



NPGA
Núcleo de Pós-Graduação
em Administração

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – NPGA
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO – MAA

JOYCE NERI DOS REIS NEVES

EMPREENDEDORISMO CULTURAL E TERRITORIAL:
O CASO DO ILÊ AIYÊ NA BAHIA

Salvador
2021

JOYCE NERI DOS REIS NEVES

**EMPREENDEDORISMO CULTURAL E TERRITORIAL:
O CASO DO ILÊ AIYÊ NA BAHIA**

Dissertação apresentada ao Núcleo de Pós-Graduação em Administração da Escola de administração da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Administração.

Orientação: Prof. Dr. Eduardo Paes Barreto Davel.

Salvador
2021

Escola de Administração - UFBA

N511 Neves, Joyce Neri dos Reis.

Empreendedorismo cultural e territorial: o caso do Ilê Aiyê na Bahia / Joyce Neri dos Reis Neves. – 2020.

149 f. : il.

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Paes Barreto.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Escola de Administração, Salvador, 2020.

1. Associação Cultural Bloco Carnavalesco Ilê Aiyê – Pesquisa.
2. Empreendedorismo. 3. Criatividade nos negócios. 4. Cultura afro – brasileira. 5. Administração local – Aspectos políticos – Aspectos sociais. 6. Identidade social. 7. Política cultural. I. Universidade Federal da Bahia. Escola de Administração. II. Título.

CDD – 658.421

JOYCE NERI DOS REIS NEVES

**EMPREENDEDORISMO CULTURAL E TERRITORIAL:
O CASO DO ILÊ AIYÊ NA BAHIA**

Dissertação apresentada ao Núcleo de Pós-Graduação em Administração da Escola de administração da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Administração.

Aprovado em: 20 de janeiro de 2021

Prof. Ph. D. Eduardo Paes Barreto Davel (Orientador) _____
Doutor em Administração pela École des Hautes Études Commerciales (Canadá)
Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Prf^a. Dr^a. Ariádne Scalfoni Rigo _____
Doutora em Administração pela Universidade Federal da Bahia (UFBA)
Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Prof. Dr. Fernando Gomes de Paiva Junior _____
Doutor em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Prf^a. Dr^a. Maria Amélia Jundurian Corá _____
Doutora em Administração pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP)
Universidade Federal de Alagoas (UFAL)

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer à minha família por todo o apoio antes e durante esta jornada. Aos meus pais, por serem meus maiores pilares, por me amarem e acreditarem em mim incondicionalmente; à minha irmã, por todo o suporte desde sempre e por sempre me confortar; a meu cunhado, por sempre me lembrar que as artes e cultura são uma parte importante de mim; à minha cachorrinha Emi, que também esteve presente em todos os momentos bons e ruins, me fazendo companhia. Muito obrigada por estarem presentes e apoiando-me nos momentos em que eu achei que não conseguiria, por me aguentarem todas as vezes em que eu pensei em desistir! Obrigada por acreditarem em mim e por me mostrarem que eu nunca estou sozinha.

A Eduardo Davel, meu orientador, obrigada pela paciência, amizade e sabedoria que você me transmitiu com tanta boa vontade. Agradeço especialmente pelo cuidado que sempre teve comigo, da graduação até agora, e por servir de inspiração para que eu siga na vida acadêmica.

Ao Coletivo Cultural, muito obrigada pela amizade e por todos os feedbacks. Fazer parte deste grupo é um prazer e uma oportunidade única!

A todos os meus amigos, obrigada pelo companheirismo e por sempre me incentivarem a seguir em frente e não me abalar com as dificuldades que surgem pelos caminhos da vida. Um agradecimento especial ao meu grande amigo Lucas, que mesmo morando do outro lado do mundo sempre me apoia e lembra-me que eu sou mais capaz do que imagino.

Ao bloco afro Ilê Aiyê, meu muito obrigada por me permitirem estudar uma organização tão rica e tão relevante para o cenário cultural do país. Obrigada também pelo trabalho que fazem pela comunidade negra, da qual faço parte.

Aos amigos que fiz no NPGA, agradeço pelo companheirismo que fez toda a diferença nesta caminhada. Tive muita sorte de encontrar uma turma tão legal, de pessoas incríveis!

Enfim, obrigada a todos aqueles que fizeram parte desta história, direta ou indiretamente.

NEVES, Joyce Neri dos Reis. **Empreendedorismo Cultural e Territorial: O caso do Ilê Aiyê na Bahia**. 150 p. 2021. Dissertação (mestrado) – Núcleo de Pós-Graduação em Administração, NPGA/EAUFBA, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020.

RESUMO

O objetivo desta pesquisa é entender e discutir como a territorialidade afeta o empreendedorismo cultural por meio de uma perspectiva que contemple suas singularidades. Fundamentando-nos em estudos relevantes para o campo do empreendedorismo, cultura, territorialidade, identidade e experiência, foi estudado como a territorialidade afeta o empreendedorismo cultural, a partir de uma perspectiva inovadora. A pesquisa aborda a experiência do Bloco afro Ilê Aiyê, instituição sem fins lucrativos e de utilidade pública, localizada em Salvador, Bahia. Nossa abordagem é qualitativa, com base em uma etnografia audiovisual. A pesquisa foi dividida em três fases: contextualização, concepção global e concepção focada. As técnicas de coleta de dados utilizados foram a pesquisa documental (documentos contextuais e documentos audiovisuais), a observação (observação pela caminhada e observação pelo audiovisual) e entrevistas semiestruturadas. A pesquisa foi organizada em artigos, cada um contemplando um de seus objetivos específicos. O artigo A, de ordem teórica, teve como objetivo elaborar e discutir perspectivas e desafios para uma concepção territorial do empreendedorismo cultural. O artigo B, de ordem teórica-empírica, teve como objetivo identificar, descrever, categorizar e discutir a influência da identidade e experiência territorial na dinâmica do empreendedorismo cultural. O artigo C, um caso para ensino, teve como objetivo proporcionar um aprendizado voltado para a compreensão da importância da relação entre empreendedorismo e território; conhecimento e discussão da experiência identitária como perspectiva territorial significativa para pensar o empreendedorismo; e identificação de como a territorialidade pode ser um conceito promissor no desenvolvimento do empreendedorismo no campo das artes e da cultura. Os resultados desta pesquisa contribuem com avanços nas discussões sobre empreendedorismo, cultura e territorialidade ao propor e aplicar uma perspectiva inovadora. A pesquisa visa auxiliar pesquisadores, professores, estudantes, empreendedores e formuladores de políticas públicas em suas atividades.

Palavras-chave: Empreendedorismo, empreendedorismo cultural, territorialidade, identidade, experiência.

NEVES, Joyce Neri dos Reis. **Cultural and Territorial Entrepreneurship: The Ilê Aiyê case in Bahia**. 150 pp. 2021. Master's Dissertation – