenvolvimento das atividades culturais e criativas (Grodach, 2013; Comunian; Ooi, 2016).

Já no contexto brasileiro, Domingues (2016) evidenciou que as políticas culturais no Brasil, particularmente no Rio de Janeiro, passaram por transformações importantes nas últimas décadas, incorporando gradualmente abordagens que reconhecem o potencial econômico e social das atividades culturais. Nesse processo, iniciativas relacionadas à preservação do patrimônio cultural, à valorização de expressões culturais locais e ao incentivo à economia criativa têm contribuído para ampliar as possibilidades de atuação de empreendedores culturais.

Apesar da relevância dessas iniciativas, parte da literatura também aponta limitações e fragilidades nas políticas públicas voltadas ao setor cultural. Estudos como os de Domingues (2016), Abankina (2014) e Grodach (2013) indicam que, em muitos contextos, especialmente em países periféricos ou em regiões com menor capacidade institucional, as políticas culturais ainda apresentam caráter fragmentado ou dependem de iniciativas pontuais de financiamento. Nesses casos, o apoio estatal tende a ocorrer por meio de programas temporários, intermediários institucionais ou redes informais de colaboração, o que pode limitar a continuidade e a sustentabilidade de iniciativas culturais no longo prazo (Grodach, 2013; Abankina, 2014; Comunian; Ooi, 2016).

De modo geral, os estudos analisados indicam que o desenvolvimento do empreendedorismo cultural depende da articulação entre diferentes atores institucionais, incluindo governos, organizações culturais, universidades e comunidades locais. Nesse cenário, políticas públicas voltadas à economia criativa tendem a assumir papel estratégico ao promover o fortalecimento de redes culturais, estimular a inovação e apoiar iniciativas empreendedoras baseadas em recursos culturais. Assim, embora o empreendedorismo cultural seja um fenômeno global, sua consolidação está fortemente condicionada aos contextos institucionais, culturais e territoriais em que essas iniciativas se desenvolvem (Marins; Davel, 2020; Sigit et al., 2018).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta revisão sistemática integrativa teve como objetivo mapear como a produção acadêmica sobre o empreendedorismo cultural e a economia criativa tem articulado aspectos relacionados à gestão, organização, práticas e estratégias. De modo geral, os resultados evidenciam que o empreendedorismo cultural tem sido compreendido como uma prática que ultrapassa a lógica estritamente econômica, envolvendo também dimensões sociais, culturais e simbólicas que estruturam a produção e a circulação de bens culturais.

Sob a perspectiva teórica, os achados reforçam a compreensão de que o empreendedorismo cultural se constitui como uma prática complexa, fortemente influenciada pelos contextos sociais e culturais em que está inserido.. A análise também evidencia a importância de considerar as práticas cotidianas desses atores, destacando como iniciativas culturais podem combinar inovação, criatividade e estratégias de sustentabilidade em contextos frequentemente marcados por limitações institucionais e financeiras.

Do ponto de vista prático, os resultados indicam que a sustentabilidade das iniciativas culturais depende da capacidade dos empreendedores de articular diferentes estratégias de gestão, inovação e colaboração. Nesse contexto, a construção de redes entre agentes culturais, organizações e instituições públicas aparece como elemento fundamental para a continuidade dessas iniciativas. Além disso, a literatura aponta que políticas públicas e mecanismos institucionais de apoio desempenham papel relevante no fortalecimento do empreendedorismo cultural, especialmente no que se refere ao financiamento de projetos culturais e à criação de ambientes favoráveis ao desenvolvimento da economia criativa.

Em termos metodológicos, esta revisão evidenciou o potencial da abordagem integrativa para mapear e sistematizar a produção científica sobre empreendedorismo cultural e economia criativa, permitindo identificar tendências recorrentes na literatura e lacunas ainda pouco exploradas. Ao mesmo tempo, os resultados indicam que o campo ainda apresenta predominância de estudos teóricos ou conceituais, reforçando a necessidade de ampliar investigações empíricas que analisem de forma mais aprofundada as práticas e experiências de empreendedores culturais em diferentes contextos.

