

EMPREENDEDORISMO CULTURAL COMO PRÁTICA: CONTRIBUIÇÕES DOS ESTUDOS BASEADOS EM PRÁTICA

Williany Albuquerque Rodrigues

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

Gracyanne Freire de Araujo

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

RESUMO:

O empreendedorismo cultural tem se consolidado como um campo relevante para compreender iniciativas culturais coletivas em diferentes contextos sociais. Apesar do avanço das pesquisas, parte ainda privilegia o empreendedor individual e a racionalidade econômica. Essas perspectivas, mostram-se limitadas para explicar iniciativas culturais sustentadas por práticas coletivas, valores simbólicos e processos organizativos situados. Diante desse cenário, este artigo tem como objetivo discutir os fundamentos do empreendedorismo cultural como prática, a partir dos estudos baseados em prática. Para tanto, desenvolve-se uma reflexão teórica que articula contribuições do empreendedorismo cultural com fundamentos analíticos dos estudos baseados em prática. Argumenta-se que a perspectiva da prática permite compreender o empreendedorismo cultural como um fenômeno processual e relacional. Ao deslocar o foco analítico do empreendedor individual para as práticas coletivas, evidenciam-se as atividades, interações e saberes que estruturam essas iniciativas. Como contribuição, o artigo amplia a compreensão do empreendedorismo cultural ao enfatizar sua constituição, oferecendo caminhos analíticos.

Palavras-chave: Empreendedorismo cultural. Estudos Baseados em Prática. Empreendedorismo como prática. Práticas organizativas.

1 INTRODUÇÃO

Em diferentes territórios, manifestações culturais coletivas continuam sendo organizadas, mantidas e recriadas ano após ano, mesmo diante de restrições econômicas, da ausência de estruturas formais consolidadas e da forte dependência do engajamento comunitário (Marins, 2022; Pfeilstetter, 2021). Nesse contexto, festas populares, celebrações religiosas e eventos culturais persistem como expressões vivas da cultura, mobilizando pessoas, recursos e saberes de forma contínua e articulada, sustentadas por práticas historicamente construídas e socialmente compartilhadas (Davel; Corá, 2016; Davel; Fantinel, 2019; Banks; O'Connor, 2000). Esses fenômenos evidenciam modos particulares de empreender que ultrapassam explicações centradas exclusivamente no mercado, no lucro ou na figura isolada do empreendedor. Por isso, exigem portanto, olhares analíticos mais sensíveis à complexidade social, simbólica e organizacional que os sustenta (Bispo, 2013; Weick, 1995).

É nesse cenário que o empreendedorismo cultural tem se consolidado como um campo relevante para a compreensão de fenômenos socioculturais contemporâneos organizados coletivamente e situados em contextos específicos (Marins; Davel, 2020; Pfeilstetter, 2021). De modo geral, esse campo busca compreender como iniciativas culturais - como festas populares, manifestações religiosas, projetos artísticos e eventos comunitários -

são concebidas, organizadas e sustentadas ao longo do tempo, considerando as particularidades dos contextos nos quais se inserem (Davel; Corá, 2016; Marins; Davel, 2020). Diferentemente de empreendimentos convencionais, essas iniciativas culturais articulam, de modo interdependente, dimensões econômicas, sociais, simbólicas e identitárias. Nesse contexto, o processo de empreender assume uma configuração própria, marcada pela mobilização contínua de atores, saberes e recursos que tornam possível a organização e a continuidade dessas iniciativas culturais. Empreender, nesses contextos, envolve a construção coletiva de significados, a preservação e atualização de tradições e a reafirmação de identidades culturais que orientam e sustentam a ação organizativa ao longo do tempo, evidenciando que o empreendedorismo cultural se estrutura a partir de dinâmicas sociais e simbólicas que ultrapassam lógicas estritamente econômicas (Davel; Paiva Júnior, 2019; Campos; Davel, 2018; Marins, 2022; Lounsbury; Glynn, 2019).

Nesse sentido, o empreendedorismo cultural amplia a compreensão tradicional do empreendedorismo ao deslocar o foco exclusivo do desempenho econômico para práticas que mobilizam comunidades, fortalecem vínculos sociais e produzem significados compartilhados (Davel; Corá, 2016; Campos; Davel, 2018; Pfeilstetter, 2021). Assim, iniciativas culturais organizadas coletivamente configuram-se como espaços privilegiados para a observação de processos organizacionais complexos, nos quais diferentes atores - organizadores, voluntários, artistas, lideranças religiosas e membros da comunidade - se articulam de forma contínua e interdependente, por meio de práticas distribuídas no tempo e no espaço (Bispo, 2013, 2015; Gherardi, 2012; Nicolini, 2012; Schatzki, 2005). Além disso, essas iniciativas costumam operar por meio de arranjos organizacionais marcados pela informalidade, sustentados por relações de confiança, cooperação e pertencimento, o que reforça a necessidade de abordagens analíticas capazes de captar essas dinâmicas em sua materialidade cotidiana (Campos; Davel, 2018; Marins; Davel, 2019; Davel; Fantinel, 2019; Orlikowski, 2007).

Entretanto, apesar do crescimento e da diversificação das pesquisas sobre empreendedorismo cultural, observa-se que parcela significativa da produção acadêmica ainda permanece fortemente ancorada em abordagens que privilegiam o empreendedor individual e a racionalidade econômica (Davel; Corá, 2016; Ávila; Davel, 2024; Lounsbury; Glynn, 2019), enfatizando atributos pessoais e estratégias de mercado e tratando a cultura como um recurso passível de exploração econômica. Embora essas abordagens tenham contribuído para a consolidação inicial do campo, elas se mostram limitadas para explicar iniciativas culturais sustentadas por esforços coletivos, práticas comunitárias e valores simbólicos que não se subordinam integralmente à lógica mercadológica (Banks; O'Connor, 2000; Jones; Lorenzen; Sapsed, 2015; Pfeilstetter, 2021).

Além disso, ao priorizar o indivíduo e os resultados, essas abordagens tendem a invisibilizar os processos cotidianos por meio dos quais o empreendedorismo cultural é efetivamente produzido (Garther, 1988). Pouco se discute, por exemplo, como as atividades são organizadas no dia a dia, como os atores se articulam entre si, como os conflitos são negociados e como os significados culturais são continuamente construídos, tensionados e reconstruídos no curso da ação coletiva (Bispo, 2013; Gherardi, 2019; Nicolini, 2012; Schatzki, 2005). Dessa forma, permanece uma lacuna teórica relevante relacionada à compreensão de como o empreendedorismo cultural é efetivamente produzido e sustentado nas práticas cotidianas, isto é, nos arranjos de atividades, nas interações entre diferentes atores e nos processos organizativos que tornam possível a continuidade dessas iniciativas culturais ao longo do tempo (Gartner, 1988; Orlikowski, 2007; Davel; Corá, 2016; Ávila; Davel, 2024).

