



**TENDENCIAS**  
Revista de la Facultad de Ciencias  
Universidad de Nariño  
ISSN-E 2539-0554  
Vol. XXIV No. 2 – 2do Semestre 2023  
Julio - Diciembre - Páginas 1-27

**ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN**

Desenvolvimento regional

**DESENVOLVIMENTO DE MICROEMPREENDEMENTOS DO SETOR CULTURAL  
NA REGIÃO METROPOLITANA DO RIO DE JANEIRO**

**DESARROLLO DE MICROEMPRESAS EN EL SECTOR CULTURAL EN LA REGIÓN  
METROPOLITANA DE RÍO DE JANEIRO**

**DEVELOPMENT OF MICROENTERPRISES IN THE CULTURAL SECTOR IN THE  
METROPOLITAN REGION OF RIO DE JANEIRO**

Thales Abreu da Costa Lima; Herlander Costa Alegre da Gama Afonso; Julio Cesar Valente  
Ferreira

---

Mestre em Desenvolvimento Regional e Sistemas Produtivos, Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ) *campus* Nova Iguaçu. ORCID: 0000-0002-7896-9191. E-mail: thales.lima@cefet-rj.br. Rio de Janeiro – Brasil.

Doutor em engenharia de Transportes, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UFRJ). Professor da Coordenadoria do Curso de Engenharia de Produção do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ) *campus* Nova Iguaçu. ORCID: 0000-0002-8954-3508. E-mail: herlander.afonso@cefet-rj.br. Nova Iguaçu – Brasil.

Doutor em Memória Social, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Professor da Coordenadoria do Curso de Engenharia Mecânica do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ) *campus* Nova Iguaçu. ORCID: 0000-0001-9732-7939. E-mail: julio.ferreira@cefet-rj.br. Nova Iguaçu – Brasil.

---

**Recibido: 03 de marzo de 2023**

**Aprobado: 13 de junio de 2023**

**DOI: <https://doi.org/10.22267/rtend.232402.226>**



## Resumo

O setor cultural representa quase 3% do PIB brasileiro, e emprega 5,5 milhões de trabalhadores, parte destes estão na informalidade e são "invisíveis" aos olhos do Estado. Os microempreendimentos do ramo da cultura são uma fonte de inovação a partir dos potenciais culturais locais. O objetivo desta pesquisa é capacitar a partir de uma estratégia de educação empresarial para microempreendedores culturais do Estado do Rio de Janeiro., com a finalidade de gerar novas oportunidades de negócios e renda. A pesquisa contempla as seguintes etapas/fases metodológicas: a Fase 1 compreende uma análise de dados da organização NaProCult; na Fase 2, foi elaborada um treinamento, validado por meio de um painel de especialistas; na Fase 3 realizou-se uma pesquisa-ação para a execução da capacitação, cujos resultados foram avaliados na Fase 4, por meio de um *survey*. Os resultados mostram que os fazedores de cultura têm pouco acesso a uma educação voltada para seus empreendimentos, como *frameworks* que proponham novas formas de gestão para o mercado de trabalho atual.

**Palavras-chave:** ação cultural; agente cultural; capacitação; desenvolvimento social; planejamento cultural.

**JEL:** D630; I250; R110; Z1; Z100; Z110

## Resumen

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

**Palavras-clave:** acción cultural; agente cultural; capacitación; desarrollo social; planificación cultural.

**JEL:** D630; I250; R110; Z1; Z100; Z110

### **Abstract**

The cultural sector represents almost 3% of the Brazilian GDP, and employs 5.5 million workers, part of whom work informally and are "invisible" in the eyes of the State. Microenterprises in the field of culture are a source of innovation based on local cultural potential. The objective of this research is to provide training based on a business education strategy for cultural microentrepreneurs in the State of Rio de Janeiro, with the aim of generating new business and income opportunities. The research includes the following methodological steps/phases: Phase 1 comprises an analysis of data from the NaProCult organization; in Phase 2, training was developed, validated by a panel of specialists; in Phase 3, an action research was carried out to carry out the training, whose results were evaluated in Phase 4, through a *survey*. The results show that culture makers have little access to education focused on their ventures, such as frameworks that propose new forms of management for the current job market.

**Keywords:** cultural action; cultural agent; training; social development; cultural planning.

**JEL:** D630; I250; R110; Z1; Z100; Z110

### **Introdução**

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

O empreendedorismo cultural tem como finalidade agregar valor aos empreendimentos para a promoção do desenvolvimento local ou periféricos de atores sociais, ou regiões. No ramo da cultura, o sucesso dessas ações locais está relacionado a oferta de uma estrutura alicerçada na quádrupla hélice (governo, sociedade civil, empresas e universidade) do desenvolvimento regional, trazendo planejamento e uma educação empreendedora para o aproveitamento dos potenciais locais, para melhor gestão dos empreendimentos (Qian & Liu, 2018; Jelinčić, 2021).

A inovação no setor cultural consiste em elaborar estratégias que estimulem e desenvolvam sistemas regionais culturais, aglutinando conhecimento regional tradicional com a expertise empreendedora elaborada nos grandes centros (Görmar & Harfst 2019). Uma das alternativas utilizadas são as capacitações, que consistem em ofertar um conhecimento técnico e de gestão ao negócio de forma rápida e objetiva (Chiu & Liu, 2021).

Potencializar valores endógenos do território como a cultura, por meio de subáreas culturais como o turismo, paisagens, apresentações teatrais, artes visuais, audiovisual etc., (Prasetyo 2019) e fornecer subsídios para os trabalhadores da cultura pode significar não apenas a promoção e geração de renda para um público específico local, mas trazer estabilização econômica e social para toda uma região (Černevičiūtė et al., 2019; Faludi, 2019).

Mesmo com a escassez de recursos, os microempreendedores culturais criam projetos inovadores, oferecendo produtos e serviços que tenham por características a pluralidade e a diversidade do local (Canestrino et al., 2020). A capacitação empreendedora a partir de modelos de inovação atua nos microempreendedores culturais a partir do alicerce focado em uma gestão estratégica sobre a transversalidade da cultura (Araújo & Davel, 2018), promovendo a visibilidade regional e potencializando fluxos de capitais (econômicos, social, cultural e simbólico) ente a população a estes atores sociais, entregando serviços e bens que funcionem efetividade social e financeira (Teixeira & Ferreira, 2018).