A partir das lacunas identificadas na literatura analisada, especialmente a predominância de estudos descritivos e fragmentados sobre empreendedorismo cultural, a limitada sistematização das práticas organizacionais e a ainda incipiente articulação entre dimensões culturais, econômicas e territoriais, algumas direções para pesquisas futuras podem ser destacadas. Em primeiro lugar, observa-se a necessidade de ampliar estudos empíricos que investiguem as práticas cotidianas de empreendedorismo cultural em contextos específicos, como festividades culturais, manifestações populares, coletivos artísticos e projetos culturais locais. Investigações dessa natureza podem contribuir para compreender de forma mais aprofundada como empreendedores culturais organizam suas atividades, mobilizam recursos e conciliam objetivos econômicos, sociais e culturais em suas práticas diárias. Além disso, futuras pesquisas podem explorar de maneira mais sistemática as estratégias de gestão e organização adotadas por empreendedores culturais em diferentes contextos institucionais. Estudos comparativos entre países ou entre distintos territórios culturais podem contribuir para compreender como fatores institucionais, políticas culturais e características dos ecossistemas criativos influenciam a configuração das iniciativas de empreendedorismo cultural.

Outro campo promissor refere-se à investigação do papel das tecnologias digitais na transformação das práticas empreendedoras culturais. O avanço de plataformas digitais, redes sociais e novos modelos de distribuição de conteúdo têm ampliado as possibilidades de circulação de bens culturais, ao mesmo tempo em que impõe novos desafios relacionados à monetização, visibilidade e sustentabilidade das iniciativas culturais. Nesse sentido, pesquisas

que analisem como empreendedores culturais utilizam tecnologias digitais para ampliar suas redes, alcançar novos públicos e estruturar modelos de negócio inovadores podem contribuir significativamente para o avanço do campo.

Adicionalmente, observa-se a necessidade de aprofundar investigações sobre os mecanismos de financiamento e apoio institucional ao empreendedorismo cultural. Estudos futuros podem examinar de que maneira diferentes instrumentos como políticas públicas, programas de fomento, financiamento coletivo e parcerias entre setor público e privado influenciam a viabilidade e a continuidade de iniciativas culturais. Por fim, destaca-se a importância de ampliar pesquisas realizadas em contextos periféricos ou em países em desenvolvimento, nos quais o empreendedorismo cultural frequentemente se desenvolve em condições institucionais e econômicas distintas daquelas predominantes nos países centrais. Investigações voltadas a esses contextos podem contribuir para ampliar a compreensão das múltiplas formas de organização, inovação e sustentabilidade presentes nas práticas de empreendedorismo cultural.

Esta revisão sistemática integrativa apresenta algumas limitações que devem ser consideradas. A busca foi realizada exclusivamente na base de dados *Web of Science* - Coleção Principal, o que pode ter restringido o acesso a estudos relevantes disponíveis em outras bases acadêmicas. Além disso, embora tenham sido considerados artigos em diferentes idiomas, a seleção foi realizada com base nos títulos e resumos, o que pode ter levado à exclusão de pesquisas cujo conteúdo não estava claramente explicitado nesses trechos.

Apesar dessas limitações, acredita-se que os resultados apresentados contribuem para ampliar a compreensão do empreendedorismo cultural como campo de pesquisa em expansão, evidenciando a diversidade de abordagens existentes na literatura e apontando caminhos para o desenvolvimento de novas investigações que explorem suas dinâmicas locais e implicações globais.

Cabe destacar que este artigo contou com o auxílio do ChatGPT (modelo GPT-5.3, desenvolvido pela OpenAI) apenas para fins de revisão textual. O uso da ferramenta esteve limitado ao aprimoramento da redação, não tendo qualquer influência sobre os procedimentos metodológicos, a análise dos dados ou as conclusões do estudo.

REFERÊNCIAS

- ABANKINA, T. V. ***Models of State Support for Culture: Theoretical Grounds and Financial Instruments***. *Zhurnal novaya ekonomicheskaya assotsiatsiya-journal of the new economic association*, v.4, p.185-189, 2014.
- ABANKINA, Tatiana V.; GNEDOVSKY, Vasilii M. ***MANAGEMENT PRACTICES OF THE CULTURAL HERITAGE CAPITALIZATION IN THE CREATIVE ECONOMY***. *Voprosy gosudarstvennogo i munitsipalnogo upravleniya-public administration issues*, v.3, p.181-206, 2017.
- ABANKINA, Tatyana. ***Creative economy: Towards cultural heritage capitalization***. *Voprosy ekonomiki*, n.4 p. 100-116, 2017.
- ALMEIDA, Lorrana Laila Silva de; ENOQUE, Alessandro Gomes; BORGES, Alex Fernando. ***Empreendedorismo de Festas Populares: uma análise do modelo de dimensões proposto por Zeny Rosendahl para o estudo de festas religiosas católicas***. *Teoria e Prática em Administração*, v.9, n.2, p.1-13, 2019.
- ARAÚJO, Gracyanne Freire de; BARBOSA, Marcos Antônio de Souza. ***Buzinaços, cânticos e shows: o empreendedorismo cultural na tradicional Festa do Caminhoneiro de Itabaiana-Sergipe***. *Teoria e Prática em Administração*, v.9, n.2, p. 35-51, jul.- dez., 2019.
- BARDIN, Laurence. ***Análise de conteúdo***, São Paulo: Edições 70, 2011.

- CAMPOS, Israel. **Empreendedorismo cultural e festa: uma Etnografia da Festa de São João do Porto em Portugal**. Rif, Ponta Grossa/PR, v.19, n.42, p.241-265, jan.-jun., 2020.
- COMUNIAN, Roberta; OOI, Can-Seng. **Global aspirations and local talent: the development of creative higher education in Singapore**. *International journal of cultural policy*, v.22, n.1, p.58-79, 2016.
- DAVEL, Eduardo; CORA, Maria Amélia Jundurian. **Empreendedorismo cultural: cultura como processo e prática**. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 56, n. 3, p. 363-375, 2016.
- DINARDI, Cecilia. **Creativity, informality and cultural work in Rio de Janeiro's favelas**. *International journal of cultural studies*, v.22, n.2, p.248-263, 2019.
- DOBREVA, Nevena; IVANOV, Stanislav. **Cultural entrepreneurship: a review of the literature**. *Tourism & management studies*, v.16, n.4, p. 23-34, 2020.
- DOMINGUES, Joao Luiz. **The recent institutional history of cultural heritage policy in the city of Rio de Janeiro: protectionist versions, entrepreneurial versions**. *Antiteses*, v.9, n.17, p.222-245, 2016.
- FIALHO, André Lopes; BURIGO, Carla Cristina Dutra; VIRGILIO, Rúbia Sedemaka Silva. **A universidade empreendedora como instituição social**. *Navus*, Florianópolis/SC, v.13, p.1-13, jan.-dez., 2023.
- FREITAS, Rafaela Gonçalves; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. **Cultural Entrepreneurship in Brazil: A Study of Creative Business Models**. *Revista de gestão e projetos*, v.16, n.1, p.41-64, 2025.
- GALVÃO, Tânia Ferreira; TIGUMAN, Carolina de Oliveira; SARKIS-ONOFRE, Cinara Carneiro. **A declaração PRISMA 2020: Diretrizes atualizadas para relatos de revisões sistemáticas**. *Revista do SUS*, Brasília, v. 31, n. 2, 2022.
- MENEZES, Rodrigo Abnner Gonçalves; BATISTA, Paulo Cesar de Souza. **Public policies for the cultural and religious-based creative economy**. *Creative industries journal*, v.17, n.1, p.142-156, 2024.
- GRODACH, Carl. **Cultural Economy Planning in Creative Cities: Discourse and Practice**. *International journal of urban and regional research*, v.37, n.5, p.1747-1765, 2013.
- HARTLEY, John. **Creative industries**. Oxford: Blackwell Publishing, 2005.
- HERRERO, Marta; BUCKLEY, Thomas R. **Collaborating profitably? The fundraising practices of the contemporary art society, 1919-1939**. *Business history*, v.65, n.1, p.1-23, 2023.
- HOELLEN, Max; LENGFELD, Christian; KONRAD, Elmar D. **Business Success for Creative and Cultural Entrepreneurs: Influences of Individual- and Firm-Related Factors on Revenue and Satisfaction**. *International journal of arts managements*, v.22, n.2, p.52-65, 2020.
- HOWKINS, John. **The creative economy: how people make money from ideas**. London: Penguin Books, 2001.
- HWANG, Leo. **Rethinking the Creative Economy: Utilizing Participatory Action Research to Develop the Community Economy of Artists and Artisans**. *Rethinking marxism-a journal of economics culture & society*, v.25, n.4, p.501-517, 2013.
- JORGENSEN, Britta. **The Cultural Entrepreneurship of Independent Podcast Production in Australia**. *Journal of radio & audio media*, v. 28, n.1, p.144-161, 2021.
- KAVOUSY, Esmaeil; SHAHOSSEINI, Ali; KIASI, Soheila; ARDAHAEY, Fateme Tohid. **CULTURAL ENTREPRENEURSHIP STRATEGIES IN IRAN**. *Revista de sérvia de gerenciamento*, v.5, n.2, p. 227-241, 2010.