Diante desse cenário, a perspectiva dos Estudos Baseados em Prática apresenta-se como uma alternativa teórica consistente e necessária para o aprofundamento da análise do empreendedorismo cultural (Feldman; Orlikowski, 2011; Vaara; Jarzabkowski, 2021; Nicolini, 2020). Conforme discutido por Bispo (2013), os Estudos Baseados em Prática partem do entendimento de que os fenômenos organizacionais devem ser compreendidos a partir das práticas sociais, concebidas como conjuntos de atividades interligadas que envolvem saberes, rotinas, normas, artefatos materiais e relações sociais. Assim, mais do que estruturas formais ou intenções individuais, são as práticas que organizam, sustentam e dão continuidade às organizações ao longo do tempo (Bispo, 2013, 2015; Schatzki, 2005; Nicolini, 2012; Orlikowski, 2007).

Nessa mesma direção, Gherardi (2006, 2012, 2019) contribui para a compreensão das práticas como processos dinâmicos, relacionais e situados, que se constroem no fazer cotidiano e na interação entre sujeitos humanos e elementos materiais. Para a autora, as práticas não se reduzem à simples repetição de ações, mas constituem formas socialmente compartilhadas de fazer e de saber, incorporando aprendizados, significados e modos específicos de coordenação coletiva (Gherardi, 2012, 2019; Nicolini, 2012; Feldman; Orlikowski, 2011). Compreender um fenômeno organizacional a partir dessa perspectiva implica, portanto, observar atentamente o que os atores fazem, como fazem, com quem fazem e com quais recursos, reconhecendo que o conhecimento está incorporado na própria ação.

Ao adotar explicitamente essa perspectiva epistemológica, este artigo parte do entendimento de que o empreendedorismo não preexiste às práticas, mas é continuamente constituído no fazer cotidiano (Schatzki, 2005; Gherardi, 2012; Nicolini, 2012). Assim, o empreendedorismo cultural é compreendido não como um atributo individual ou como um evento pontual, mas à luz dos estudos baseados em prática, como um fenômeno que emerge das práticas organizativas por meio das quais as iniciativas culturais são organizadas, mantidas e transformadas ao longo do tempo (Bispo, 2013; Gherardi, 2012; Davel; Corá, 2016). Essa abordagem permite deslocar o foco analítico para o “como” do empreendedorismo cultural, evidenciando os processos, as relações e os saberes que sustentam essas iniciativas em sua concretude cotidiana (Bispo, 2015; Nicolini, 2012; Feldman; Orlikowski, 2011), em diálogo com perspectivas que compreendem a organização como um processo em construção (Weick, 1995; Tsoukas; Chia, 2002).

Esse entendimento mostra-se particularmente relevante quando aplicado ao contexto de festas populares e religiosas. Conforme discutido por Davel e Paiva Júnior (2019), as festas configuram-se como fenômenos organizacionais complexos, marcados pela articulação entre o sagrado e o profano, o formal e o informal, o planejado e o improvisado, revelando formas específicas de organizar e empreender culturalmente (Davel; Corá, 2016; Weick, 1995; Pfeilstetter, 2021). A organização dessas festividades envolve uma multiplicidade de práticas que se desenvolvem de forma contínua, ancoradas em tradições, memórias coletivas e formas específicas de engajamento comunitário, o que reforça seu caráter processual e organizativo (Marins; Davel, 2019; Gherardi, 2012).

De modo complementar, Marins (2022) destaca que as festas populares devem ser compreendidas não apenas como eventos pontuais, mas como processos organizativos que extrapolam o momento da celebração. Nesse sentido, práticas que antecedem, atravessam e sucedem a realização da festa - como planejamento, mobilização de recursos, coordenação de atores, resolução de conflitos e produção de sentidos - tornam-se centrais para a continuidade da manifestação cultural (Marins, 2022; Thompson; Verduijn; Gartner, 2020; Pfeilstetter, 2021). Assim, as festas populares e religiosas configuram-se como um lócus privilegiado para compreender como diferentes atores, saberes e recursos se articulam na organização e

sustentação dessas manifestações ao longo do tempo, evidenciando a dimensão processual e relacional das práticas que estruturam tais iniciativas (Marins, 2022; Gherardi, 2019; Nicolini, 2012).

Dessa forma, ao articular o empreendedorismo cultural com a perspectiva dos estudos baseados em prática, este artigo tem como objetivo discutir os fundamentos conceituais do empreendedorismo cultural como prática, a partir dos estudos baseados em prática. Ao desenvolver essa discussão, busca-se evidenciar como os Estudos Baseados em Prática podem servir de base para ampliar o debate sobre o empreendedorismo cultural especialmente no que se refere à compreensão das dinâmicas organizativas que sustentam iniciativas culturais coletivas, especialmente em contextos festivos e religiosos, nos quais diferentes atores se mobilizam para produzir, organizar e manter manifestações culturais ao longo do tempo (Davel; Corá, 2016; Marins, 2022; Gherardi, 2019; Nicolini, 2012; Feldman; Orlikowski, 2011).

Além desta introdução, o artigo está estruturado da seguinte maneira: inicialmente, apresenta-se a seção Empreendedorismo como Prática: Fundamentos Teórico-Conceituais, na qual são discutidas as bases analíticas dos Estudos Baseados em Prática, a partir das contribuições de Bispo (2013, 2015), Gherardi (2006, 2012, 2019), Schatzki (2005) e Nicolini (2012). Em seguida, apresenta-se a seção Empreendedorismo Cultural e os Limites das Abordagens Tradicionais, na qual são discutidas as principais perspectivas analíticas do campo e suas limitações para compreender iniciativas culturais organizadas coletivamente. Posteriormente, na seção Empreendedorismo Cultural como Prática e a Relação com os Estudos Baseados em Prática, discute-se a articulação entre os temas, evidenciando suas contribuições para a compreensão das dinâmicas organizativas presentes em iniciativas culturais. Por fim, apresentam-se as considerações finais, retomando os principais argumentos desenvolvidos e apontando implicações teóricas e possibilidades para pesquisas futuras.

A metodologia utilizada neste estudo baseia-se em uma revisão de literatura de caráter teórico-interpretativo, construída a partir da seleção de produções acadêmicas nacionais e internacionais que discutem empreendedorismo cultural e estudos baseados em prática. A seleção das referências foi orientada pela relevância teórica e pela recorrência dos autores no campo, priorizando estudos considerados fundamentais para a consolidação dos debates em torno dos temas investigados. O processo envolveu a identificação, leitura e análise das produções selecionadas, com foco na compreensão dos principais conceitos, abordagens e articulações teóricas presentes na literatura. A partir desse movimento, foi possível organizar um repertório analítico que sustenta a discussão desenvolvida ao longo do estudo.