Tendo como arcabouço analítico as considerações dos trabalhos escritos por De Tommasi & da Silva (2020); Michetti & Burgos (2016), este trabalho identifica a lacuna relativa à capacitação de microempreendedores culturais, público este carente de iniciativas de capacitação no que tange às técnicas sobre conhecimento e aperfeiçoamento para fazedores de cultura, mostrando o seu real potencial na estabilização social e econômica, em conjunto com as potencialidades culturais da região

A partir do exposto, o objetivo do presente estudo é discorrer sobre a construção e aplicação de um procedimento para a capacitação e promoção do desenvolvimento de microempreendimentos culturais de regiões periféricas em geral, tendo como lócus de aplicação inicial dois municípios da região metropolitana do Estado do Rio de Janeiro. Em termos gerais, o procedimento em questão

estrutura-se na oferta de minicursos com o intuito de promover a concepção de estratégias de marketing, visibilidade e proposta de valor, disponibilizando conteúdos que mostrem as diversas formas de fomento e financiamento de projetos.

Para o alcançar deste objetivo, a pesquisa foi organizada de acordo com as seguintes fases metodológicas: (i) a fase 1 compreendeu uma análise sobre os dados fornecidos pela organização NaProCult (Núcleo de Apoio à Produção Cultural), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), para entendimento da realidade dos microempreendedores. (ii) a fase 2 consistiu na elaboração de uma capacitação voltada para a educação empreendedora a ser aprovada por meio de um painel de especialistas. (iii) Na fase 3 realizou-se uma pesquisa-ação para a execução da capacitação, culminando em um workshop, cujos resultados são avaliados na Fase 4, através de um *survey*.

### Metodologia

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

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

O Tabela 1 mostra os passos realizados para o protocolo de análise da organização NaProCult.

**Tabela 1**

*Protocolo de análise*

Elemento	Descrição
Objetivo	Diagnosticar os principais desafios e soluções encontrados para o desenvolvimento de microempreendimentos culturais em regiões periféricas no Rio de Janeiro

Unidade de Análise	Microempreendimentos do ramo da cultura
Local	NaProCult - UFRJ
Validade dos constructos	Contraposição entre os conceitos e resultados oriundos do estado da arte em relação aos resultados alcançados.
Validade interna	Triangulação de dados obtidos por análise documental, resultados gerados pela organização através do seu questionário interno e observação participante.

---

*Fonte:* Dados da pesquisa.

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

A extração dos dados foi oriunda do formulário implementado no segundo semestre de 2019 pela organização que, a partir do questionário, procurava entender o perfil sociodemográfico dos respondentes e quais seriam seus objetivos. Até o momento em que foram analisados os dados, a NaProCult tinha recebido 1.404 solicitações de agendamentos.

O critério de exclusão de dados partiu de empreendimentos ou fazedores de cultura que detinham agendamentos repetidos e respondentes que não completaram o cadastro ou que não finalizaram as respostas. O intuito foi analisar os dados sobre os microempreendimentos, como suas necessidades e ativos, objetivando traçar estratégias para os procedimentos metodológicos, que culminaram na oferta da capacitação para os negócios culturais.

## **Fase 2.** Painel de especialistas

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

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

Foram convidados para participar do procedimento, especialistas do setor cultural da Região Metropolitana do Estado do Rio de Janeiro, com o objetivo de coletar relatos e contribuições de profissionais oriundos das amplas experiências no cenário cultural e de seus cabedais técnicos. A proposta foi chamar profissionais que estivessem em níveis e situações diferentes na área, como acadêmicos, profissionais captadores de recursos, produtores culturais e trabalhadores da cultura (com o recorte voltado aos profissionais renomados na área, mas também fazedores de cultura, que estão ascendendo em seus territórios).

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

A retirada, adição ou correção dos assuntos trazidos por este trabalho para o workshop eram definidos de forma conjunta pelos integrantes do painel, onde todos tinham poder de decisão na finalização do conteúdo do treinamento proposto. Depois da aprovação deste procedimento, foi implementado a fase 3 da intervenção, referente à pesquisa-ação e à realização das capacitações empreendedoras.

### **Fase 3. Pesquisa ação**

Pesquisa-ação é uma forma de abordagem sobre grupos sociais, de caráter qualitativo, que possibilita o envolvimento do pesquisador sobre a investigação em curso, questionando o cenário apresentado e investigando formas de aperfeiçoamento nos ecossistemas sociais e organizacionais para uma empresa ou lugar (Shitsuka et al., 2020).

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

De acordo com Rigato et al. (2022), na pesquisa-ação, o resultado de um ciclo original é apreciado e considerado na formulação da próxima etapa a ser realizada, devendo contemplar o planejamento da pesquisa, a coleta e análise de dados, a implementação de ações e encerrando no registro dos resultados.

A pesquisa-ação foi elaborada a partir dos protocolos que podem ser observados no Tabela 2.

**Tabela 2**

*Protocolo de pesquisa-ação*

<b>Elemento</b>	<b>Descrição</b>
Objetivo	Elaborar uma capacitação para o desenvolvimento de microempreendimentos culturais em regiões periféricas da Região Metropolitana do Rio de Janeiro.
Unidade de Análise	Aperfeiçoamento de microempreendimentos do setor da cultura
Validade dos constructos	Contraposição dos estudos analisados com o painel de especialistas.
Questão secundária do estudo de caso	<ul style="list-style-type: none"><li>- Quais práticas contribuem à identificação rápida de mudanças no ambiente para microempreendedores através de cursos de aperfeiçoamento?</li><li>- Quais as barreiras para implementação de workshops?</li><li>- Qual a percepção dos microempreendedores culturais a respeito do projeto ofertado (execução e resultados)?</li></ul>

*Fonte:* Dados da pesquisa.



Após a pesquisa-ação e seu protocolo, chegou-se a opção de ofertar um treinamento (workshop), para microempreendedores e fazedores de cultura do Município do Rio de Janeiro e do Município de Nova Iguaçu (na região conhecida como Baixada Fluminense).

Planejou-se a realização desta oficina em duas regiões diferentes. Em primeiro lugar, para atestar a viabilidade e a efetividade da educação empreendedora em locais diferentes e distintos do Estado do Rio de Janeiro. Isto decorre da constatação durante os procedimentos anteriores, e na própria pesquisa-ação, de uma redução de acesso a recursos destinados a locais não situados na capital do Estado ou periféricos da metrópole.

#### **Fase 4. Survey**

*Survey* é um procedimento adotado nesta investigação e que tem por finalidade descrever ou explicar os conhecimentos gerados para uma pessoa ou grupo e a percepção sobre a qualidade e efetividade repassada aos participantes (Lima et al., 2020). O procedimento adotado foi a construção de um questionário, repassado aos estudantes do workshop ofertado por esta pesquisa. O questionário foi elaborado para mensurar a percepção dos participantes referente ao treinamento, quais foram os pontos positivos, quais pontos precisam ser aprimorados e o que pode ser acrescentado.