- KHAIRE, Mukti. *Entrepreneurship by design: the construction of meanings and markets for cultural craft goods*. *Innovation-organization & management*, v.21, n.1, p.13-32, 2019.
- LEE, Seungdoe; CHUNG, Goo Hyeok. *Cultural Entrepreneurship: Between-Organization Cultural Isomorphism and Within-Organization Culture Shaping*. *Sage open*, v.10, n.3, 2020.
- LEUNG, Chi Cheung. *The development of cultural entrepreneurship Case studies of four community orchestras in Hong Kong*. *Asian education and development studies*, v.2, n.3, p.275-294, 2013.
- LO VERSO, Andrea Carlo. *Cultural Entrepreneurship and Field Dynamics: Narrative strategies for distinctive identities in unsettled fields*. *Organization studies*, v. 46, n.3, p. 325-354, 2025.
- LOUNSBURY, Michael; CORNELISSEN, Joep; GRANQVIST, Nina; GRODAL, Stine. *Culture, innovation and entrepreneurship*. *Innovation-organization & management*, v.21, n.1, p.1-12, 2019.
- LUCKMAN, Susan. *Entrepreneurship by design: supporting cultural entrepreneurship through the creative industries*. *Cultural Trends*, v. 29, n. 3, p. 163–174, 2020.
- MARINS, Simony Rodrigues; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. *Empreendedorismo como Prática: Empreendedorismo Cultural na Prática Festiva do Pagode Baiano*. *Teoria e Prática em Administração*, v.9, n.2, p. 14-34, jul.- dez., 2020.
- OROZCO, Liliana Marquez; SANCHEZ, Jorge Ricardo Vasquez; PLASCENCIA, Veronica Anahi Herrera; GUARDADO, Kareli Estefania Rodriguez. *Cultural Entrepreneurship in Colima. Generation of Business Models for the Development of the Local Creative Economy*. *Coleção Ciências Econômicas e Administrativas*, p. 265-316, 2018.
- MCHATTIE, Lynn-Sayers; CHAMPION, Katherine; BROADLEY, Cara. *Craft, textiles, and cultural assets in the Northern Isles: innovation from tradition in the Shetland Islands*. *Island studies journal*, v.13, n.2, p.39-54, 2018.
- MENDES, Karina Dal Sasso; SILVEIRA, Renata Cristina de Campos Pereira; GALVÃO, Cristina Maria. *Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem*. *Texto & Contexto Enfermagem*, Florianópolis, v. 17, n. 4, p. 758–764, out./dez. 2008.
- OLIVEIRA, Xênia L'amour Campos; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. *Empreendedorismo e afeto: desafios e perspectivas de pesquisa*. *Revista Eletrônica de Ciência administrativa*, Curitiba-PR, v.21, n.3, p.475-505, set.- dez., 2022.
- OLIVEIRA, Xênia L'amour Campos; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. *Empreendedorismo Cultural como Redes Afetivas: Uma Etnografia Multissituada em Mercados Populares*. *RAC*, v.29, n.1, 2025.
- PETROVA, P. *Cultural Entrepreneurship Illustrated On The Non-Profit Arts Sector In The Czech Republic*. *Central european business review*, v.8, n.2, p.56-74, 2019.
- HUMPIRE, Edgar Quispe; ALVAREZ, Miguel Domingo Gonzalez. *Characteristics and strategic information management of creative entrepreneurs: business model cases of Peruvian cultural and creative companies*. *Biblios-revista de bibliotecologia y ciencias de la informacion*, n.83, p.69-82, 2021.
- SARDANA, Deepak. *What Facilitates Cultural Entrepreneurship? - A Study of Indian Cultural Entrepreneurs*. *Journal of creative behavior*, v.52, n.1, p.35-51, 2018.
- SATARI, Tubagus Fiki Chikara; AS'AD, Nabila. *Strategy of Entrepreneurship & Creative Economy Development through District Mapping in Bandung City*. *Journal of visual art and design*, v.10, n.2, p. 93-100, 2018.