2 EMPREENDEDORISMO COMO PRÁTICA: FUNDAMENTOS TEÓRICO-CONCEITUAIS

A crescente incorporação das abordagens centradas na prática nos estudos organizacionais tem produzido importantes deslocamentos analíticos na forma de compreender fenômenos sociais e organizacionais (Nicolini, 2012). Em contraste com perspectivas que privilegiam estruturas abstratas ou atributos individuais como principais explicações para a ação social, os *Practice-Based Studies* (Estudos Baseados em Prática – EBP) propõem que a realidade organizacional seja compreendida a partir das práticas por meio das quais ela é continuamente produzida e sustentada no cotidiano (Gherardi, 2012; Schatzki, 2005; Vaara; Jarzabkowski, 2021). Nessa direção, práticas são entendidas como conjuntos de atividades socialmente compartilhadas que articulam diferentes elementos na realização da ação social, constituindo o tecido através do qual a vida social se organiza e se

reproduz (Schatzki, 2005; Nicolini, 2012; Gherardi, 2012). Ao deslocar o foco analítico para aquilo que os atores efetivamente fazem em contextos situados, essa perspectiva permite compreender organizações e processos sociais como realizações práticas continuamente construídas nas interações entre indivíduos, conhecimentos e arranjos materiais (Nicolini, 2012; Gherardi, 2012).

Sob essa perspectiva, compreender fenômenos organizacionais implica deslocar o foco analítico das entidades abstratas para as atividades concretas realizadas pelos atores em contextos específicos (Nicolini, 2012; Feldman; Orlikowski, 2011). Em vez de tratar organizações como estruturas previamente dadas, as abordagens baseadas em prática procuram compreender como elas são continuamente realizadas no fluxo das interações cotidianas, aproximando-se da concepção de organização como processo (Weick, 1995; Tsoukas; Chia, 2002). Conforme argumenta Schatzki (2005), a vida social pode ser compreendida como um entrelaçamento de práticas e arranjos materiais que estruturam o fazer humano, conectando ações, artefatos e significados em configurações situadas. De maneira convergente, Nicolini (2012) destaca que investigar práticas significa examinar aquilo que os atores efetivamente fazem, bem como os conhecimentos incorporados, os recursos mobilizados e as relações que tornam tais ações possíveis e inteligíveis. Assim, práticas não representam apenas padrões de comportamento, mas formas socialmente compartilhadas de agir e compreender o mundo, sustentadas por saberes práticos, normas e materialidades que orientam a ação coletiva (Gherardi, 2012; Schatzki, 2005; Orlikowski, 2007).

Essa virada analítica tem influenciado diferentes campos dos estudos organizacionais, ampliando a compreensão de fenômenos como estratégia, aprendizagem e organização (Nicolini, 2012; Vaara; Whittington, 2012). Para Gherardi (2012), as práticas constituem espaços nos quais ação e conhecimento se produzem mutuamente, sendo continuamente aprendidos, compartilhados e transformados nas interações entre os atores. Nessa mesma direção, estudos baseados em prática têm destacado que o conhecimento organizacional não está apenas formalizado em estruturas ou procedimentos, mas é produzido e reproduzido no próprio fazer cotidiano das atividades organizativas (Nicolini, 2012; Schatzki, 2005; Orlikowski, 2007; Feldman; Orlikowski, 2011). Assim, compreender organizações implica observar os modos pelos quais os indivíduos coordenam suas atividades, mobilizam saberes e utilizam artefatos materiais para sustentar formas específicas de ação coletiva. Assim, a prática torna-se uma unidade analítica privilegiada para investigar como processos organizativos emergem, se estabilizam e se transformam nas dinâmicas cotidianas da vida social (Gherardi, 2012; Nicolini, 2012).

No contexto brasileiro, a incorporação dessa perspectiva tem sido particularmente impulsionada por pesquisas que buscam compreender organizações e processos sociais a partir de suas dinâmicas cotidianas (Bispo, 2013; Ávila; Davel, 2024; Davel; Paiva Júnior, 2019; Mariz et al., 2021). Estudos desenvolvidos no campo dos estudos organizacionais têm destacado que as práticas constituem unidades analíticas relevantes justamente por possibilitarem a articulação entre dimensões materiais, simbólicas e relacionais presentes nas atividades sociais (Gherardi, 2012; Nicolini, 2012). Nessa perspectiva, os fenômenos organizacionais não podem ser plenamente compreendidos sem considerar as práticas que os sustentam, uma vez que são essas atividades interligadas que produzem, reproduzem e transformam as organizações ao longo do tempo (Bispo, 2013; Schatzki, 2005). Assim, a abordagem baseada em práticas contribui para ampliar a compreensão dos processos organizativos ao enfatizar que a ação coletiva se constitui no entrelaçamento entre saberes

práticos, interações sociais e arranjos materiais que orientam o agir cotidiano dos atores (Schatzki, 2005; Gherardi, 2012; Nicolini, 2012; Orlikowski, 2007).

A partir dessas contribuições, observa-se um movimento crescente de aproximação entre a perspectiva da prática e o campo do empreendedorismo (Nicolini, 2012; Gherardi, 2012; Orlikowski, 2011). Historicamente, grande parte da literatura empreendedora foi orientada por abordagens que enfatizavam características individuais do empreendedor, tais como traços psicológicos, capacidade de inovação ou habilidade para identificar oportunidades de mercado (Gartner, 1988). Embora essas abordagens tenham desempenhado papel importante na consolidação do campo, elas tendem a interpretar o empreendedorismo como resultado da ação de indivíduos excepcionais, frequentemente desconsiderando os contextos sociais e organizacionais nos quais as atividades empreendedoras se desenvolvem (Dimaggio, 1982; Spilling, 1991; Aldrich; Martinez, 2001). Como destacam estudos posteriores, compreender o empreendedorismo exige considerar não apenas atributos individuais, mas também os processos sociais, culturais e institucionais que moldam as oportunidades e orientam as práticas empreendedoras em contextos específicos (Baker; Nelson, 2005; Lounsbury; Glynn, 2019).

Em resposta a essas limitações, pesquisadores passaram a defender a necessidade de compreender o empreendedorismo como um fenômeno processual e socialmente situado, enfatizando as atividades cotidianas por meio das quais iniciativas organizativas são produzidas e sustentadas (Johannisson, 2011; Hjorth, 2011; Garud; Gehman; Giuliani, 2014). Nessa direção, consolida-se a perspectiva do empreendedorismo como prática, segundo a qual o fenômeno empreendedor deve ser analisado a partir das atividades concretas, relações sociais e arranjos materiais que sustentam a organização de iniciativas empreendedoras em contextos específicos (Johannisson, 2011; Hjorth, 2011; Feldman; Orlikowski, 2011). Assim, o empreendedorismo deixa de ser interpretado exclusivamente como atributo individual e passa a ser compreendido como um conjunto de práticas que emergem das interações entre atores, recursos e contextos institucionais.

Sob essa ótica, o empreendedorismo pode ser entendido como um conjunto de práticas que articulam saberes práticos, rotinas de ação, materialidades e relações sociais por meio das quais iniciativas organizativas são continuamente produzidas e sustentadas (Nicolini, 2012; Gherardi, 2012; Feldman; Orlikowski, 2011). Essas práticas envolvem, entre outras atividades, mobilização de recursos, construção de redes de colaboração, negociação com diferentes atores institucionais e experimentação formas de organização (Johannisson, 2011; Garud; Gehman; Giuliani, 2014). Ao enfatizar o caráter relacional e situado das práticas empreendedoras, essa perspectiva amplia a compreensão do empreendedorismo ao evidenciar que processos de criação e transformação organizacional emergem do entrelaçamento de múltiplas atividades cotidianas. Nesse sentido, as práticas não são apenas ações repetidas, mas espaços nos quais saber e fazer se constituem simultaneamente, produzindo formas compartilhadas de coordenação coletiva e aprendizado. Assim, compreender o empreendedorismo a partir da prática implica examinar como os atores organizam suas atividades, constroem relações e mobilizam recursos materiais e simbólicos para sustentar suas iniciativas (Nicolini, 2012; Gherardi, 2012; Schatzki, 2005).

Esse deslocamento analítico revela-se particularmente relevante para contextos organizacionais caracterizados por forte presença de relações sociais, valores simbólicos e formas coletivas de ação. Nesses contextos, compreender o empreendedorismo exige ir além das decisões individuais ou dos resultados econômicos, voltando-se para os processos cotidianos por meio dos quais iniciativas são organizadas, mantidas e transformadas ao longo do tempo. Dessa forma, a perspectiva da prática possibilita investigar o empreendedorismo

como um fenômeno profundamente enraizado nas interações sociais e nos contextos culturais em que se desenvolve (Johannisson, 2011; Hjorth, 2011; Pfeilstetter, 2021; Lounsbury; Glynn, 2019).

Essa mudança de enfoque torna-se particularmente promissora quando aplicada a contextos nos quais a produção de valor está profundamente associada a dimensões simbólicas e culturais, como ocorre em diferentes iniciativas culturais organizadas coletivamente (Dimaggio, 1982; Ellmeier, 2003; Banks et al., 2000; Banks; O'Connor, 2000). Em tais situações, o empreendedorismo emerge de práticas organizativas que mobilizam saberes locais, memórias coletivas e formas específicas de engajamento comunitário. Assim, compreender o empreendedorismo como prática permite investigar de maneira mais sensível como diferentes atores articulam recursos, conhecimentos e relações para sustentar iniciativas coletivas em contextos socioculturais específicos (Nicolini, 2012; Gherardi, 2012; Pfeilstetter, 2021). Com isso, estabelecem-se as bases analíticas que orientam a seção seguinte, na qual se discute o empreendedorismo cultural e os limites das abordagens tradicionalmente adotadas no campo dos estudos organizacionais.

3 EMPREENDEDORISMO CULTURAL E OS LIMITES DAS ABORDAGENS TRADICIONAIS

O empreendedorismo cultural tem se consolidado como um campo relevante para compreender iniciativas que articulam produção cultural, organização coletiva e criação de valor simbólico em diferentes contextos sociais (Banks et al., 2000; DiMaggio, 1982; Khaire, 2017). Desde suas formulações iniciais, a literatura destaca que essas atividades combinam dimensões econômicas e simbólicas em arranjos organizativos específicos, envolvendo múltiplos atores e formas de coordenação social (Scott, 2012; Jones; Lorenzen; Sapsed, 2015; Lounsbury; Glynn, 2019). No contexto brasileiro, pesquisas apontam que tais iniciativas se estruturam a partir de práticas situadas, nas quais aspectos criativos, sociais e organizativos se articulam no cotidiano da produção cultural (Davel; Corá, 2016; Campos; Davel, 2018; Davel; Paiva Júnior, 2019). De forma convergente, estudos recentes em economia cultural reforçam o caráter relacional e contextual da produção de valor, evidenciando como essas dinâmicas são moldadas por condições institucionais e territoriais específicas (O'Connor, 2016). Apesar desses avanços, ainda predominam abordagens centradas em estruturas e resultados, o que limita a compreensão dos processos cotidianos que sustentam essas práticas. Nesse sentido, a abordagem baseada em práticas contribui ao evidenciar o empreendedorismo cultural como um fenômeno processual, relacional e continuamente construído na interação entre atores, recursos e contextos (Marins, 2022; Pfeilstetter, 2021; Lounsbury; Glynn, 2019).

Apesar da expansão desse campo de pesquisa, observa-se que grande parte da literatura ainda permanece ancorada em abordagens analíticas que privilegiam dimensões econômicas, gerenciais ou individuais do fenômeno (Gartner, 1988; Lounsbury; Glynn, 2019; Pfeilstetter, 2021). Uma primeira perspectiva está associada às discussões sobre economia criativa e indústrias culturais, nas quais o empreendedor cultural é frequentemente analisado a partir de sua capacidade de transformar ativos simbólicos em valor econômico (Banks et al., 2000; Cunningham, 2011; O'Connor, 2016; Flew, 2021). O crescimento das indústrias culturais contribuiu para consolidar interpretações que aproximam a produção cultural das dinâmicas de mercado (Hesmondhalgh, 2013; Flew, 2021; O'Connor, 2016). Nesse contexto, empreendedores culturais passam a ser analisados principalmente em função de sua habilidade de desenvolver modelos de negócio sustentáveis a partir da exploração de bens simbólicos (Jones; Lorenzen; Sapsed, 2015; Comunian; England, 2020). Embora essa abordagem tenha contribuído para evidenciar a relevância econômica das atividades culturais

e das indústrias criativas, ela tende a enfatizar a lógica de mercado e os resultados financeiros das iniciativas culturais, relegando a segundo plano as dinâmicas sociais e organizativas que sustentam essas práticas (Banks et al., 2000; Hesmondhalgh, 2013; Flew, 2021; O'Connor, 2016).