A escala *Likert* de cinco pontos foi o método utilizado para entender as atitudes e comportamentos das pessoas que assistiram ao conteúdo proposto. Este método consiste em uma série de perguntas, com cinco alternativas cada, para dimensionar o nível de intensidade da opinião a respeito do conhecimento que foi compartilhado, considerando uma efetividade, ou não, do workshop. O *survey* foi enviado logo após os treinamentos ofertados de forma presencial ou on-line.

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

## **Resultados**

### **Análise de dados – NaProCult – UFRJ**

A NaProCult é um projeto criado na Universidade Federal do Rio Janeiro com a finalidade de ofertar consultorias e treinamentos na área de cultura, principalmente no direcionamento destes profissionais para elaboração de projetos para editais ou leis incentivos.

O objetivo em aglutinar os dados oriundos da NaProCult, surgiu do interesse em compreender de onde e quem eram os microempreendimentos e seus fazedores de cultura que solicitavam ajuda profissional.

Os resultados são procedentes do questionário produzido pelo projeto da UFRJ. Essas informações foram necessárias para conhecer os principais perfis, demandas, pedidos e subáreas as quais estão inseridas no campo da cultura. O intuito de agregar estes dados foi trazer resultados do cenário atual dos empreendedores para compreender por qual linha a capacitação proposta por esta pesquisa iria começar e procurar entender como a pandemia Covid-19 impactou estes empreendimentos na elaboração de produtos, serviços e projetos (Quintero; Zurbarán; Piñeros, 2023).

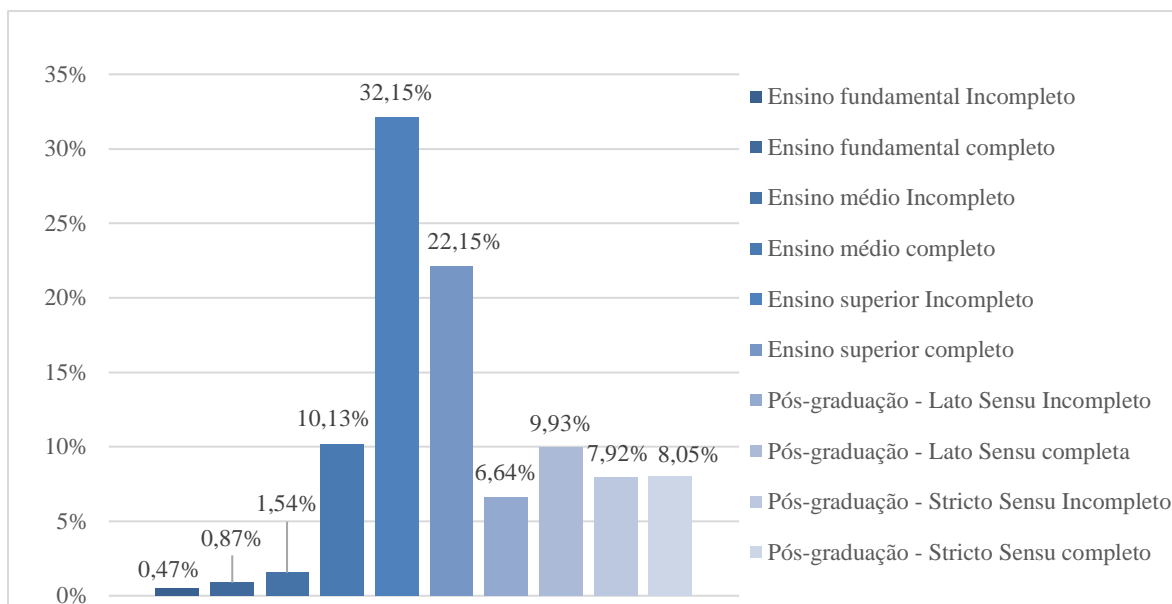
Foi diagnosticado que o avanço das cenas culturais depende da expansão não apenas dos fomentos, mas de políticas públicas que cheguem a estes atores sociais, os quais frequentemente não se reconhecem como profissionais capazes de produzir ou ofertar seus serviços em modalidades de incentivo (Araújo & Davel, 2018).

A capacitação empreendedora não tem apenas a finalidade de aumentar as perspectivas de acesso à informação para estes negócios culturais, mas a visualização de novas formas de elaboração e destinação de seus produtos e serviços para o mercado e sociedade (Görmar & Harfst 2019; Pacella et al., 2021).

Sobre o grau de escolarização formal dos profissionais da cultura que procuraram a NaProCult para solicitar consultorias sobre assuntos do ramo, ele apresentado na Figura 1.

**Figura 1**

*Escolaridade dos profissionais da cultura que procuraram a NaProCult*



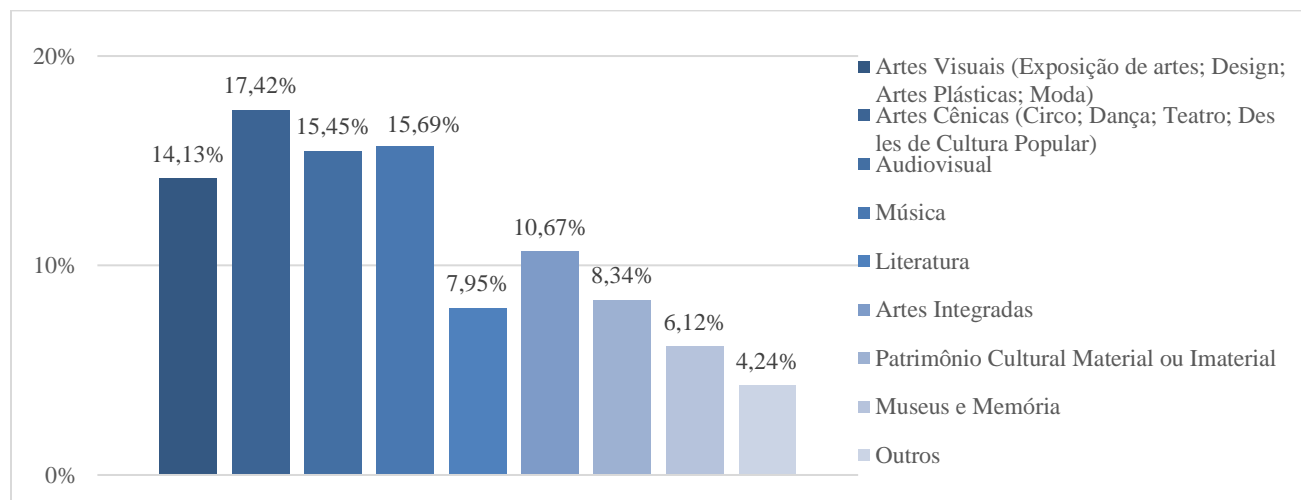
*Fonte:* NaProCult (UFRJ) – 2023.

Nota-se que a maioria dos respondentes são pessoas com maior grau de escolaridade: ensino superior incompleto ou cursando (32,15%) e ensino superior completo (22,15%). Porém, quando nos deparamos com a realidade brasileira e, principalmente, aquela dos fazedores de cultura formais ou informais, este cenário é diferente, pois somente 20% da população brasileira já teve contato com o ensino superior (Palavezzini & Moraes, 2020).

A Figura 2 traz a estratificação dos dados sobre as subáreas de atuação que os negócios culturais buscaram apoio junto ao NaProCult.

**Figura 2**

*Atuação ou interesse do solicitante*



*Fonte:* NaProCult (UFRJ) – 2023.

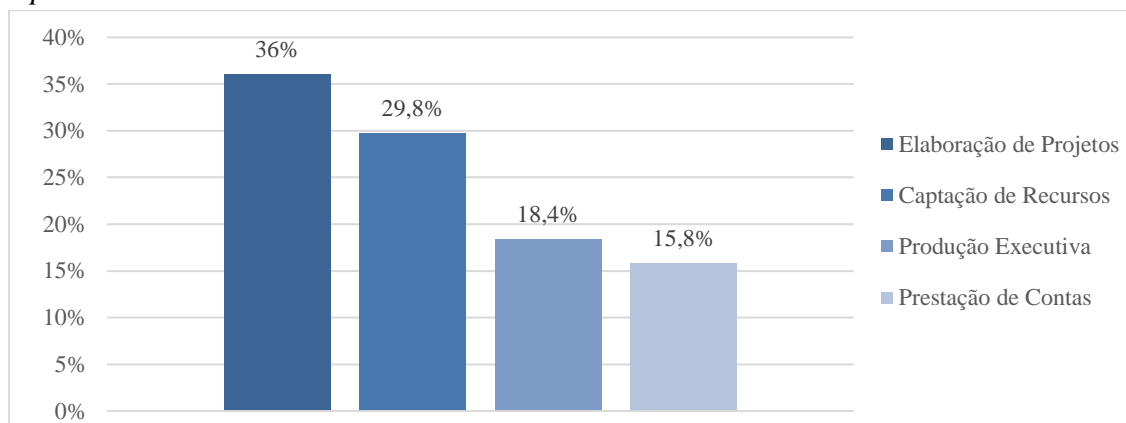
Sobre os empreendimentos ou trabalhadores da cultura que procuraram consultoria, as artes cênicas (17,42%), música (15,69%) e audiovisual (15,45%) respondem por praticamente metade das solicitações.

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

A Figura 3 exemplifica os dados referentes aos motivos da consultoria. A elaboração de projetos (36%) e captação de recursos (29,8%), foram as modalidades mais solicitadas ao projeto. Nas leis de incentivo e editais, não apenas na análise destes dados, mas na observação participante e análise documental, foi constatada que estes fomentos necessitam de uma expertise maior para elaborar e solucionar as correções solicitadas pelos editais.

**Figura 3**

*Principais motivos da consultoria*



*Fonte:* NaProCult (UFRJ) – 2023.

Estes dados exemplificam o acesso a estes canais de consultoria, mas que ainda não chegam de forma efetiva aos microempreendimentos da cultura, frequentemente em situação de precariedade laboral e subsistência. Muitos dos trabalhadores da cultura estão na rua, produzindo arte, com poucas oportunidades de acesso a oportunidades que podem ser geradas a partir de pequenos treinamentos sobre inovação, empreendedorismo social e acesso a leis de incentivo e fomentos públicos.

O intuito era trazer para a fase 2 a maior gama de respostas para elaborar contribuições necessárias para elaboração de uma capacitação que fosse validada pelo painel de especialistas.

### **Painel de Especialistas**

O caráter coletivo desta atividade resulta no debate de ideias e análise dos especialistas a partir dos assuntos complexos e controversos sobre uma capacitação a partir de uma educação empreendedora para os microempreendimentos do ramo da cultura.

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

A partir do referencial exposto, ocorreram duas reuniões com os especialistas, de forma on-line, em formato de debate, onde os pesquisadores deste projeto trouxeram um treinamento com suas bases pré-elaboradas. Nos encontros foram ratificados e retificados algumas ideias e conceitos para agregar valor ao trabalho e à oferta de capacitação.

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

Temas como transversalidade da cultura, agenda 2030 da ONU, inovação, olhar criativo para o mercado e criação de produtos e subprodutos foram centrais na elaboração da oficina proposta. A partir dessas ideias centrais, dirigiu-se assuntos como formalização dos trabalhadores, sendo suas vantagens e desvantagens, orientação sobre o novo mercado de trabalho e a visão da união da arte com assuntos debatidos pela sociedade civil para potencializar os potenciais culturais (Baculáková & Grešš 2021).

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

Trazer ao conhecimento dos fazedores de cultura que estes incentivos também podem ser alcançados por eles também foi algo debatido e defendido pelos especialistas. Ofertar pertencimento e representatividade no treinamento é uma das missões da educação empreendedora, não apenas para transmitir um conteúdo técnico ou prático, mas para a transmutação da agência destes atores sociais culturais subalternizados em potências transformadoras, retirando-os de uma posição de invisibilidade.

O procedimento é uma ferramenta interessante e balizadora para validar o instrumento realizado a seguir. A ideia foi diagnosticar a realidade vivenciada pelo setor cultural. Por este motivo, neste encontro, foram acrescentados profissionais que são microempreendedores, com o intuito de não apenas “dar voz”, mas escutar em condição dialógica as reivindicações dos trabalhadores, reforçando a capacidade de agência destes atores sociais.

## **Workshop**

A palavra workshop traduzida para o português significa oficina, tendo como finalidade na educação empreendedora aperfeiçoar técnicas mediante esclarecimento de temas por intermédio de um palestrante. Este instrumento concilia uma parte teórica com o desenvolvimento de mecanismos práticos, fazendo com que os participantes estejam envolvidos no processo de aprendizagem de forma dialógica (Prediger y Leite, 2020).

A proposta da capacitação envolve trazer contribuições aos microempreendimentos do ramo da cultura e seus fazedores de cultura sobre as perspectivas da educação empreendedora para seus negócios ou serviços; uma abordagem que traga pertencimento e compreensão que o trabalhador criativo pode elaborar seus próprios projetos, sejam eles de fontes privadas ou públicas. Por fim, também foram trabalhadas orientações que estejam em concordância com as práticas de mercado vigentes, como o empreendedorismo social e pautas alinhadas a Agenda 2030 da ONU e a hélice quadupla de desenvolvimento (Jelinčić, 2021).

Foram realizados 4 treinamentos, 3 de forma on-line, solicitados pelos profissionais da cultura e 1 treinamento presencial, totalizando 20 alunos. Este último foi realizado na Baixada Fluminense, na cidade de Nova Iguaçu. Foi neste município que se constatou uma carência ainda maior na oferta de treinamentos para a cultura.

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

Importante destacar que o aceite dos profissionais da cultura em participar do treinamento não foi pleno e nem de imediato, mesmo que a atividade tenha sido fornecida de forma gratuita. O não comparecimento dos fazedores de cultura pode ser explicado por alguns motivos, tais como: período que foi proposto o treinamento, férias escolares, reaquecimento da economia e proximidade de datas comemorativas como o carnaval. Muitos trabalhadores da cultura, por estarem invisíveis aos olhos do Estado por muito tempo, consideram que o treinamento não é para

eles, por acharem que leis de incentivo ou elaborar projetos para locais privados é algo distante da realidade que abitam hoje.

A capacitação foi elaborada para expandir o conhecimento do microempreendedor cultural sobre como seu trabalho pode desenvolver um território a partir de sua potencialidade em inovação a baixo custo e visão empreendedora. O treinamento procurou primeiramente trazer pertencimento para o ator social, mostrando que a cultura é caminho para o rompimento de barreiras sociais, ideológicas e financeiras; por intermédio da promoção de potenciais culturais locais, como crenças, valores, paisagens, entre outros.

O treinamento trouxe como um dos tópicos a transversalidade cultural, no ambiente corporativo ou de mercado, é possível encaixar produtos e serviços que agreguem valor para empresas por intermédio de projetos alicerçados na Agenda 2030 da ONU (Faludi, 2019; Gama, 2020). Nesta perspectiva a criação e elaboração de projetos pode ser pensado com objetivos que promovam a diversidade com a produção de cultura com valores sociais, sustentáveis e educacionais (Rieger & Brum, 2020).

É evidenciado na capacitação que produzir conteúdos culturais que expliquem, por exemplo, problemas sociais como violência contra a mulher, racismo e homofobia, podem expandir a veiculação do serviço, podendo gerar novas receitas. Essa perspectiva de elaboração e criação de projetos culturais voltados para ações afirmativas, além de oportunizar a expansão do negócio, pode em algum momento mostrar para uma pessoa que está assistindo o conteúdo que um próximo pode estar passando, por exemplo, por uma situação de violência doméstica antes não enxergada ou percebida.

Oferecer subprodutos foi outro ponto colocado na capacitação aos negócios culturais, assim, é crucial a diversificação na oferta de trabalhos, pois existem projetos sazonais, que detém rentabilidade para o microempreendedor em situações ou meses específicos (Krüger et al., 2019; Donaldson, 2021). Como a cultura consiste em diversas áreas, foram apresentados casos de profissionais que criam formas de negócio.

Por exemplo, contadores de história vivem da arte de passar um conhecimento a partir de contos, fantasias e dizeres. No entanto, podem inovar e produzir livros e personagens autorais, além da criação de bonecos destes elementos configurados. Produtores e agentes culturais podem além de



produzir espetáculos, também criar séries, podcasts e documentários do que foi realizado. Companhias teatrais podem oferecer peças para empresas que transmitam os valores sociais ou sustentáveis das mesmas. Estas lacunas do mercado abrem um leque de opções para os empreendedores da cultura em fornecer seus produtos diretamente para escolas, faculdades, bancos, Startups, indústrias.

Outro tópico debatido foi a importância dos microempreendimentos da cultura para o desenvolvimento regional e a importância deles para o território. A política cultural está em um momento de transição, com a descentralização de investimentos, de locais urbanos para lugares menos urbanizados e periféricos, financiados por leis de incentivos ou editais de fomento público, ou privados.

Neste cenário, a formalização robustece-se de importância e foi levado como tópico na capacitação. Leis de incentivo municipais, estaduais e federais e editais de fomento público ou privados, em grande parte, é realizado via personalidade jurídica. Ou seja, o projeto precisa ser enviado por uma empresa. O trabalhador cultural precisa ser formalizado, não apenas para o acesso destes incentivos, mas a formalização o retira de certo grau de invisibilidade perante os olhos do Estado.

No treinamento foi explicado que, no Brasil, a figura jurídica do MEI (microempreendedor individual), mesmo com todas as falhas e avanços, permite o acesso a leis de incentivo e editais, a seguridade social, como salário maternidade no caso de trabalhadoras da cultura mulheres, auxílio-doença; e previdenciária para a aposentadoria.

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

## **Survey**

O questionário elaborado a partir da escala *likert*, conceitualmente usada em conjunto com a matemática aplicada à psicologia, corrobora para promover uma imersão na mente de quem

consome o treinamento, obtendo uma interpretação habilitada para extrair informações qualitativas de uma pergunta estrutura de contexto quantitativo (Lima et al., 2020).

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

O perfil sociodemográfico dos respondentes evidenciou que 60% eram do público feminino e 40% masculino. Sobre a questão étnica racial, 70% dos alunos se declararam pretos ou pardos e 30% se declaravam pessoas brancas. A maior parte dos alunos estavam na faixa de 18 a 29 anos, representando 46,7%, seguido do público de 50 anos ou mais, com 20%. A maior parte dos alunos alcançados pelo treinamento tinham o ensino médio completo, com 40%, seguido do ensino superior incompleto ou completo com 33,3% e profissionais da cultura que detinham pós-graduação com 26,7%. A faixa de renda dos fazedores de cultura em sua maioria é de até dois salários-mínimos, com 42,9%, seguido de indivíduos com renda de até um salário-mínimo com 35,7% dos respondentes.

Por intermédio destes dados é importante a observação que o treinamento alcançou grupos que se pretendiam chegar, como profissionais da cultura que estão à margem do conhecimento sobre educação empreendedora e seus respectivos benefícios. A compreensão da possibilidade de participar de editais e leis de incentivo, de saber onde procurar tais modalidades de fomento e principalmente entender como sua cultura pode ser potencializada com o olhar de mercado, foram pontos perguntados.

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

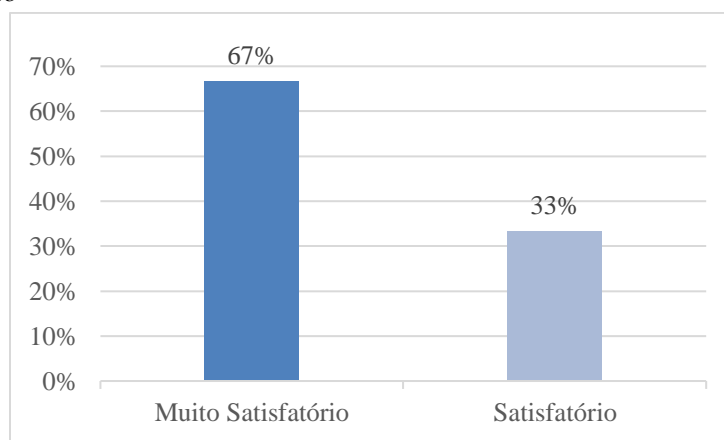
O treinamento teve duração de aproximadamente duas horas em cada oficina realizada. Foram feitos 3 treinamentos de forma on-line e um treinamento presencial na cidade de Nova Iguaçu. Apesar de se ofertar outros treinamentos presenciais, a pedido dos próprios alunos, que

moravam em lugares diferentes da Região Metropolitana do Estado do Rio de Janeiro (e até mesmo de outros municípios próximos), optou-se pela estratégia de prioridade aos encontros remotos.

Quanto à avaliação do nível de organização do treinamento os pesquisadores puderam compreender não apenas o conteúdo, mas a facilidade de acesso para o treinamento, o design do convite que foi compartilhado com o horário, dia e hora, além da plataforma utilizada para transmitir a reunião. E no workshop presencial, se procurou saber sobre o acesso ao local escolhido, a qualidade dos equipamentos e estrutura utilizada. Então, em perspectiva, a avaliação da organização do evento é ilustrada na Figura 4.

#### **Figura 4**

*Nível de organização*



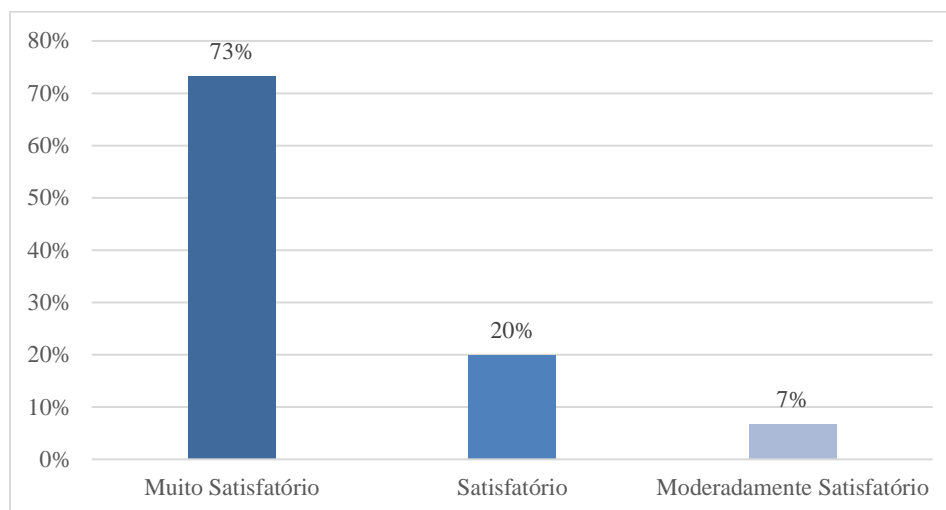
*Fonte:* O próprio autor.

As respostas obtiveram 67% dos alunos respondentes avaliando a organização do evento como muito satisfatória e 33% acharam satisfatória. Nenhum dos alunos considerou o treinamento pouco satisfatório ou insatisfatório.

O conteúdo proposto foi atestado a partir de toda a revisão de literatura realizada, pesquisa-ação e validado pelo painel de especialistas convidados por este projeto. Ao final, foi evidenciando algumas carências que deveriam ser aperfeiçoadas e acrescentadas ao treinamento, como um foco maior na transversalidade que a cultura detém no mercado e como ela pode potencializar o território ou lugar periférico a partir dos potenciais culturais, conforme apresentado na Figura 5.

**Figura 5**

*Conteúdo do treinamento*



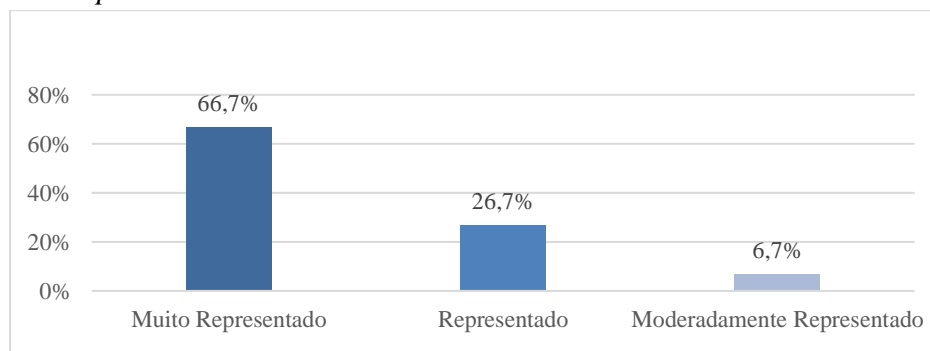
*Fonte:* O próprio autor.

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

Esta pesquisa ao longo de todo o processo se preocupou em dar voz aos microempreendimentos e profissionais da cultura, compreendendo que é crucial não apenas ouvir relatos, mas também, elaborar treinamentos, e (re)estruturar ideias a partir da visão dos atores sociais. Desta forma, a Figura 6 ilustra a opinião dos alunos a partir de como eles se sentiram representados pelo treinamento.

**Figura 6**

*Pertencimento e representatividade*



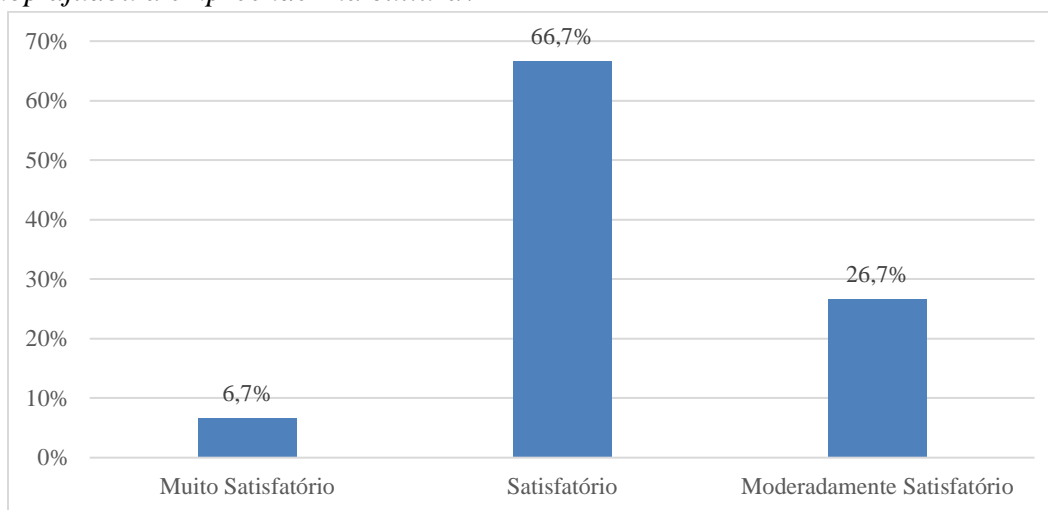
*Fonte:* O próprio autor.

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

Também foi perguntado aos integrantes do treinamento sobre o que eles consideraram acerca da importância do treinamento para os microempreendimentos da cultura e seus fazedores de cultura, visto que existem inúmeros projetos que ofertem ensino sobre o tema, mas poucos são os que suscitam uma educação empreendedora para estes trabalhadores a partir de perspectivas sobre cultura, empreendedorismo, desenvolvimento regional e agenda 2030 da ONU (Duncombe, 2019). A Figura 7 ilustra o perfil de respostas sobre a importância do treinamento para os alunos.

### Figura 7

*Workshop ajudou a empreender na cultura?*



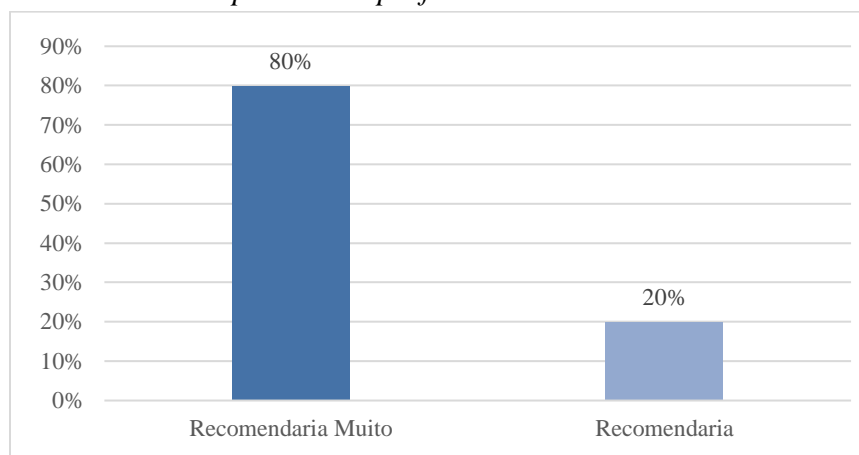
*Fonte:* O próprio autor.

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

Para finalizar o questionário, e como parte de um framework, é crucial saber se os integrantes do treinamento recomendariam o mesmo para outro profissional da área cultural, ilustrado na Figura 8. O objetivo desta pesquisa é propagar a educação empreendedora para mais microemprendimentos ou trabalhadores da cultura que ainda continuam sendo informais, desconhecendo outras formas que possam gerar renda e sobrevivência de seus negócios e principalmente aqueles que ainda são invisíveis aos olhos do Estado.

### **Figura 8**

*Recomendaria este treinamento para outro profissional da cultura?*



*Fonte:* O próprio autor.

A constatação foi de que 80% dos alunos recomendariam muito e 20% recomendariam o treinamento ofertado, destacando que o espaço configurado possibilitou conhecer novas histórias, possibilidades para criar caminhos, a partir da troca de ideias e questionamentos que eram feitos dentro das aulas.

### **Conclusões**

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

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

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

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

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

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

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

No que tange também à continuidade da investigação relatada, importante a aplicação do procedimento em mais grupos periféricos (nos âmbitos territorial e profissional) para o refinamento do mesmo, princípio este já tributário da pesquisa-ação. Fundamental que este trabalho também lance luz sobre o microempreendedor cultural, normalmente precarizado e

subalternizado, inclusive nas políticas culturais, conforme atestam De Tommasi e da Silva (2020); Michetti & Burgos (2016).

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

### **Consideraciones éticas**

El presente estudio no requirió de aval de un Comité de Ética o Bioética dado que no utilizó ningún recurso vivo, agente, muestra biológica o datos personales que representen algún riesgo sobre la vida, el ambiente o los derechos humanos.

### **Conflicto de interés**

Todos los autores realizaron aportes significativos al documento y declaran que no existe ningún conflicto de interés relacionado con el artículo.

### **Declaración de contribución de los autores**

Thales Abreu da Costa Lima: conceptualización, análisis formal, metodología, investigación y escritura - borrador original. Herlander Costa Alegre da Gama Afonso: validación, visualización, administración de proyecto, metodología, redacción: revisión y edición. Julio Cesar Valente Ferreira: Supervisión, Recursos, Redacción: revisión y edición.

### **Fuente de financiación**

Investigación financiada con recursos propios de los autores.



---

## Referências

- (1) Baculáková, K., & Grešš, M. (2021). Spatial distribution model for targeting the support for cultural institutions development: a case study of Slovakia. *Museology & Cultural Heritage/Muzeologia a Kulturne Dedicstvo*, 9(3). <https://doi.org/10.46284/mkd.2021.9.3.5>
- (2) Canestrino, R., Ćwiklicki, M., Magliocca, P., & Pawełek, B. (2020). Understanding social entrepreneurship: a cultural perspective in business research. *Journal of Business Research*, 110, 132-143. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.006>
- (3) Černevičiūtė, J., Strazdas, R., Kregždaitė, R., & Tvaronavičienė, M. (2019). Cultural and creative industries for sustainable postindustrial regional development: the case of Lithuania. *Journal of International Studies*, 12(2). <http://dx.doi.org/10.14254/2071-8330.2019/12-2/18>
- (4) Chiu, Y. H., & Liu, Y. Y. (2021). The Elaborated assessment framework of city competitiveness from the perspective of regional resource integration. *Sustainability*, 13(11), 5932. <http://dx.doi.org/10.3390/su13115932>
- (5) de Araujo, G. F., & Davel, E. (2018). Educação empreendedora, experiência e John Dewey. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 12(4), 1-16. <https://doi.org/10.12712/rpca.v12i4.13291>
- (6) De Tommasi, L., & da Silva, G. (2020). Empreendedor e precário: a carreira “correria” dos trabalhadores da cultura entre sonhos, precariedades e resistências. *Política & Trabalho*, (52), 196-211. <https://doi.org/10.22478/ufpb.1517-5901.2020v1n52.51018>
- (7) Donaldson, C. (2021). Culture in the entrepreneurial ecosystem: a conceptual framing. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(1), 289-319. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00692-9>
- (8) Duncombe, C. (2019). Popular culture, post-truth and emotional framings of world politics. *Australian Journal of Political Science*, 54(4), 543-555. <https://doi.org/10.1080/10361146.2019.1663405>
- (9) Faludi, J. 2019 (2019). The paradigm of the creative class in regional and urban development revisited. An overview. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, 10(2), 167-188. <https://doi.org/10.14267/CJSSP.2019.2.9>

- (10) Fritsch, M., & Wyrwich, M. (2018). Regional knowledge, entrepreneurial culture, and innovative start-ups over time and space: an empirical investigation. *Small Business Economics*, 51, 337-353. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0016-6>
- (11) Gama, M. (2020). *Cultura e desenvolvimento: projetos culturais e a Agenda 2030* (v. 2). [Working Report]. Observatório de Políticas de Ciência, Comunicação e Cultura – Universidade do Minho, Gualtar.
- (12) Görmar, F., & Harfst, J. (2019). Path renewal or path dependence? The role of industrial culture in regional restructuring, *Urban Science*, 3(4), 106.
- (13) Jelinčić, D. A. (2021). Indicators for cultural and creative industries impact assessment on cultural heritage and tourism. *Sustainability*, 13(14), 7732.
- (14) Krüger, C., Bürger, R. E., & Minello, I. F. (2019). O papel moderador da educação empreendedora diante da intenção empreendedora. *Revista Economia & Gestão*, 19(52), 61-81. <https://doi.org/10.5752/P.1984-6606.2019v19n52p61-81>
- (15) Lima, J., Silva, C., Alencar, F., & Santos, W. (2020, novembro). Metodologias ativas como forma de reduzir os desafios do ensino em engenharia de software: diagnóstico de um *survey*. In *Anais do Simpósio Brasileiro de Informática na Educação*, 172-181. Natal, RN, Brasil.
- (16) Michetti, M., & Burgos, F. (2016). Fazedores de cultura ou empreendedores culturais? Precariedade e desigualdade nas ações públicas de estímulo à cultura. *Políticas Culturais em Revista*, 9(2), 582-603. <https://doi.org/10.9771/pcr.v9i2.17782>
- (17) Pacella, J., Luckman, S., & O'Connor, J. (2021). Fire, pestilence and the extractive economy: cultural policy after cultural policy. *Cultural Trends*, 30(1), 40-51.
- (18) Pacito, A., Santana, A., Zangirolani, L., & de Medeiros, M. (2020). Validação de conteúdo de instrumento de avaliação da atenção nutricional na atenção primária à saúde. *Revista de Nutrição*, 33. <https://doi.org/10.1590/1678-9865202033e200065pt>
- (19) Pagano, A., Petrucci, F., & Bocconcelli, R. (2018). A business network perspective on unconventional entrepreneurship: a case from the cultural sector. *Journal of Business Research*, 92, 455-464. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.012>
- (20) Palavezzini, J. & Moraes, J. (2020). Indicadores da OCDE e suas implicações para a política de educação superior no Brasil. *Argumentum*, 12(3), 256-269.
- (21) Pinheiro, J., Farias, T., & Abe, J. (2013). Painel de especialistas e estratégia multimétodos: Reflexões, exemplos, perspectivas. *Psico*, 44(2).

- (22) Prasetyo, P. E. (2019). Role of entrepreneurial culture as the driver of economic growth. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(3), 237.
- (23) Prediger, J., & Leite, R. (2020). *Viver o empreendedorismo: Oficina Técnico Empreendedor: despertando empreendedores no ensino médio integrado*. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins. <http://educapes.capes.gov.br/handle/capes/585812>
- (24) Qian, H., & Liu, S. (2018). Cultural entrepreneurship in US cities. *Journal of Urban Affairs*, 40(8), 1043-1065. <https://doi.org/10.1080/07352166.2018.1468223>
- (25) Quintero, L., Urbarán, D., & Piñeros, S. (2023). Perception of tourism stakeholders due to the effects of Covid-19. Case of municipal territories in Antioquia-Colombia. *Tendencias*, 24(1), 1-23. <https://doi.org/10.22267/rtend.222302.213>
- (26) Rieger, F. C., & Brum, A. L. (2020). Paradiplomacia e Desenvolvimento Regional: Uma Proposta de Cooperação entre Governos Locais. *Rde-Revista de Desenvolvimento Econômico*, 3(44).
- (27) Rigato, L., Sampaio, M., & Fonseca, H. (2022). Implementando a lógica de produção puxada: uma pesquisa-ação. *Revista de Administração Contemporânea*, 26(06).
- (28) Shitsuka, R., Moreira, D., & de Araujo, M. (2020). Contribuição das redes sociais na melhoria do aprendizado: um estudo de pesquisa-ação. *Humanidades & Inovação*, 7(11), 77-87.
- (29) Teixeira, S. J., & Ferreira, J. J. M. (2019). Entrepreneurial artisan products as regional tourism competitiveness. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 652-673. <https://doi.org/10.1108/IJEER-01-2018-0023>
- (30) Thiollent, M., & Colette, M. (2020). Pesquisa-ação, universidade e sociedade. *Revista Mbote*, 1(1), 42-66. <https://doi.org/10.47551/mbote.v1i1.9382>

**Cómo citar este artículo:** Da Costa, T., Da Gama, H. y Valente, J. (2023). Desenvolvimento de microempreendimentos do setor cultural na região metropolitana do Rio de Janeiro. *Tendencias*, 24(2), 1-27. <https://doi.org/10.22267/rtend.232402.226>