

## EMPREENDEDORISMO EM POLÍTICAS PÚBLICAS NO CONTEXTO DA ECONOMIA CRIATIVA BRASILEIRA

## ENTREPRENEURSHIP IN PUBLIC POLICIES IN THE CONTEXT OF BRAZILIAN CREATIVE ECONOMY

**Magnus Luiz Emmendoerfer**

Universidade Federal de Viçosa (UFV), Brasil

[magnus@ufv.br](mailto:magnus@ufv.br)

**Joaquim Filipe Ferraz Esteves de Araújo**

Universidade do Minho (UMinho), Portugal

[jfilipe@eeg.uminho.pt](mailto:jfilipe@eeg.uminho.pt)

**Josiel Lopes Valadares**

Universidade Federal de Viçosa (UFV), Brasil

[josiel.valadares@ufv.br](mailto:josiel.valadares@ufv.br)

**Mateus Cerqueira Anicio Morais**

Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Brasil

Universidade Federal de Viçosa (UFV), Brasil

[mateuscamorais@gmail.com](mailto:mateuscamorais@gmail.com)

**Submissão:** 19.02.2020. **Aprovação:** 28.05.2021. **Publicação:** 27.06.2021.

**Sistema de avaliação:** *Double blind review*. **Centro Universitário UNA**, Belo Horizonte - MG, Brasil.

**Editora chefe:** Profa. Dra. Daniela Viegas da Costa-Nascimento

Este artigo encontra-se disponível no seguinte endereço eletrônico:

<http://revistas.una.br/index.php/reuna/article/view/1271>

### Resumo

O objetivo deste artigo é analisar a apropriação do empreendedorismo em políticas públicas, especificamente no contexto da Economia Criativa (EC) no Brasil. Em termos metodológicos, a análise foi centrada no planejamento governamental do primeiro órgão federal de economia criativa, cujos dados foram coletados por meio de pesquisas bibliográfica e documental, assim como foram tratados pela técnica de análise de conteúdo. Como resultados, observou-se que a Política Pública Nacional de Economia Criativa (PPNEC) internaliza o empreendedorismo como um meio significativo de desenvolvimento plural da EC como um novo setor produtivo com base na diversidade cultural e na inclusão social. Observou-se que o empreendedorismo pode contribuir para a efetividade da PPNEC no Brasil, numa perspectiva de Brasil Criativo, porém isso requer a retomada de ações integradas com vários setores produtivos da sociedade e de valorização do setor.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Criativo; Administração Pública; Política Pública; Desenvolvimento Regional; Planejamento Público.

## Abstract

The objective of this paper is to analyze the appropriation of entrepreneurship in public policy, specifically in the context of the Creative Economy (CE) in Brazil. In terms of methodology, the analysis will focus on government planning of the first federal agency of creative economy, the data were collected through bibliographic and documentary research and were treated using content analysis. As a result, it was observed that the National Public Policy of Creative Economy (NPPCE) internalizes entrepreneurship as a significant means of plural development of CE, that is presented as a new productive sector based on cultural diversity and social inclusion. It was also observed that entrepreneurship can contribute to the effectiveness of NPPCE in Brazil, in the Brazil Creative orientation, however, this requires the resumption of integrated actions with various productive sectors of society and the valorization of that sector.

**Keywords:** Creative Entrepreneurship; Public Administration; Public policy; Regional development; Public Planning.

## 1. Introdução

Desde os anos 70 tem se observado processos de modernização e com expectativas de reformas na administração pública em vários países por meio da apropriação de práticas que visam tornar os serviços do Estado mais efetivos. Nesta conjuntura, a gestão e as políticas públicas passam a ser valorizadas com base em uma orientação menos Estadocêntrica e mais em prol da (co)participação da sociedade civil para lidar com os problemas públicos (EMMENDOERFER, 2019). Neste sentido, o empreendedorismo tem se apresentado como uma forma de gerar trabalhabilidade, emprego e renda por meio da criação de organizações economicamente produtivas e do aprimoramento da competitividade dessas organizações, em diversos setores da economia. Assim, o empreendedorismo começou a ser incorporado em planejamento governamentais e políticas públicas em diversos países.

Pesquisas sobre Empreendedorismo em Políticas Públicas (EPP) têm sido objeto de estudo recente da comunidade científica internacional e no Brasil isso não tem sido diferente, apesar de possuir ações governamentais desde o início da década de 70. Uma dessas ações pioneiras foi a criação do Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa (CEBRAE), que foi desvinculando da administração pública em 1990, tornando-se um serviço público autônomo e sem fins lucrativos, com o nome de Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (BRASIL, 1990).

Ainda na década de 90, observa-se num plano internacional a emergência de um novo setor econômico chamado Economia Criativa (EC), que tem as atividades e manifestações artístico-culturais como um dos elementos balizares da produção e comercialização de seus produtos. Uma atividade produtiva está incluída no contexto da EC porque os indivíduos em suas ocupações utilizam a criatividade no *modus facendi* de seus produtos, cujo valor, imbricado de dimensão simbólica, é percebido pelos consumidores, ao contrário de outras formas de negócios no mercado que embutem em seus produtos, elementos chave como preferências, estilos de vida, status, padrões de consumo, e outras. Desta forma, os bens e serviços no contexto da EC não são valorizados exclusivamente pela sua materialidade e utilidade prática, mas principalmente pelo simbolismo que ela contempla e representa.

No exterior, a EC também conhecida como indústrias criativas tem sido destacada e fomentada em agendas políticas internacionais como da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e em políticas públicas e planos nacionais de desenvolvimento de vários países, com a indicação e articulação da cultura e da criatividade como recursos contributivos para geração de trabalho e renda de por meio de uma classe criativa, bem como de desenvolvimento local e regional/nacional (FLORIDA, 2014; ASHTON, 2018). Esses recursos têm possibilitado empregar uma especialização inteligente a fim de tornar os territórios mais atrativos em termos culturais, sociais e econômicos, pela possibilidade de criar novas oportunidades de trabalho, de produtos e serviços inovadores, ambientalmente corretos, bem como auxiliar na geração de novas competências profissionais.

A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) tem periodicamente ressaltado a necessidade de se dedicar importância crescente aos segmentos da EC devido ao retorno socioeconômico que movimentam em escala local e global na constituição de territórios diferenciados, também conhecidos como criativos. Inclusive no âmbito das Nações Unidas, o ano de 2021 foi designado como o Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável, servindo de estímulo para a retomada do crescimento econômico em um sociedade pós-pandêmica (UNCTAD, 2021)

No contexto da EC, as políticas públicas passam a focalizar a organização e a inserção de bens e serviços culturais para além daquelas atividades clássicas, como forma de dinamizar a economia nacional com produtos e experiências de alto valor agregado, por meio do trabalho imaterial de diferentes (e novas) ocupações profissionais, que valorizem a diversidade cultural.

Para que isso possa ser efetivo, parte-se do pressuposto de que o empreendedorismo seja tanto um meio de viabilizar o desenvolvimento de um setor econômico produtivo (SCHUMPETER, 1954), quanto uma finalidade, ao ser uma orientação institucional paulatinamente internalizada nas práticas organizacionais (LUMPKIN e DESS, 1996). E uma forma de observar esta apropriação de forma explícita, mesmo que seja de forma preliminar no setor público é por meio de instrumento de gestão e políticas públicas como marcos legais, planejamento governamentais e políticas públicas formuladas.

