

Número Temático da Revista TPA – Teoria e Prática em Administração
<http://periodicos.ufpb.br/index.php/tpa/index>

Festa, Cultura e Empreendedorismo Cultural

Editores do número temático:

Eduardo Davel (EA/UFBA) e Fernando Gomes de Paiva Jr. (PROPAD/UFPE)

Prazo para envio de artigos: 10/10/2018

As festas constituem traço marcante da cultura brasileira, mas ainda têm recebido pouca atenção por estudiosos de diversos campos de discussão alusivos a esse conhecimento. As festas também representam a essência da economia cultural e constituem exemplos típicos das áreas de organização e empreendedorismo que tratam de temáticas associadas a artes, empreendimentos culturais e diversão. Isso contempla a combinação de múltiplos interesses formativos e informativos atrelados à gestão em meio às humanidades. No entanto, nosso conhecimento ainda é limitado com respeito a reflexões referentes a conteúdos disciplinares circunscritos aos múltiplos saberes subjacentes ao empreendedorismo cultural que se encontra por traz das festas.

É com enorme satisfação que este número temático convida a comunidade a prover contribuições teóricas e teórico-empíricas que tragam discussões inovadoras relativas às festas com enfoque no empreendedorismo voltado para a cultura. As abordagens referentes a empreendedorismo e festas podem ser diversificadas e plurais, mas devem contemplar plenamente o debate cultural.

Os trabalhos enviados poderão ser inovadores em seus temas e norteados por um ou alguns dos seguintes subtemas:

- Empreendedorismo cultural como empreendedorismo festivo
- Contradições e paradoxos do empreendedorismo cultural de festas
- Empreendedorismo de festas populares
- Cultura da festa como cultura empreendedora
- Festas e empreendedorismo cultural como emancipação
- Festas e empreendedorismo cultural como aprendizagem social
- Desafios metodológicos no estudo do empreendedorismo de festas culturais

- Empreendedorismo de festas culturais, economia cultural e gestão criativa

Referências

Amaral, R. d. C. d. M. P. (1998). *Festa à brasileira: significados do festejar, no país que 'não é sério'*. Departamento de Antropologia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Bureau, S., & Zander, I. (2014). Entrepreneurship as an art of subversion. *Scandinavian Journal of Management*, 30, 124-133.

Davel, E., & Corá, M. A. J. (2016). Empreendedorismo cultural: cultura como recurso retórico, processo de criação e de consumo simbólico. *Políticas Culturais em Revista*, 9(1), 363-397.

Duvignaud, J. (1983). *Festas e civilizações*. Fortaleza, Rio de Janeiro: EdUFCE, Tempo Brasileiro.

Farias, E. (2011). *Ócio e negócio: festas populares e entretenimento-turismo no Brasil*. Curitiba: Appris.

Henry, C., & Bruin, A. d. (Eds.). (2011). *Entrepreneurship and the creative economy: process, practice and policy*. Cheltenham: Edward Elgar.

Hjorth, D. (2013). Public entrepreneurship: desiring social change, creating sociality. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(1-2), 34-51.

Lindgren, M., & Packendorff, J. (2003). A project-based view of entrepreneurship: towards action-orientation, seriality and collectivity. In C. Steyaert & D. Hjorth (Eds.), *New movements in entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar.

Miguez, P. (2012). A festa: inflexões e desafios contemporâneos. In L. Rubim & N. Miranda (Eds.), *Estudos da festa*. Salvador: EDUFBA.

Moraes Filho, M. (1979). *Festas e tradições populares no Brasil*. Belo Horizonte, São Paulo: Itatiaia, EDUSP.

Rindova, V., Barry, D., & Ketchen, J. D. J. (2009). Entrepreneurship as emancipation. *Academy of Management Review*, 34(3), 477-491.