Uma segunda vertente analítica aproxima o empreendedorismo cultural dos estudos de gestão cultural, enfatizando práticas administrativas e estratégias organizacionais voltadas à viabilização de projetos culturais (Marins; Davel, 2019; Marins, 2022; Comunian; England, 2020). Nesse campo, pesquisas têm investigado como empreendedores culturais estruturam suas iniciativas, organizam recursos e desenvolvem estratégias para manter suas atividades em contextos frequentemente marcados por restrições institucionais e financeiras (Davel; Corá, 2016; Lampel; Lant; Shamsie, 2000; O'Connor, 2018). Nessas análises, o empreendedor cultural tende a ser compreendido como gestor responsável por coordenar equipes, planejar atividades e garantir a sustentabilidade organizacional das iniciativas culturais (Davel; Corá, 2016; Marins; Davel, 2019; Flew, 2021). Essa perspectiva contribuiu para ampliar a compreensão das dinâmicas organizacionais presentes no campo cultural, especialmente no que se refere à gestão de projetos e à mobilização de recursos (Campos; Davel, 2018; Davel; Paiva Júnior, 2019; Khaire, 2017).

Além dessas perspectivas, uma terceira abordagem concentra-se na figura do empreendedor cultural enquanto sujeito individual, enfatizando características pessoais, competências criativas e habilidades de liderança associadas à condução de iniciativas culturais (Gartner, 1988; Lounsbury; Glynn, 2019). Nessa perspectiva, o empreendedor é frequentemente compreendido como agente central responsável por identificar oportunidades, mobilizar recursos e conduzir processos de inovação cultural. A literatura de empreendedorismo institucional, inserida na perspectiva neo-institucional dos estudos organizacionais, aponta a atuação de atores capazes de mobilizar recursos e promover transformações organizacionais em instituições culturais (DiMaggio, 1982; Battilana; Leca; Boxenbaum, 2008; Wijen; Ansari, 2007). De maneira semelhante, estudos sobre produção cultural frequentemente enfatizam trajetórias individuais e capacidades criativas associadas aos empreendedores culturais (Banks et al., 2000; Ellmeier, 2003; Khaire, 2017). Embora tais abordagens ofereçam contribuições relevantes para compreender processos de liderança e trajetórias empreendedoras, elas tendem a privilegiar a atuação de indivíduos específicos em detrimento das dinâmicas coletivas que sustentam muitas iniciativas culturais (Jones; Lorenzen; Sapsed, 2015; Lounsbury; Glynn, 2019; Pfeilstetter, 2021).

Essas limitações tornam-se particularmente evidentes quando se analisam iniciativas culturais que emergem em contextos comunitários, nos quais práticas coletivas desempenham papel central na organização das atividades culturais (Marins, 2022; Davel; Corá, 2016; Pfeilstetter, 2021). Muitas atividades culturais se estruturam por meio de redes de colaboração e de relações sociais densas, nas quais diferentes atores contribuem para a continuidade (Jones; Lorenzen; Sapsed, 2015; Lounsbury; Glynn, 2019). Nesse contexto, práticas como mobilização comunitária, articulação de parcerias e coordenação de voluntários constituem elementos fundamentais para a organização dessas atividades (Davel; Paiva Júnior, 2019; Marins; Davel, 2020). Mais do que resultados organizacionais ou desempenho econômico, a continuidade dessas iniciativas depende da articulação coletiva entre diferentes saberes, práticas e atores sociais, evidenciando seu caráter relacional e processual (Marins, 2022; Scott, 2012; Gherardi, 2019).

Além disso, ao priorizar indicadores de desempenho econômico ou atributos individuais do empreendedor, parte da literatura tende a invisibilizar os processos cotidianos por meio dos quais o empreendedorismo cultural é efetivamente produzido (Gartner, 1988;

Nicolini, 2012; Pfeilstetter, 2021). A produção cultural envolve processos sociais complexos que não podem ser plenamente explicados apenas a partir de variáveis econômicas ou atributos individuais (Ellmeier, 2003; Gherardi, 2012; Lounsbury; Glynn, 2019). Diante dessas limitações, torna-se necessário ampliar o repertório teórico utilizado para compreender o empreendedorismo cultural, incorporando perspectivas que ultrapassem abordagens centradas em dimensões econômicas, gerenciais ou individuais e que sejam capazes de captar a complexidade social, simbólica e organizacional que caracteriza essas iniciativas.

Nesse contexto, abordagens que enfatizam o caráter processual e relacional da ação social mostram-se particularmente promissoras para investigar como o empreendedorismo cultural se constitui no cotidiano das práticas organizativas. A análise das práticas permite compreender como atividades organizacionais são continuamente produzidas e reproduzidas (Nicolini, 2012; Feldman; Orlikowski, 2011). Além disso, práticas organizativas envolvem saberes compartilhados, rotinas e interações que estruturam a ação coletiva (Gherardi, 2012; Reckwitz, 2002; Schatzki, 2005). Sob essa perspectiva, o empreendedorismo cultural pode ser analisado a partir dos processos e relações que sustentam a organização das iniciativas no dia a dia, evidenciando seu caráter coletivo, situado e em constante construção.

4 EMPREENDEDORISMO CULTURAL COMO PRÁTICA E A RELAÇÃO COM EBP

A aproximação entre o campo do empreendedorismo cultural e a perspectiva dos estudos baseados em prática tem se mostrado particularmente promissora para ampliar a compreensão das dinâmicas que sustentam iniciativas culturais em diferentes contextos sociais. Enquanto abordagens tradicionais da economia criativa e do empreendedorismo cultural tendem a enfatizar o empreendedor como principal agente da ação, com foco em sua capacidade de inovação, liderança e identificação de oportunidades no mercado cultural (Banks et al., 2000; Khaire, 2017; Flew, 2021), tais perspectivas apresentam limitações para explicar iniciativas sustentadas por esforços coletivos, práticas comunitárias e formas específicas de engajamento social (Ellmeier, 2003; Jones; Lorenzen; Sapsed, 2015; Pfeilstetter, 2021). Em muitos contextos culturais, especialmente aqueles vinculados a manifestações tradicionais ou comunitárias, as iniciativas culturais emergem de processos coletivos e de redes de colaboração que se estruturam em torno de práticas sociais compartilhadas (Davel; Paiva Júnior, 2019; Marins, 2022; Lounsbury; Glynn, 2019).

Diante das limitações das abordagens centradas na economia criativa e em explicações que privilegiam atributos individuais ou resultados organizacionais, os estudos baseados em prática oferecem uma perspectiva teórica relevante para compreender os fenômenos organizacionais a partir das atividades que estruturam a vida social (Nicolini, 2012; Gherardi, 2012; Schatzki, 2005). Nessa perspectiva, a vida social é continuamente produzida no cotidiano por meio de práticas que organizam a ação coletiva, envolvendo a articulação de saberes, rotinas e elementos materiais no próprio fazer das atividades sociais (Reckwitz, 2002; Schatzki, 2005). Mais do que padrões de comportamento, essas práticas constituem formas socialmente compartilhadas de agir que conferem sentido e regularidade às interações em contextos específicos (Nicolini, 2012; Gherardi, 2012). Assim, compreender um fenômeno organizacional implica deslocar o olhar das estruturas formais ou das intenções individuais para aquilo que os atores efetivamente fazem no cotidiano, evidenciando as práticas que sustentam a vida organizacional (Gherardi, 2012; Nicolini, 2012).