Desta forma, tem-se como objetivo de pesquisa: analisar a apropriação do empreendedorismo na política pública de Economia Criativa (EC) no Brasil. Para fins deste estudo, o termo apropriação será entendido como “algo” (empreendedorismo) tomado “de fora” (do setor artístico-cultural-criativo) e de “alguém” (organizações promotoras de empreendedorismo e da criação de negócios) com o objetivo de sensibilização, aprendizagem e desenvolvimento coletivo de uma cultura (empreendedora), “como domínio dos modos culturais de agir, pensar, de se relacionar com outros, consigo mesmo, e que aparece como contrário a uma perspectiva naturalista ou inatista” (SMOLKA, 2000, p.27-28). Nesse sentido, o termo apropriação poderia ser usado como um sinônimo equivalente as noções de apropriação e de incorporação. Vale ressaltar que neste estudo, não é interesse discutir suas diferenças etimológicas.

Assim, este estudo busca contribuir com a compreensão de que forma o empreendedorismo tem sido internalizado em políticas públicas para o desenvolvimento da economia, negócios, organizações e indústrias criativas. Assim,

o objeto deste estudo centra-se na primeira Política Pública Nacional de Economia Criativa (PPNEC) no Brasil. Tal compreensão permite à sociedade (comunidades e mercados), bem como as pessoas que atuam no Estado (entes governamentais e organizações públicas) perceberem o contexto desta forma de desenvolvimento econômico local e regional, bem como suas possibilidades de atuação profissional e cidadã. Além disso, possibilita compreender as ações e peculiaridades direcionadas para o empreendedor que atua na EC, também chamado de empreendedor criativo (WERTHES; MAUER; BRETTEL, 2009).

Um outro argumento que também justifica este estudo é a incipiência de trabalhos em língua portuguesa e que discutam suas realidades e peculiaridades em relação ao tema “empreendedorismo em políticas públicas”, principalmente, em setores econômicos que tem focalizado a criatividade como base para ocupação profissional, criação e aprimoramento de empreendimentos e desenvolvimento territorial.

## 2. Empreendedorismo e Políticas Públicas: relações, apropriação e reflexões

Para se discutir a apropriação do empreendedorismo em políticas públicas é necessário primeiramente compreender a possibilidades da relação empreendedorismo e políticas públicas. Tais possibilidades requerem o entendimento prévio do que significa cada um desses termos.

O termo empreendedorismo se apresenta como objeto de pesquisa da comunidade científica de maneira anterior às políticas públicas porque, segundo Boava e Macedo (2011, p.3), com base nos trabalhos de Jean Say e Richard Cantillon, a ideia de *entrepreneur* remete sua origem aos séculos XII e XIII, referindo-se a “aquele que se encarrega e que faz alguma construção ou outra coisa, derivando do participio presente de *entreprendre*”. Isso remete a um indivíduo disposto (ou designado por alguma autoridade superior) a fazer determinado projeto e que possui visão para a realização de algo. Já o termo *entrepreneur*, principalmente na idade média, refere-se aos trabalhadores que executavam atividades relacionadas a serviços (CENTRE NATIONAL DE RESSOURCES TEXTUELLES ET LEXICALES, 2021) também relacionáveis a questões públicas como segurança, construção civil e obras públicas. No século XV, a noção de *entrepreneur* passou a incorporar a noção de alguém com iniciativa e que se responsabilizava por algo, denotando um sentido equivalente ao de um gestor, *controller* ou até mesmo um vencedor de batalhas. O empreendedor neste sentido passa a se referir também a um indivíduo corajoso, com capacidade de liderança (BOAVA e MACEDO, 2011).

Todavia, é apenas nos séculos XVIII e XIX que o sentido de *entrepreneur* incorpora a noção de alguém que também oferece serviços à um terceiro implicando na troca entre capital e trabalho para a geração de riquezas (DIEFENBACH, 2011). No século XX, observa-se que o empreendedorismo ocorre por meio de pessoas que assumem o empresariamento como opção de trabalho, requerendo a criação e o desenvolvimento de organizações para gerar riquezas (SCHUMPETER, 1954). E mais recentemente, refere-se as pessoas empregadas em organizações (públicas ou privadas) que oferecem condições de trabalho para empreender e inovar, o chamado empreendedorismo interno, evidenciado por expressões de empreendedorismo corporativo e intraempreendedorismo (Cf. EMMENDOERFER, 2019).

Observa-se que o empreendedorismo por meio da análise histórica de seu termo, apresenta uma noção que não é exclusiva do setor privado, se aplicando também ao setor público. As primeiras evidências do Empreendedorismo no Setor Público (ESP) remonta a segunda metade do século XX, quando os governantes passam a internalizar conceitos até então desconhecidos ou não incorporados na Administração Pública a fim de desenvolver as nações, de forma inovadora, a fim de enfrentar a crise e a escassez de recursos energéticos, bem como apresentar respostas mais eficientes as demandas públicas da população.

Assim, nas décadas de 60, 70 e 80, os primeiros estudos sobre ESP evidenciaram-no como algo internalizado e manifestado, de forma concentrada no nível macro organizacional, na Administração Pública por meio do político ou governante. Deste modo, segundo Morais et al. (2015), termos como *Political Entrepreneurship*, *State Entrepreneurship*, *Entrepreneurial Government* e *Public Entrepreneurship* tem sido utilizados por pesquisadores para evidenciar este tipo de situação.

No final da década de 80 e no início da década de 90, com o advento da administração pública gerencial, denominado *New Public Management* (NPM), tem se observado que o empreendedorismo também está ocorrendo, de forma mais desconcentrada da área estratégica, em nível micro organizacional das operações e serviços públicos que competem a gestão pública. Neste nível, os funcionários e servidores públicos também podem atuar como empreendedores, como tem sido evidenciado na produção científica internacional pelos termos *Bureaucratic Entrepreneurship*, *Corporate Entrepreneurship in the Public Sector* e *Public Sector Corporate Entrepreneurship* (MORAIS et al., 2015).

A partir do século XXI, os estudos internacionais sobre ESP tem verificado que o mesmo pode ser evidenciado tanto como meio quanto finalidade ao ser relacionado com políticas públicas, ocorrendo assim num nível meso organizacional que tem tido conexões com a sociedade, inclusive requerendo cada vez mais a sua participação na formulação e implementação de políticas públicas. Os termos mais usados para descrever este tipo de situação tem sido, segundo Morais et al. (2015): *Public Sector Entrepreneurship*, *Entrepreneurship Policy* e *Policy Entrepreneurship*. Além disso há o resgate da noção de Estado como um ator institucional empreendedor (*Entrepreneurial State*) e fomentador de políticas públicas, o qual compartilha riscos e recompensas (Cf. MAZZUCATO, 2018).

Observa-se que a apropriação do empreendedorismo no setor público pode ocorrer em um ou mais níveis organizacionais, podendo ser executado de forma mais interna nas organizações públicas (com ênfase na gestão pública) ou de forma mais interorganizacional, por meio de parcerias ou pactuações públicas (com ênfase na governança e políticas públicas). Esta última, se aproxima da noção que se pretende investigar neste estudo, que é o empreendedorismo em políticas públicas.

Existem várias definições clássicas e válidas para políticas públicas propostas tanto por estudiosos estrangeiros (SALAMON, 1981; HOWLETT, 1991; HOOD, 2003), quanto por aqueles do Brasil (RUA, 1997; FREY, 2000), porém é comum a todas elas a noção de que uma política pública surge para enfrentar um problema público e do significado de posse, manutenção ou distribuição de poder intrínsecos ao seu processo. Assim, a apropriação do empreendedorismo em políticas públicas pode ser um meio de desenvolver um determinado setor econômico ao conectar e buscar

conciliar serviços do Estado com as demandas do mercado e das comunidades para se gerar riquezas, bem como uma finalidade ao se promover a cultura empreendedora neste setor.

Além disso, autores como Hausmann e Heinze (2016) ressaltam a importância do empreendedorismo para a sociedade e mercados emergentes, eles apontam para uma correlação positiva entre a presença da atividade empreendedora e o crescimento econômico, inclusive em setores criativos. O empreendedorismo se correlaciona da mesma forma com a queda do desemprego, a diminuição de desigualdade social, o desenvolvimento de cadeias produtivas de Empresas Multinacionais e a promoção de iniciativas de sustentabilidade (SARFATI, 2013). A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico destaca que o empreendedorismo é um motor de desenvolvimento, isso, por se tratar de um fenômeno capaz de criar valor econômico a partir da identificação de novos produtos ainda inexplorados economicamente (OECD, 2019). Dessa forma o empreendedorismo pode beneficiar a sociedade por meio da geração de trabalho, renda e riquezas, difundindo avanços inclusive tecnológicos e inovações, estimulando concorrência e novas oportunidades

Nesse sentido a intervenção do Estado no processo de fomento ao empreendedorismo se torna um elemento importante para o avanço dos países em seus aspectos econômicos e sociais. Por isso a apropriação do empreendedorismo nas políticas públicas tem ganhado respaldo nos últimos anos, proporcionando um ambiente propício para o estabelecimento e desenvolvimento de empresas (LUNDSTRÖM e STEVENSON, 2005). Ademais, os diversos benefícios associados ao empreendedorismo têm atraído os interesses de governantes e formuladores de políticas públicas, de maneira que a apropriação do mesmo passou a ser uma forma que os agentes públicos estão empregando para promover o desenvolvimento socioeconômico de cidades, regiões e países (BAKIR; JARVIS, 2017).

Nesse contexto a Economia Criativa tem buscado seu lugar, inclusive em países em desenvolvimento, se tornando um interessante foco de políticas públicas que internalizam o empreendedorismo. Esse respaldo se dá principalmente por ela ser no mundo “um setor que, aceleradamente, se mostra como um grande gerador de riqueza na atual etapa do capitalismo” (MIGUEZ, 2007, p.110). O Brasil tem dado seus primeiros passos institucionais rumo ao fomento a este importante setor, entretanto muito ainda se deve percorrer para que seja aproveitada sua imensa potencialidade de desenvolvimento por meio da EC.

Somado a isso, observa-se que o tema empreendedorismo e economia criativa tem se tornado cada vez mais um importante de interesse de estudos, embora ainda concentrados no exterior (KEMENY; NATHAN; O'BRIEN, 2020) para o desenvolvimento de cidades e regiões. Entretanto, apesar dos esforços e resultados apresentados por esses investigadores, observa-se um campo aberto e relevante para estudos empíricos sobre o empreendedorismo em políticas públicas, especialmente, em setores econômicos considerados emergentes como a Economia Criativa (HAUSMANN e HEINZE, 2016).

Diante disso, compreender a apropriação do empreendedorismo em políticas públicas no contexto da economia criativa em um determinado território (EMMENDOERFER; FIORAVANTE; ARAUJO, 2018), pode auxiliar na compreensão

da essência e das peculiaridades dos modos de fazer política pública nesta realidade, algo ainda pouco tratado na literatura internacional sobre ESP.

### 3. Métodos de investigação

Este trabalho parte de um estudo de caso centrado no planejamento governamental do primeiro órgão federal de economia criativa chamado Secretaria da Economia Criativa (SEC), criado e extinto no âmbito do antigo Ministério da Cultura (MinC) no Brasil. Desde dezembro de 2018, o MinC foi reorganizado como Secretaria Especial da Cultura no Ministério do Turismo (MTur).

Este planejamento pode ser considerado a primeira Política Pública Nacional de Economia Criativa (PPNEC) no Brasil (MARCHI, 2014; ACCO, 2016), objeto central desta análise. Tal política gerou um legado institucional presente na realidade brasileira que preserva o reconhecimento da EC enquanto área produtiva a ser fomentada para fins de difusão de bens e serviços culturais, bem como de geração de empreendimentos, trabalho e renda, cujas evidências são observáveis em entes governamentais como no governo federal (BRASIL, 2021) em seus mapas culturais (<http://mapas.cultura.gov.br/>). Além disso, é pertinente estudar esta política porque ela foi um dos meios indutores de ações para alcance do Plano Nacional de Cultura (PNC 2011-2020) a fim de tornar efetivo o Sistema Nacional de Cultura (VITÓRIA et al., 2020).

Assim, para fins deste estudo, o caso analisado é o PPNEC, nome pelo qual trataremos este objeto a partir deste momento. A temporalidade de análise pode ser classificada como *ex-post-facto*. Para tanto, foram levantados conteúdos sobre o objeto em estudo a partir de fontes bibliográficas (livros e artigos de periódicos científicos) e de fontes documentais de domínio público com dados primários (plano de ação, relatório de gestão, programas e projetos governamentais no Brasil, elaborados pelo Ministério da Cultura, e relatórios de pesquisa internacional da OECD e da UNCTAD, de domínio público e disponíveis eletronicamente na internet). Todas as fontes utilizadas foram mencionadas nas referências deste artigo. Ressalta-se que a análise documental não diferente neste estudo, tem sido o procedimento metodológico mais empregado em pesquisas científicas sobre Administração Pública no Brasil (GARCIA et al., 2016; SILVA; EMMENDOERFER; CUNHA, 2020).

Todo material coletado foi tratado por meio da análise de conteúdo (BARDIN, 2015) especificamente pela técnica de análise categorial, sob inspiração historiográfica. No caso, foi empregada a categoria “empreendedor” como forma de identificar sua presença e suas relações lexicais e de significado nos textos presentes nos documentos do governo federal do Brasil. Os conteúdos obtidos possibilitaram identificar os sentidos do “empreendedorismo” que foram apropriados e articulados na política pública de economia criativa no Brasil. Isso permitiu compor os títulos e os conteúdos dos tópicos subsequentes, em termos de descrição, análise e reflexão a respeito deste objeto, que permitiram realizar inferências e apontamentos para um debate mais apurado sobre o tema “empreendedorismo, política pública e economia criativa”, tema ainda incipiente em estudo sobre países em desenvolvimento como o Brasil.

#### 4. Resultados, discussões e implicações do estudo

Para discutir o tema desta seção foram organizadas duas partes. Uma que apresenta características da primeira Política Pública Nacional de Economia Criativa (PPNEC) no Brasil, que foi institucionalizada em 2011. E a outra que apresenta e discute a apropriação do empreendedorismo como componente da referida política.

##### 4.1 Características da PPNEC no Brasil

O Ministério da Cultura (MinC) no Brasil foi a primeira organização pública, designado pela presidência da república, que incorporou e institucionalizou na gestão do governo federal (2011-2014) a EC como uma forma de desenvolvimento socioeconômico.

A incorporação da EC na agenda pública dessa gestão foi fundamentada com base no trabalho do economista Celso Furtado, que foi ministro da Cultura (1986-1988). Em suas reflexões sobre cultura e criatividade, Furtado (1981) procurou fomentar processos criativos no Brasil como estratégia para superação do subdesenvolvimento, com ações que se traduzissem em enriquecimento da cultura em todas as suas dimensões, como forma de preservar a própria identidade. Esta orientação estratégica, somado as ações da UNCTAD (2021) direcionaram a criação da Secretaria de Economia Criativa (SEC) e de seu planejamento governamental (BRASIL, 2011) no MinC. A institucionalização da SEC e do seu plano de ação indicaram de forma expressiva no Brasil, uma noção mais antropológica de conceber e lidar com a cultura a partir de dimensões cidadã, simbólica e econômica.

Assim, a SEC no Brasil, não reproduziu plenamente conceitos de EC de outros países ou de modelos de organismos internacionais, que possuíam realidades políticas, econômicas, culturais e sociais divergentes. Os fundamentos da EC no Brasil foram orientados pelos princípios de inclusão social, sustentabilidade, inovação e diversidade cultural, que seriam operacionalizados dentre outros meios, pelo empreendedorismo (BRASIL, 2011).

A simples tradução de conceitos da EC de outros países, especialmente de língua inglesa, era insuficiente para o Brasil. Isso, porque tal tradução *ipsis literis* pode gerar incompreensões semânticas por causa de diferenças culturais, principalmente se for levado em consideração a associação que se faz comumente no Brasil entre o termo “indústria” e as atividades fabris de larga escala, massificadas, padronizadas e seriadas. Assim, para efeitos de definição conceitual do que vem a ser a “*Autêntica Economia Criativa Made in Brazil*” na proposição de políticas públicas, o governo federal adotou o termo “setores criativos” como representativo das diversas organizações que atuam em grupos setoriais, chamados de “campos”, ao invés de indústrias criativas (BENDASSOLLI et al., 2009).

No Brasil (2011), a EC foi inicialmente composta por cinco campos ou conjuntos de segmentos produtivos: 1) patrimônio: patrimônio material, imaterial, arquivos e museus; 2) expressões culturais: artesanato, culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, artes visuais e digitais; 3) artes de espetáculo: dança, música, circo e teatro; 4) audiovisual, livro, leitura e literatura: cinema e vídeo, publicações e mídias impressas; 5) criações culturais e funcionais: moda, design e arquitetura.



Todos esses setores econômicos seriam a base inicial de referência para empreender na EC no Brasil. Vale ressaltar que esses setores estão inclusos nos campos da EC porque em suas práticas, os indivíduos em suas ocupações possuem a criatividade como base do processo produtivo de seus serviços que são imbricados de dimensão simbólica, cujo valor é agregado pelos consumidores, ao contrário de outras formas de negócios no mercado que embutem em seus produtos, elementos como preferências, estilos de vida, prestígio e padrões de consumo.

Observa-se que a formulação da PPNEC Brasil não se limitou a visão de políticas culturais “clássicas” ou “tradicionais, focalizadas no fomento, na distribuição e no consumo essencialmente em bens culturais materiais, artísticos ou intelectuais (MULCAHY, 2006). Neste sentido, o planejamento da SEC (2011-2014) em prol de um Brasil Criativo, está alinhado o Plano Plurianual (PPA) do governo federal (2012-2015), com Plano Nacional de Cultura – PNC (2011-2020) e foi elaborado com base em dois direcionadores ou vetores centrais para a ação governamental executar suas 16 competências, tratadas neste artigo como objetivos desta organização pública. Um vetor macroeconômico (direcionado para a estruturação, desenvolvimento e monitoramento) da EC, e outro vetor microeconômico (direcionado para o empreendedorismo, gestão e inovação), que contempla todas as ações relacionadas com a noção de “Empreendedorismo em Setores Criativos”. Tal noção envolve o empreendimento, o empreendedor e os agentes culturais que atuam como profissionais criativos (HAUSMANN; HEINZE, 2016).

De acordo com o Relatório de Gestão da SEC (BRASIL, 2013, p. 20-21), o vetor macroeconômico possui eixos de atuação que visam a geração de condições para o desenvolvimento da EC, envolvendo “processos de institucionalização de territórios criativos, a articulação e a realização de estudos e pesquisas, além da promoção do debate e da elaboração de propostas de adequação de marcos legais”. Os eixos de atuação do vetor microeconômico são voltados ao “fomento a incubadoras e birôs de serviços, financiamento para a capacitação de competências criativas e inovadoras, e apoio à formação de redes de coletivos” de profissionais dos setores criativos.

Vale ressaltar que o estudo de Marchi (2014) inaugura e permite aprofundar a análise organizacional da SEC, a qual liderou a gestão da primeira política pública para a EC no Brasil. Todavia, não se tem evidências de estudos publicados sobre o enfoque do presente artigo no contexto brasileiro, reiterando a originalidade e a relevância desta discussão, a ser discutido na próxima seção.

## 4.2 Apropriação do Empreendedorismo na PPNEC no Brasil

Os vetores centrais de ação da SEC indicados anteriormente, serviriam de orientação para o cumprimento de suas competências governamentais visando o desenvolvimento da EC. Das 16 competências da SEC (2011, p. 44, **grifo nosso**), duas foram específicas em termos de apropriação do empreendedorismo em prol da EC no Brasil.

[...] Planejar, propor, formular e apoiar ações voltadas à **formação de profissionais e empreendedores criativos** e à qualificação de empreendimentos dos setores criativos; [...] instituir programas e projetos de apoio às atividades dos setores criativos, seus profissionais e **empreendedores**, de modo a **promover a articulação e o fortalecimento dos micros e pequenos empreendimentos criativos**.

Entretanto, a PPNEC no Brasil revela aspectos de transversalidade porque para sua efetividade, requisitava parcerias, articulações intersetoriais e ações integradas ao planejamento de outras organizações governamentais e internacionais para que os resultados em prol de um Brasil Criativo (ACCO, 2016) fossem concretizados durante o PNC 2011-2020 (BRASIL, 2021).

Em nível internacional foram indicadas parcerias com organizações como UNESCO, Instituto das Nações Unidas para Treinamento e Pesquisa e a Organização dos Estados Ibero-Americanos, visando à formação, gestão, estudos e fomento da EC. No nível de representação e atuação nacional, contempla parcerias no governo federal para a realização de políticas e ações públicas integradas com 18 dos 39 ministérios existentes, sendo quatro secretarias com status de ministério vinculadas à Presidência da República (assuntos estratégicos, comunicação social, políticas para as mulheres, e micro e pequena empresa) e mais 14 ministérios (BRASIL, 2011, p.56-57), existentes até o ano de 2018:

- Cidades – MCidades (atual Ministério do Desenvolvimento Regional);
- Ciência e Tecnologia – MCT (atual Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações - MCTIC);
- Comunicações – MC;
- Desenvolvimento Agrário – MDA;
- Desenvolvimento da Indústria e Comércio Exterior – MDIC, Fazenda – MF e Trabalho e Emprego – MTE, e (incorporados ao Ministério da Economia);
- Desenvolvimento Social – MDS e Esportes - ME (órgãos incorporados ao Ministério da Cidadania);
- Educação – MEC;
- Justiça – MJ (atual Ministério da Justiça e Segurança Pública)
- Meio Ambiente – MMA;
- Relações Exteriores – MRE;
- Turismo – MTur;

Especificamente para viabilizar as ações relacionadas ao empreendedorismo na PPNEC no Brasil, o planejamento da SEC indicou a necessidade de articulação e parcerias governamentais com oito ministérios, conforme o Quadro 1.

**Quadro 1 - Parcerias e ações de empreendedorismo na PPNEC (2011-2014) no Brasil**

<b>PARCERIAS</b>	<b>AÇÕES</b>
<b>MTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomento a organizações associativas (redes e coletivos) e ao microcrédito solidário / bancos populares, via Secretaria da Economia Solidária.</li> </ul>
<b>ME</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificação de potenciais e vocações regionais para o fomento à criação e ao desenvolvimento de empreendimentos dos setores criativos.</li> </ul>
<b>MDIC</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomento à inovação e à competitividade de empreendimentos dos setores criativos de forma articulada com o Programa Brasil Maior;</li> <li>• Parceria no desenvolvimento e realização da Bienal Brasileira de Design;</li> <li>• Parceria com o Sistema Nacional de Moda;</li> <li>• Fomento às organizações associativas e cooperativas de artesanato;</li> <li>• Fortalecimento e ampliação do comércio exterior de produtos dos setores criativos.</li> </ul>
<b>MCT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomento a redes e coletivos via aplicativos e ferramentas do ambiente digital.</li> </ul>

<b>MRE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoio à instalação de agências internacionais de serviços – Criativa Birô Internacional – de suporte aos empreendedores e profissionais criativos voltadas para ações entre o Brasil e outros países.</li> </ul>
<b>MMA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimento de cadeias e arranjos produtivos da sociobiodiversidade que tenham relação com os setores criativos; Estímulo e incentivo à reciclagem de resíduos sólidos como matéria-prima de produtos criativos.</li> </ul>
<b>Secretaria de Políticas para as Mulheres</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomento à produção e distribuição do artesanato produzido por mulheres artesãs.</li> </ul>
<b>Secretaria da Micro e Pequena Empresa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomento à micro e pequenas empresas (MPEs) dos setores criativos.</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa (BRASIL, 2011; 2013; 2020).

É importante ressaltar que todas as parcerias foram apontadas não somente para tornar exequível o planejamento da SEC, mas também para auxiliarem no alcance das 53 metas do PNC (2011-2020). Dessas, 16 metas são para o desenvolvimento da EC (2020), envolvendo a apropriação do empreendedorismo como um meio possível de alcança-las, associando-o a sustentabilidade e coprodução do bem comum, como pode ser observado pelas estratégias e ações a seguir:

**Estimular pequenos e médios empreendedores culturais e a implantação de Arranjos Produtivos Locais** para a produção cultural; Estimular o reaproveitamento e reciclagem de resíduos de origem natural e industrial, dinamizando **e promovendo o empreendedorismo e a cultura do ecodesign**; Desenvolver e gerir programas integrados de **formação e capacitação para artistas, autores, técnicos, gestores, produtores e demais agentes culturais, estimulando a profissionalização, o empreendedorismo**, o uso das tecnologias de informação e comunicação e o fortalecimento da economia da cultura; Fomentar e fortalecer as modalidades de negócios praticadas pelas comunidades locais e pelos residentes em áreas de turismo, **fortalecendo os empreendedores tradicionais em sua inserção nas dinâmicas comerciais estabelecidas pelo turismo** (BRASIL, 2020, grifo nosso).

Nas metas do PNC para a EC supramencionadas, observa-se por meio dos grifos realizados que a apropriação do empreendedorismo para fins de elaboração e implementação da PPNEC está alinhada com princípios de inclusão social, cooperação em redes, sustentabilidade, educação e inovação. Além de fomentar setores que auxiliam na aceleração da retomada econômica em situações de crise como as indústrias do turismo e do lazer.

Ressalta-se que todas as metas estão indicadas no portal eletrônico (<http://pnc.cultura.gov.br/metas-do-pnc/>) de acesso ao PNC 2011-2020. Qualquer pessoa no Brasil ou no exterior pode acompanhar as ações governamentais para a cultura por meio deste portal atualizado periodicamente pelo governo federal, que permite conhecer todas as metas (situação atual e resultados das ações coordenadas pelo governo federal com os parceiros) para o desenvolvimento da cultura no Brasil. Eis um aspecto positivo da EC no Brasil em termos de controle social democrático,

estimular a transparência (ACCO, 2016) das ações públicas e o exercício da *accountability* no setor.

Assim, este portal é um mecanismo importante para a participação social na PPNEC no Brasil, porque as informações sobre as metas do PNC (2020), possibilitam “estimular a organização de instâncias consultivas [...] ampliar o diálogo com os agentes culturais e criadores”. Deste modo, o PNC (2020) evoca os empreendedores culturais a assumirem “corresponsabilidades na implementação e na avaliação das diretrizes e metas, participando de programas, projetos e ações que visem ao cumprimento do PNC”. Este é um elemento peculiar observado na apropriação do empreendedorismo no PPNEC no Brasil, que inclui práticas contemporâneas de cibercultura ao envolver práticas de governo eletrônico e de redes virtuais de participação e sociabilidade.

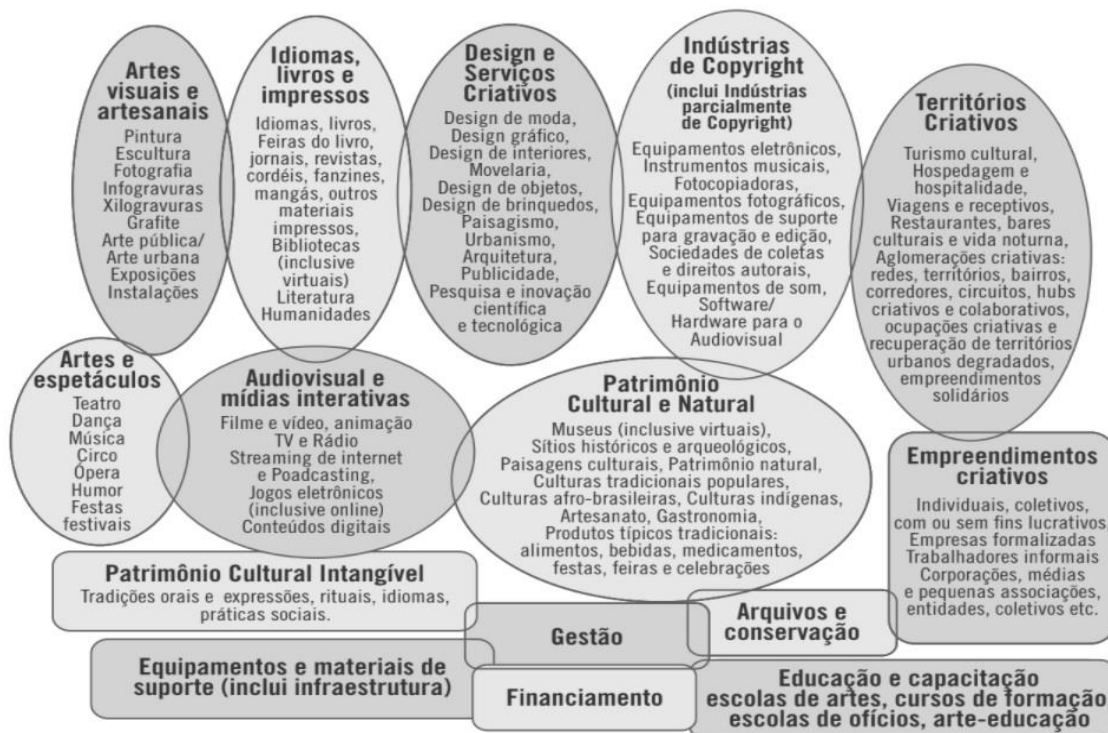
Mas para que esta participação social indicada como componente desta política pública se efetive entre empreendedores da EC no Brasil, o governo federal iniciou o processo de institucionalização inacabado do Observatório Nacional de Economia Criativa (OBEC) e dos Criativas Birôs (BRASIL, 2011; 2013). Durante o período de 2011-2014, o Ministério da Cultura (MinC) instituiu o OBEC como um instrumento de produção e difusão de informações quantitativas e qualitativas sobre a economia criativa brasileira. Este Observatório prevê parcerias com as universidades e institutos de pesquisa regionais com objetivo de produzir informação, conhecimento sobre experiências e experimentações da EC local, regional e nacional. A OBEC é uma ação direcionada para mitigar um dos maiores problemas que travam os investimentos ao setor cultural e da EC, que é a ausência de informações, dados e de análises produzidos e sistematizados. Tais informações são fundamentais para se planejar e operacionalizar políticas públicas do setor, principalmente em momentos de crise.

Para articular o governo federal com os entes governamentais nos níveis estadual e municipal, criou-se o Criativa Birô. A iniciativa consiste em escritórios fixos e/ou itinerantes voltados para o atendimento e apoio aos profissionais e empreendedores criativos com a finalidade de promover e fortalecer as redes e arranjos produtivos dos setores criativos brasileiros. Assim, os Criativas Birôs traduzem um tipo de política pública promovida pelo Governo Federal que pretende atingir governos estaduais e municipais por meio de parcerias. Em 2014, os Criativas Birôs em nível estadual estavam em funcionamento em 13 das 27 unidades federativas do Brasil, e se tornaram conhecidas como incubadoras de empreendimentos culturais e criativos, formando várias redes público-privadas no setor como a Rede de Economia Criativa (<https://recbrasil.com.br/>). Destaca-se que após o período 2011-2014, alguns Criativas Birôs foram extintos e outros se tornaram OBEC estaduais com alcances variados desde o nível regional até o estadual.

Este movimento de articulação do governo federal nos estados e municípios do Brasil para sensibilizar, levantar e organizar informações sobre o contexto da EC no Brasil no período de 2011 a 2013, somado a estruturação organizacional (MARCHI, 2014) e a publicização do plano da SEC contribuíram para criação de um ambiente, que culminou na produção de um plano de desenvolvimento socioeconômico intersetorial chamado Plano Brasil Criativo (ACCO, 2016), que contempla algo além das incubadoras criativas. Ressalta-se que o Plano Brasil Criativo mencionado por De Marchi (2014) não chegou a ser implementado pelo governo federal, mas foi elaborado com o escopo de ser um plano de desenvolvimento de integração entre o projeto social do governo federal, que estava sendo executado desde 2003, com

proposta de revitalizar o desenvolvimento industrial no Brasil pela cultura (FURTADO, 1981), sob uma concepção mais ampla e inclusiva, para além dos setores ou campos criativos inicialmente idealizados, representando a pluralidade de segmentos produtivos que compõem a economia criativa brasileira (Figura 1).

**Figura 1** – Setores criativos da economia criativa no Brasil



Fonte: Acco (2016, p.162)

E para que isso avance, observa-se a necessidade da apropriação do empreendedorismo como um componente relevante do vetor de desenvolvimento microeconômico sob uma orientação pautada na solidariedade democrática. Neste sentido, este vetor na política pública de EC enfatiza o fomento técnico e financeiro aos empreendimentos criativos, a ser desenvolvido a partir do apoio, promoção e estímulo à criação de incubadoras, birôs de serviços e linhas de financiamento específicas para organizações deste campo. Contudo, se durante o período 2011-2014 observou-se uma ação integradora e de liderança institucional por parte do governo federal no que tange a EC, nos anos subsequentes até o término do PNC 2011-2020, verificou-se expressões difusas, com algumas articulações em rede, predominantemente sociocêntrica na dinamização deste conjunto de setores criativos.

Assim, observou-se que as ações para o fomento ao empreendedorismo indicadas nos documentos analisados e instrumentos de políticas públicas de EC no Brasil, demonstram evidências de apropriação do empreendedorismo na PPNEC, algo pioneiro na história das políticas públicas de empreendedorismo no Brasil. Tais evidências podem permitir superar fragilidades de uma política pública para o empreendedorismo alertada por Shane (2009) ao ser baseada em princípios exequíveis e por envolver parcerias e estruturas de formação, apoio a gestão (inclusive, cultural e para a criatividade) e inovação tecnológica, na formulação e na implementação de políticas públicas (MONTIEL MENDEZ; CLARK; CALDERON MARTINEZ, 2020) de empreendedorismo e de empreendimentos no setor criativo.

Vale destacar, segundo o estudo de Fernandez (2019), independentemente da ideologia ou dos partidos que estão na direção das ações governamentais em nível federal, o tema empreendedorismo sempre se faz presente em planos de desenvolvimento nacional. O que demonstra que o reconhecimento do empreendedorismo em políticas públicas já existe de longa data, há planos para ação, o que resta é vontade dos tomadores de decisão governamental de prover coesões, condições e estímulos para o efetivo crescimento e desenvolvimento do empreendedorismo no setor criativo no Brasil. Para tanto, coadunamos com Mazzucato (2018), que isso também requer objetivos estatais claros com transparência pública das ações governamentais para um Brasil Criativo.

A redução paulatina da atuação do Estado por meio dos governos supramunicipais no Brasil (federal e estadual) sinaliza o interesse periférico de desenvolvimento deste setor por parte de organizações que agem como agentes de fomento, que tem revelado foco em agendas de desenvolvimento exógenas, que segundo Furtado (1981), podem não favorecer a geração de ciência, tecnologia e inovação em setores emergentes, pautados na criatividade de sua população. E somado a ausência de novos planos de futuro do setor no Brasil, que considerem a diversidade cultural brasileira para o fomento de empreendimentos criativos (ACCO, 2016), pode reduzir ou limitar o potencial de retomada do crescimento econômico com base na geração de trabalho, emprego e renda a partir do setor criativo

## 5. Conclusões e considerações finais

Este estudo revelou, sob inspiração historiográfica, que o empreendedorismo em políticas públicas se apresenta no contexto da EC estudada de forma multifocal, por ser apropriado em ações de: educação para o empreendedorismo e a gestão de negócios do setor criativo, apoio a criação e a manutenção de organizações empresariais e do terceiro setor, indução de formação de redes de cooperação, (re)aproveitamento de recursos naturais e de resíduos para geração de produtos mais ecológicos e sustentáveis.

A análise realizada avança no resgate da produção do conhecimento no contexto do Empreendedorismo no Setor Público ao descolar o centro das atenções dos atores (indivíduos ou organizações) para as ações empreendedoras executadas a partir do governo, como meio de compreender os próprios atores que empreendem quanto os resultados que buscam efetivar. O foco nas ações permite identificar e compreender as apropriações do empreendedorismo para fins de resolução de problemas públicos setoriais como o da Economia Criativa e os mapas culturais online podem ser um ponto de partida para identificar os agentes que atuam no setor.

Observou-se no caso estudado que a Secretaria de Economia Criativa (SEC) no Ministério da Cultura no Brasil, foi o órgão governamental que congregava e coordenava as ações propostas para o desenvolvimento da EC no Brasil, o que possibilitou internalizar o empreendedorismo como um meio de orientação e gestão da Política Pública Nacional de Economia Criativa (PPNEC). Todavia, sua efetivação na perspectiva de uma Brasil Criativo era dependente de parcerias com órgãos públicos e privados em níveis federal, estadual e municipal.

Embora, no Brasil, PPNEC revelada essencialmente com base na SEC, esteja intimamente associada a um ciclo de gestão (2011-2014), seus conteúdos, marcos

institucionais e ações públicas iniciadas compuseram um legado que valoriza a cultura e os valores autóctones do Brasil. Tal legado também revelou o alargamento da concepção de cultura a fim de relacionar manifestações artísticas clássicas e contemporâneas com ciência, tecnologia, inovação, gestão e empreendedorismo. Essas são necessidades historicamente desconectadas e demandadas em termos de educação e formação por aqueles que vivem e querem se dedicar plenamente ao setor da cultura e criatividade.

Se por um lado observou-se a importância do empreendedorismo apropriado na PPNEC como mecanismo de geração de trabalho e renda, e de inclusão social ao envolver questões historicamente problemáticas no Brasil em termos de gênero e raça, que poderiam ser mitigadas por meio da EC. Por outro, observa-se riscos na implementação e avanço dessas ações/políticas públicas pela inexistência: 1) de uma definição para o empreendedor(ismo) criativo que possa ser de compreensão comum por parte dos *stakeholders* deste setor no Brasil; bem como, de 2) de um órgão especializado ou pertinente com a questão da Economia Criativa no contexto Brasileiro. Este último aspecto, podem provocar novas questões de investigação: como o Ministério do Turismo (MTur) atuará em relação ao legado exposto neste artigo e frente as demandas dos setores culturais e criativos desde 2019 no âmbito federal?

Esses riscos indicam um dos principais problemas para legitimar e desenvolver a EC em diferentes escalas territoriais tem sido o fato de seus stakeholders serem reconhecidos, mas principalmente se reconhecerem, como profissionais do setor criativo. Tal aspecto identitário tende a ser mais crítico e de difícil assimilação quando associado a ideia de empreendedorismo criativo, cuja nomenclatura tem sido negada, e ações empreendedoras evitadas, por agentes culturais, os quais “acham que os valores empresariais contradizem seus valores pessoais e sua identidade cultural e criativa [considerando] os negócios apenas como um meio de concretizar suas ideias culturais e criativas” (WERTHES; MAUER; BRETTEL, 2017, p.2). Assim, segundo Round e Styhre (2017), as tensões deste fato social tendem a tornar mais acentuadas as necessidades de identidade de agentes culturais que atuam na EC, com ausência ou limitada atuação do Estado neste setor, requerendo ações para além de retóricas ou atendimentos pontuais em determinados segmentos do setor.

Esse problema pode retardar ou não promover ações locais e regionais devido ao não entendimento por parte de artistas e empreendedores de que determinadas atividades produtivas, já existentes, estão inseridas ou contempladas na EC, e que a mesma tem uma expressão internacional com dinâmicas de conexões e redes de cooperação multilaterais. Isso de forma mais ampla pode interferir no surgimento e na atenção mais focalizada a este setor que é muito sensível a crises, especialmente, sanitárias.

Porém, isso pode ser mitigado por meio de ações de sensibilização e educação acerca da EC e do empreendedorismo de setores criativos com apoio de organizações públicas, privadas e do terceiro setor, inclusive parques tecnológicos e universidades, que atuem efetivamente em prol de um Brasil Criativo. Tal atuação auxiliaria na percepção da população brasileira sobre este setor, pois infere-se que a maioria dela, ainda desconhece esta terminologia internacional e sua relação com o empreendedorismo e a gestão cultural.

A PPNEC no Brasil fomentou ações afirmativas e inclusivas para levantar, unir e disseminar a EC, o que pode estimular o interesse e facilitar a participação social na

elaboração e formulação de políticas públicas que promovam o desenvolvimento e crescimento sustentável de territórios, mais criativos no Brasil. Não será momento de retomar os valores e as ideias do PPNEC para auxiliar o Brasil na retomada do crescimento econômico com sustentabilidade e criatividade?

Desta forma, a PPNEC discutida neste trabalho é importante por ter sido a primeira institucionalizada no Brasil, motivo que legitima o registro de sua memória pública pela comunidade acadêmica, e pode ser ainda necessária para direcionar as ações atuais e para os próximos quadros de entes governamentais e as próximas metas do Plano Nacional de Cultura (2021-2030), inclusive em conexão com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs) da Agenda Global das Nações Unidas. Vale lembrar que essas metas podem ser revisadas e reanalisadas com participação social, a fim de compor os conteúdos do próximo plano decenal para o desenvolvimento da cultura nacional com criatividade.

Por fim, este estudo impôs algumas limitações nas quais o pesquisador não pode desconsiderar. A primeira limitação observada diz respeito às percepções da realidade sob o ponto de vista do investigador, que mesmo esclarecendo alguns aspectos da realidade investigada, ainda outros pontos podem permanecer obscuros para o mesmo e para os que leram este trabalho, tendo em vista a necessidade de detalhamento da análise em algumas seções, em detrimento de outros. Isto está associado a segunda limitação, que se refere a escolha do método estudo de caso por meio de pesquisas bibliográficas e documental, que *per se* não permitem generalizações de resultados e conclusões. E a terceira limitação é não ter realizado levantamento de dados diretamente com os *policymakers*, bem como com os beneficiários dessa política pública de EC, pois também é importante compreender as interpretações, reações e possíveis conflitos que podem existir neste contexto, a fim de se analisar os resultados dessa política e suas dissonâncias, caso hajam. Entretanto, em termos de validação do estudo, internamente considera-se que este foi alcançado por meio da descrição e análise da apropriação do empreendedorismo na PPNEC, caso aqui estudado, pode servir de inspiração, comparação ou reflexão com os outros estudos sobre o mesmo tema, inclusive em outros setores econômicos.

Por fim, observou-se que o tema “empreendedorismo em políticas públicas”, principalmente no contexto da economia criativa ainda são incipientes empiricamente em estudos locais e regionais, o que potencializa o surgimento de novas agendas interdisciplinares de pesquisa e de ensino, com cooperação internacional. É importante se avaliar o que existe e se avançou, bem como conhecer as barreiras em relação ao empreendedorismo criativo nas cidades que limitam o efetivo desenvolvimento de territórios criativos. Fato é que, a criação de uma Autêntica Economia Criativa Brasileira, por meio de uma classe criativa e empreendedora está condiciona à superação dessas barreiras e a compreensão do que são e de como participar na formulação, implementação e avaliação de políticas públicas.

## Agradecimentos

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq (processos 408437 / 2016-2; 309363 / 2019-5), à Fundação de Pesquisa de Minas Gerais - FAPEMIG (PPM-00049-18) e à Coordenação para o Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, financiamento 001, Brasil. Agradecimentos



complementares à equipe editorial e avaliadores anônimos pelas suas valiosas contribuições que repercutiram positivamente no presente artigo.

## Referências

ACCO, Marco. No limiar do novo: desafios para o financiamento da Economia Criativa no Brasil. In: LEITÃO, Cláudia; MACHADO, Ana F. (orgs.) **Por um Brasil Criativo: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira**. Belo Horizonte: Código Editora; BDMG Cultural, 2016. p. 149-214.

ASHTON, Mary S. G. (org.). **Cidades criativas: vocação e desenvolvimento**. Nova Hamburgo: Feevale, 2018.

BAKIR, Caner; JARVIS, Darryl SL. Contextualising the context in policy entrepreneurship and institutional change. **Policy and Society**, v. 36, n. 4, p. 465-478, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1080/14494035.2017.1393589>

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 5 ed. rev. e atual. Lisboa: Edições 70, 2015.

BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR, Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles.; CUNHA, Miguel P. (orgs.). **Indústrias Criativas no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

BOAVA, Diego L. T.; MACEDO, Fernanda M. F. Empreendedorismo explicitado à maneira dos filósofos. ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA, V, 2011, **Anais...** Porto Alegre, RS, Brasil, 2011.

BRASIL. **Decreto n. 99.570, de 9 de outubro de 1990**. Desvincula da Administração Pública Federal o Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa (Cebrae), transformando-o em serviço social autônomo. *Diário Oficial da União*, Presidência da República Brasília, Casa Civil, Brasília, DF, 10 de out. 1990. Seção 1, p. 19157. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/d99570.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d99570.htm). Acesso em: 11 fev. 2021.

BRASIL. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 – 2014**. 2.ed. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. Disponível em: <https://shorturl.at/ackU6>. Acesso em: 19 dez. 2020.