- SCOTT, Michael. **Cultural entrepreneurs, cultural entrepreneurship: Music producers mobilising and converting Bourdieu's alternative capitals.** *Poetics*, v.40, n.3, p.237-255, 2012.
- SIGIT, Ridwan; NARAWATY, Taty; KARWATI, Uus; SUKMAYADI, Yudi. **Songah Article in Developing Creative Economy and Tourism.** *Proceedings of the international conference on arts and design education*, v.255, p. 192-195, 2018.
- SILVA, Armandina; SOUSA, Bruno; FERNANDES, Paula Odete. **The Cultural Marketing in the Relational Management: A Preliminary Minho Cultural Approach.** *Education excellence and innovation management through vision 2020*, p.4780-4787, 2019.
- SNYDER, Hannah. **Literature review as a research methodology: an overview and guidelines.** *Journal of Business Research*, v. 104, p. 333–339, 2019.
- SOUBLIERE, Jean-Francois; LOCKWOOD, Christi. **Achieving cultural resonance: Four strategies toward rallying support for entrepreneurial endeavors.** *Strategic management journal*, v.43, n.8, p.1499-1527, 2022.
- STERN, Mark J.; SEIFERT, Susan C. **Cultural Clusters: The Implications of Cultural Assets Agglomeration for Neighborhood Revitalization.** *Journal of planning education and research*, v.29, n.3, p.262-279, 2010.
- SUKHOVSKAYA, D. N.; ERMAKOVA, L., I. **Adaptation of Culture and Creative Industries Sphere to the Transition of Digital Technologies.** *Proceedings of the 2nd international scientific and practical conference - modern management trends and the digital economy: from regional development to global economic growth (mtde 2020)*, v.138, 2020.
- TRANFIELD, David; DENYER, David; SMART, Palminder. **Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review.** *British Journal of Management*, v. 14, n. 3, p. 207–222, 2003.
- UEBERBACHER, Florian; JACOBS, Claus D.; CORNELISSEN, Joep P. **How Entrepreneurs Become Skilled Cultural Operators.** *Organization studies*, v.36, n.7, p.925-951, 2015.
- WANG, Qingfang; RICHARDSON, Lyneir. **Fostering Art and Cultural Entrepreneurship in Underserved Communities: A Case of Newark, NJ.** *Journal of planning education and research*, v.44, n.2, p.909-922, 2024.
- WHITAKER, Amy. **Business Models in Cultural Entrepreneurship: From Cost Disease to the Fractionalized Future.** *Foundations and trends in entrepreneurship*, v.21, n.4-5, 2025.
- WHITSON, Jennifer R.; SIMON, Bart; PARKER, Felan. **The Missing Producer: Rethinking indie cultural production in terms of entrepreneurship, relational labour, and sustainability.** *European journal of cultural studies*, v.24, n.2, p.606-627, 2021.