Essa mudança de perspectiva permite compreender o empreendedorismo não apenas como resultado de decisões individuais ou estratégias deliberadas, mas como um processo que emerge das atividades cotidianas e das interações que organizam a ação coletiva

(Schatzki, 2005; Garud; Gehman; Giuliani, 2014). Nessa abordagem, as práticas articulam conhecimento, ação e organização, sendo continuamente produzidas e reproduzidas nas atividades que sustentam a vida organizacional (Gherardi, 2012; Feldman; Orlikowski, 2011). Além disso, envolvem nexos de atividades e arranjos materiais que conectam ações humanas, objetos e contextos sociais, configurando formas específicas de coordenação coletiva e produção de sentido (Schatzki, 2005; Nicolini, 2012). Assim, aprender, organizar e agir deixam de ser dimensões separadas e passam a constituir processos interdependentes que estruturam a ação organizacional no cotidiano (Gherardi, 2012; Nicolini, 2012).

A análise das organizações a partir das práticas permite compreender como processos organizativos são continuamente produzidos nas atividades cotidianas realizadas pelos atores envolvidos, considerando os saberes práticos, as interações sociais e os elementos materiais que participam da organização (Bispo, 2013; Feldman; Orlikowski, 2011). Ao enfatizar essa dimensão processual, argumenta-se que fenômenos organizacionais devem ser analisados a partir das atividades que estruturam o cotidiano, permitindo compreender a organização não como uma entidade estática, mas como um processo contínuo de organizar que se realiza nas práticas que sustentam o fazer social (Bispo, 2015; Schatzki, 2005). Assim, compreender organizações implica investigar como práticas são continuamente (re)configuradas nas interações entre atores, artefatos e contextos sociais, evidenciando seu caráter dinâmico e situado (Nicolini, 2012; Gherardi, 2019).

Quando essa perspectiva é articulada ao campo do empreendedorismo cultural, torna-se possível ampliar a compreensão das dinâmicas que sustentam iniciativas culturais. Em vez de interpretá-lo apenas como resultado da ação de indivíduos ou de estratégias voltadas ao mercado, a abordagem baseada em práticas permite analisá-lo como um fenômeno que emerge das interações e das atividades que organizam essas iniciativas no cotidiano (Banks et al., 2000; Jones; Lorenzen; Sapsed, 2015; Pfeilstetter, 2021). Em muitos contextos culturais, iniciativas empreendedoras são sustentadas por redes de colaboração e formas de engajamento social que se desenvolvem ao longo do tempo (Davel; Paiva Júnior, 2019; Lounsbury; Glynn, 2019). Assim, o empreendedorismo cultural pode ser compreendido como um processo socialmente situado, produzido nas práticas por meio das quais recursos, saberes e significados são mobilizados para sustentar a continuidade dessas manifestações (Marins, 2022; Gherardi, 2019).

Essa perspectiva torna-se particularmente relevante quando se consideram iniciativas culturais organizadas coletivamente, como festas populares, manifestações religiosas, projetos artísticos e eventos comunitários. Em tais contextos, a continuidade dessas iniciativas depende da articulação entre múltiplos atores – como organizadores, voluntários, artistas, lideranças comunitárias – que participam da organização das atividades que sustentam a manifestação cultural (Jones; Lorenzen; Sapsed, 2015; Lounsbury; Glynn, 2019). Assim, práticas relacionadas à mobilização de recursos, coordenação de participantes, produção artística e articulação institucional constituem elementos centrais para a continuidade dessas iniciativas (Davel; Paiva Júnior, 2019; Pfeilstetter, 2021). Essas atividades se estruturam por meio de interações recorrentes, rotinas compartilhadas e saberes práticos acumulados ao longo do tempo, evidenciando o caráter coletivo e situado da organização cultural (Gherardi, 2012; Schatzki, 2005).

Sob essa perspectiva, o empreendedorismo cultural deixa de ser compreendido como um evento pontual ou como resultado da ação isolada de um empreendedor individual, passando a ser analisado como um processo organizativo distribuído entre múltiplos atores e práticas interdependentes (Schatzki, 2005; Garud; Gehman; Giuliani, 2014). As iniciativas culturais emergem das interações cotidianas que conectam pessoas, saberes, objetos e

significados culturais, revelando formas específicas de organização social que frequentemente escapam às categorias analíticas tradicionais do empreendedorismo (Gherardi, 2012; Lounsbury; Glynn, 2019). Nesse contexto, as práticas sociais desempenham papel central ao estruturar a ação coletiva, constituindo padrões relativamente estáveis que orientam a participação dos atores e sustentam a continuidade dessas iniciativas (Reckwitz, 2002; Gherardi, 2019).

Além disso, os EBP permitem compreender como saberes tácitos, experiências acumuladas e tradições culturais são continuamente mobilizados na organização dessas iniciativas (Gherardi, 2012; Nicolini, 2012; Marins, 2022; Gherardi, 2019). Em muitos contextos, atividades relacionadas à organização de eventos culturais, à preparação de rituais ou à mobilização comunitária incorporam conhecimentos transmitidos entre gerações, profundamente enraizados nas dinâmicas sociais locais (Schatzki, 2005; Gherardi, 2012). A partir dessa articulação, este artigo contribui para o avanço do campo ao propor a compreensão do empreendedorismo cultural como prática, evidenciando como essas iniciativas são organizadas e sustentadas no cotidiano por meio de práticas socialmente compartilhadas. Ao deslocar o foco analítico do empreendedor individual para essas práticas, torna-se possível compreendê-lo como um fenômeno processual, relacional e socialmente situado (Schatzki, 2005; Nicolini, 2012; Garud; Gehman; Giuliani, 2014). Essa perspectiva evidencia os processos cotidianos, as interações e os saberes práticos que sustentam a continuidade dessas manifestações em diferentes contextos, reforçando a relevância de abordagens que privilegiem o fazer social na análise do empreendedorismo cultural (Bispo, 2013; Pfeilstetter, 2021).