BRASIL. **Secretaria de Economia Criativa – SEC: Relatório de Gestão – 2011/2012, janeiro a agosto de 2013**. Brasília: Ministério da Cultura, 2013. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/Catialu/relatorio-gesto-da-secretaria-de-economia-criativa>. Acesso em: 11 dez. de 2020.

BRASIL. **Plano Nacional de Cultura**. 2020. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/>. Acesso em: 20 dez. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Economia Criativa**. Disponível em: <http://cultura.gov.br/economia-criativa/>. Acesso em: 19 fev. 2021.

CENTRE NATIONAL DE RESSOURCES TEXTUELLES ET LEXICALES (CNRTL). *Entrepreneur*. Nancy: ATILF/CNRS, Nancy Université, 2021. Disponível em: <http://www.cnrtl.fr/etymologie/entrepreneur>. Acesso em: 17 jan. 2021.

DIEFENBACH, Fabian E. **Entrepreneurship in the public sector: when middle managers create public value**. Wiesbaden: Gabler Research, 2011.

EMMENDOERFER, Magnus L., FIORAVANTE, Alexandre S. A., ARAÚJO, Joaquim F. F. E. Federal government actions for the creative territories development in Brazilian context. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 14, n.1, p.400-424, 2018. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.4519239>

EMMENDOERFER, Magnus L. **Inovação e empreendedorismo no setor público**. Brasília: ENAP, 2019. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.4236805>

FERNANDES, Rene J. Rodrigues. **Análise crítica do discurso de apoio às MPMES e de fomento ao empreendedorismo no Brasil pós-redemocratização**. 2019. 149 f. Tese (Doutorado em Administração Pública e Governo), Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2019.

FLORIDA, Richard. The creative class and economic development. **Economic development quarterly**, v. 28, n. 3, p. 196-205, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1177%2F0891242414541693>

FREY, Klaus. Políticas Públicas: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil. **Planejamento e Políticas Públicas**. n. 21, p. 211-259, jun. 2000.

FURTADO, Celso. **Créativité et dépendance**. Paris: Presses Universitaires de France, 1981.

GARCIA, Marcelo de Oliveira; RODRIGUES, Pedro E. L.; EMMENDOERFER, Magnus L.; GAVA, Rodrigo; SILVEIRA, Suely D. F. R. Usos da pesquisa documental em estudos sobre Administração Pública no Brasil. **Teoria e Prática em Administração (TPA)**, v. 6, n. 1, p. 41-68, 2016.

HAUSMANN, Andrea; HEINZE, Anne. Entrepreneurship in the cultural and creative industries: Insights from an emergent field. **Artivate**, v. 5, n. 2, p. 7-22, 2016. DOI: <https://www.jstor.org/stable/10.34053/artivate.5.2.0007>

HJORTH, Daniel; STEYAERT, Chris. Entrepreneurship beyond (a new) economy: creative swarms and pathological zones. In: STEYAERT, C.; HJORTH, D. (eds.). **New movements in entrepreneurship**. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2003, p. 283–303.

HOOD, Christopher. **The Tools of Government (Public Policy and Politics)**. London: Palgrave Macmillan, 2003.

HOWLETT, Michael. Policy instruments, policy styles and policy implementation. **Policy Studies Journal**, v. 19, n. 2, p. 1-21, 1991.

KEMENY, Thomas; NATHAN, Max; O'BRIEN, Dave. Creative differences? Measuring creative economy employment in the United States and the UK. **Regional Studies**, v. 54, n. 3, p. 377-387, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/00343404.2019.1625484>

LUMPKIN, G. Tom; DESS, Gregory G. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. **Academy of Management Review**, v. 21, n. 1, p. 135-172, 1996. DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>

LUNDSTRÖM, Anders; STEVENSON, Lois A. **Entrepreneurship Policy: Theory and Practice**. New York: Springer, 2005.

MARCHI, Leonardo. Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil, **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 37, n. 1, p. 193-215, 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1809-58442014000100010>

MAZZUCATO, Mariana. The entrepreneurial state: socializing both risks and rewards. **Real-World Economics Review**, v. 84, 2018.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. In. NUSSBAUMER, G. M. (org.). **Teorias & políticas da cultura**. Salvador: EDUFBA, 2007, p. 95-113.

MORAIS, Mateus C. A.; VALADARES, Josiel L.; Emmendoerfer, Magnus L.; TONELLI, Dany Flávio. Polissemias do empreendedorismo no setor público. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 4, n.1, p. 26-53, 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v4i1.200>

MONTIEL MENDEZ, Oscar Javier; CLARK, Mark; CALDERON MARTINEZ, María Guadalupe. The Dark Side of Entrepreneurship: An Exploratory Conceptual Approach. **Economía: teoría y práctica**, n. 53, p. 71-96, 2020. DOI: <https://doi.org/10.24275/etypuam/ne/532020/montiel>

MULCAHY, Kevin V. Cultural policy: Definitions and theoretical approaches. **Journal of Arts Management, Law, and Society**, v. 35, n. 4, p. 319-330, 2006. DOI: <https://doi.org/10.3200/JAML.35.4.319-330>

OECD - ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. **SME and Entrepreneurship Outlook 2019**. Paris: OECD Publishing, 2019.

ROUND, Heather; STYHRE, Alexander. Reality bites: Managing identity ambiguity in an advertising agency. **Creativity and Innovation Management**, v. 26, n. 2, p. 202-213, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1111/caim.12203>

RUA, Maria das Graças. **Análise de políticas públicas: conceitos básicos**. Brasília: ENAP, 1997.

SARFATI, Gilberto. Estágios de Desenvolvimento Econômico e Políticas Públicas de Empreendedorismo e de Micro, Médias e Pequenas Empresas (MPMEs) em Perspectiva Comparada: Os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. **Revista de Administração Pública**, v. 47, p. 25-48, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0034-76122013000100002>

SALAMON, Lester M. Rethinking public management: third party government and the changing forms of government action. **Public Policy**, v. 29, n. 3, p. 255-75, 1981.

SCHUMPETER, Joseph. A. **History of Economic Analysis**. Nova York: Oxford University Press, 1954.

SHANE, Scott. Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. **Small Business Economics**, v. 33, n. 2, p. 141-149, 2009.

SILVA, Jorge Leal; EMMENDOERFER, Magnus Luiz; CUNHA, Nina Rosa da Silveira. Análise Documental Ilustrada em Administração Pública: uma Proposta Operacional (Re) Aplicável. **Teoria e Prática em Administração (TPA)**, v. 10, n. 2, p. 23–41, 2020.

SMOLKA, Ana Luiza B. O (im)próprio e o (im)pertinente na apropriação das práticas sociais. **Cadernos CEDES**, v.20, n.50, p.26-40. 2000. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0101-32622000000100003>.

UNCTAD - UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. **Creative Economy**, 2021. Disponível em: <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>. Acesso em: 15 fev.2021.

VITÓRIA, José R.; MORAIS, Mateus C. A.; EMMENDOERFER, Magnus L.; SILVEIRA CUNHA, Nina R. da. Análise comparativa do engajamento de universidades públicas em Sistemas Municipais de Cultura. **Resgate: Revista Interdisciplinar de Cultura**, v. 28, p. 1-30, 2020. DOI: [www.doi.org/10.20396/resgate.v28i0.8658469](http://www.doi.org/10.20396/resgate.v28i0.8658469)

WERTHES, Daniela; MAUER, Rene; BRETTEL, Malte. Cultural and creative entrepreneurs: understanding the role of entrepreneurial identity. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJEBr-07-2016-0215>