Dessa forma, compreender o empreendedorismo cultural como prática amplia as possibilidades analíticas para investigar como iniciativas culturais são organizadas e mantidas ao longo do tempo, evidenciando modos de empreender que emergem da articulação entre cultura, organização e ação coletiva (Gherardi, 2012; Nicolini, 2012; Lounsbury; Glynn, 2019). Ao enfatizar a centralidade das práticas, essa abordagem contribui para análises mais sensíveis às dinâmicas organizativas e simbólicas da produção cultural, além de oferecer base teórica para avançar o debate no campo dos estudos organizacionais (Schatzki, 2005; Pfeilstetter, 2021).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao discutir os fundamentos conceituais do empreendedorismo cultural como prática, a partir dos estudos baseados em prática, torna-se possível compreender de maneira mais aprofundada como atividades sociais, saberes práticos e relações coletivas participam da constituição e da continuidade de iniciativas culturais. Além disso, abrem-se possibilidades para pesquisas futuras, especialmente na investigação de como essas práticas se organizam em contextos comunitários e tradicionais, como diferentes atores interagem na coordenação de atividades culturais ao longo do tempo e como elementos materiais, simbólicos e afetivos participam desses processos organizativos. Essas agendas de pesquisa indicam caminhos teóricos e empíricos ainda pouco explorados no campo, reafirmando a relevância da articulação entre empreendedorismo cultural e estudos baseados em prática para o avanço das investigações sobre fenômenos socioculturais organizados coletivamente.

Parte da literatura sobre empreendedorismo cultural ainda se apoia em abordagens que destacam o empreendedor individual, a racionalidade econômica e a análise de resultados associados ao desempenho no mercado cultural. Essas perspectivas foram importantes para a consolidação inicial do campo e para a compreensão de aspectos econômicos e gerenciais das iniciativas culturais. Ao mesmo tempo, em determinados contextos, oferecem uma leitura

limitada de experiências em que o empreendedorismo cultural se constrói a partir de dinâmicas coletivas, envolvendo a articulação contínua entre diferentes atores, saberes e recursos. Nesse sentido, ganha relevância o uso de abordagens que permitam olhar para esses processos de forma mais próxima do cotidiano, destacando como essas iniciativas se sustentam nas práticas e nas interações que acontecem ao longo do tempo.

A partir dessa problematização, o artigo propôs aproximar o empreendedorismo cultural dos estudos baseados em prática, compreendendo o EC como prática e destacando que a produção e a continuidade de iniciativas culturais podem ser entendidas como processos que emergem das práticas sociais que estruturam a vida organizacional. Nesse olhar, as iniciativas culturais deixam de ser vistas apenas como resultado de decisões individuais ou estratégias de mercado e passam a ser compreendidas como processos organizativos construídos no cotidiano, nas interações entre diferentes atores que mobilizam saberes, relações sociais e significados culturais para sustentar sua continuidade.

A principal contribuição teórica deste artigo consistiu em propor uma discussão sobre empreendedorismo cultural como prática a partir dos EBP. Tal iniciativa permitiu abordar conceitualmente as organizações com iniciativas culturais. Essa abordagem permite evidenciar que o processo de empreender culturalmente se desenvolve por meio de atividades que conectam pessoas, conhecimentos, artefatos e significados em contextos sociais específicos. Ao deslocar o foco analítico do indivíduo para as práticas coletivas, amplia-se a capacidade de compreender como iniciativas culturais são efetivamente organizadas, mantidas e transformadas no cotidiano das relações sociais.

Além disso, a articulação entre empreendedorismo cultural e práticas sociais amplia o escopo analítico ao evidenciar dimensões frequentemente negligenciadas pelas abordagens tradicionais do empreendedorismo, como a mobilização de redes sociais locais, a construção compartilhada de significados culturais e a articulação entre elementos simbólicos e organizativos que sustentam a continuidade das iniciativas culturais. Nessa perspectiva, o empreendedorismo cultural pode ser compreendido como um processo relacional e dinâmico, enraizado nas interações sociais que estruturam a produção cultural em diferentes contextos.

A partir desse entendimento, abrem-se caminhos para pesquisas futuras que investiguem como práticas organizativas sustentam iniciativas culturais em contextos específicos, como festas populares, coletivos artísticos e projetos culturais comunitários. Isso envolve entender como diferentes atores articulam saberes, recursos e relações sociais no próprio processo de organizar essas iniciativas e dar continuidade a elas. Também se torna relevante explorar como práticas ligadas à produção artística, à organização de eventos e à mobilização comunitária se conectam na construção de formas particulares de empreender culturalmente.

Outro caminho promissor consiste em examinar a articulação das práticas culturais com processos mais amplos de organização social, como políticas públicas, regras institucionais e redes culturais locais que influenciam as condições de desenvolvimento dessas iniciativas. Essa abordagem pode contribuir para compreender de forma mais aprofundada como iniciativas culturais conseguem se manter e se transformar ao longo do tempo, mesmo diante de restrições econômicas, limitações institucionais e forte dependência do engajamento comunitário.

Por fim, ao propor a discussão dos fundamentos conceituais do empreendedorismo cultural como prática, a partir dos estudos baseados em prática, este artigo contribui para o avanço do debate teórico no campo dos estudos organizacionais. Ao reconhecer que a organização de iniciativas culturais emerge das práticas que estruturam a ação coletiva, abre-se espaço para investigações mais sensíveis à complexidade social, simbólica e organizativa

dessas manifestações. A articulação entre empreendedorismo cultural e estudos baseados em prática oferece, assim, uma lente analítica capaz de evidenciar processos organizativos, saberes práticos e dinâmicas coletivas, ampliando as possibilidades de investigação e destacando dimensões frequentemente negligenciadas pelas abordagens tradicionais.

É importante destacar que o presente estudo utilizou o ChatGPT (modelo GPT-5.3, desenvolvido pela OpenAI) exclusivamente para apoio na revisão textual do manuscrito. Ressalta-se que o uso da ferramenta não interferiu no desenvolvimento teórico, na construção analítica ou nas interpretações apresentadas, sendo restrito a ajustes de clareza, coesão e adequação linguística.

REFERÊNCIAS

- ÁVILA, Alexandre; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. *Emotional resilience in entrepreneurial education: the educational practice of artistic entrepreneurship*. REGEPE – Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, São Paulo, v. 13, n. 2, mai.-ago. 2024.
- BANKS, Mark. *Creative justice: cultural industries, work and inequality*. London: Rowman & Littlefield, 2017.
- BANKS, Mark; LOVATT, Andy; O’CONNOR, Justin; RAFFO, Carlo. *Risk and trust in the cultural industries*. Geoforum, v. 31, n. 4, p. 453–464, 2000.
- BATILANA, Julie; LECA, Bernard; BOXENBAUM, Eva. *How actors change institutions: towards a theory of institutional entrepreneurship*. Academy of Management Annals, v. 3, n. 1, p. 65–107, 2009.
- BISPO, Marcelo de Souza. **Estudos baseados em prática: conceitos, história e perspectivas**. Revista de Administração Mackenzie, v. 14, n. 6, 2013
- BISPO, Marcelo de Souza. **Prática organizacional: uma perspectiva baseada em estudos da prática**. Organizações & Sociedade, v. 22, n. 73, p. 309–326, 2015.
- CAMPOS, Israel Marques; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. **Empreendedorismo cultural, aprendizagem e identidade territorial: o desbravamento de jovens músicos do Nordeste de Amaralina**. Administração Pública e Gestão Social, v. 10, n. 1, jan.-mar. p. 66–73, 2018.
- CUNNINGHAM, Stuart. *Creative industries: theory, practice and policy*. London: Sage, 2011.
- DAVEL, Eduardo Paes Barreto; CORÁ, Maria Amélia Jundurian. **Empreendedorismo cultural: cultura como discurso, criação e consumo simbólico**. Pol. Cult. Rev., Salvador, v. 9, n. 1, p. 363–397, jan./jun. 2016.
- DAVEL, Eduardo; CORÁ, Maria Amélia. **Empreendedorismo cultural e práticas organizativas**. Revista de Administração Pública, v. 50, n. 3, p. 363–382, 2016.
- DAVEL, Eduardo Paes Barreto; FANTINEL, Letícia Dias. **Festa, organização e cultura: uma introdução**. Pensamento & Realidade, São Paulo, v. 34, n. 3, p. 1–13, 2019.
- DAVEL, Eduardo; FANTINEL, Letícia. **Práticas organizativas e cultura**. Organizações & Sociedade, v. 26, n. 89, p. 123–145, 2019.
- DAVEL, Eduardo Paes Barreto; PAIVA JÚNIOR, Fernando Gomes de. **Festa, cultura e empreendedorismo cultural: uma introdução**. Teoria e Prática em Administração, João Pessoa, v. 9, n. 2, p. 1–9, 2019.
- DAVEL, Eduardo; CORÁ, Maria Amélia Jundurian; SANTOS, Laize Silva dos. **Empreendedorismo cultural na prática criativa de Bel Borba**. Revista Perspectivas Contemporâneas, v. 13, n. 1, p. 155–175, 2018.
- DIMAGGIO, Paul. *Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston*. Media, Culture & Society, v. 4, n. 1, p. 33–50, 1982.

- ELLMEIER, Andrea. *Cultural entrepreneurialism: on the changing relationship between the arts, culture and employment*. *International Journal of Cultural Policy*, v. 9, n. 1, p. 3–16, 2003.
- FLEW, Terry. *The creative industries: culture and policy*. 2. ed. London: Sage, 2021.
- GARUD, Raghu; GEHMAN, Joel; GIULIANI, Antonio. *Contextualizing entrepreneurial innovation: a narrative perspective*. *Research Policy*, v. 43, n. 7, p. 1177–1188, 2014.
- GARTNER, William B. *“Who is an entrepreneur?” is the wrong question*. *American Journal of Small Business*, v. 12, n. 4, p. 11–32, 1988.
- FELDMAN, Martha S.; ORLIKOWSKI, Wanda J. *Theorizing practice and practicing theory*. *Organization Science*, v. 22, n. 5, p. 1240–1253, 2011.
- GHERARDI, Silvia. *How to conduct a practice-based study: problems and methods*. Cheltenham: Edward Elgar, 2012.
- GHERARDI, Silvia. *How to conduct a practice-based study: problems and methods*. 2. ed. Cheltenham: Edward Elgar, 2019.
- GHERARDI, Silvia. *Organization al knowledge: the texture of workplace learning*. Oxford: Blackwell Publishing, 2006.
- HESMONDHALGH, David. *The cultural industries*. 3. ed. London: Sage, 2013.
- HJORTH, Daniel. *On provocation, education and entrepreneurship*. *Entrepreneurship & Regional Development*, v. 23, n. 1-2, p. 49–63, 2011.
- JOHANNISSON, Bengt. *Towards a practice theory of entrepreneuring*. *Small Business Economics*, v. 36, n. 2, p. 135–150, 2011.
- JONES, Candace; LORENZEN, Mark; SAPSED, Jonathan. *The Oxford handbook of creative industries*. Oxford: Oxford University Press, 2015.
- KHAIRE, Mukti. *Culture and commerce: the value of entrepreneurship in creative industries*. Stanford: Stanford University Press, 2017.
- LOUNSBURY, Michael; GLYNN, Mary Ann. *Cultural entrepreneurship: stories, legitimacy, and the acquisition of resources*. *Strategic Management Journal*, v. 40, n. 1, p. 1–21, 2019.
- MARINS, Simony Rodrigues. *Empreendedorismo cultural como prática estética: uma etnografia estética do empreendedorismo musical em Salvador (BA)*. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2022.
- MARINS, Simony Rodrigues; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. *Empreendedorismo como prática: o empreendedorismo cultural na prática festiva do pagode baiano*. *Teoria e Prática em Administração, João Pessoa*, v. 9, n. 2, p. 73–92, 2019.
- MARINS, Simony Rodrigues; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. *Empreendedorismo cultural e artístico: veredas da pesquisa acadêmica*. *Pensamento Contemporâneo em Administração, Rio de Janeiro*, v. 14, n. 4, out.-dez. 2020.
- MARINS, Simony Rodrigues; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. *Etnografia estética na pesquisa em estudos organizacionais: princípios, processos e desafios*. *Revista Brasileira de Estudos Organizacionais, Curitiba*, v. 7, n. 3, p. 406–444, 2020.
- NICOLINI, Davide. *Practicetheory, work, and organization: an introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2012.
- NICOLINI, Davide. *The practicerturn in organization studies: where are we and where are we heading?* *Organization Studies*, 2020.
- O’CONNOR, Justin. *The cultural and creative industries: a critical history*. London: Sage, 2016.
- ORLIKOWSKI, Wanda J. *Sociomaterial practices: exploring technology at work*. *Organization Studies*, v. 28, n. 9, p. 1435–1448, 2007.

-
- PFEILSTETTER, Richard. ***Entrepreneurship as practice: systematic literature review.*** *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, v. 27, n. 1, p. 1–20, 2021.
- RECKWITZ, Andreas. ***Toward a theory of social practices.*** *European Journal of Social Theory*, v. 5, n. 2, p. 243–263, 2002.
- SCHATZKI, Theodore. ***The sites of organizations.*** *Organization Studies*, v. 26, n. 3, p. 465–484, 2005.
- SCOTT, Michael. ***Cultural entrepreneurs, cultural entrepreneurship.*** *International Journal of Cultural Policy*, v. 18, n. 3, p. 237–254, 2012.
- VAARA, Eero; JARZABKOWSKI, Paula. ***Strategy as practice: a review and future directions.*** *Academy of Management Annals*, v. 15, n. 2, p. 1–42, 2021.
- WEICK, Karl E. ***Sensemaking in organizations.*** Thousand Oaks: Sage Publications, 1995.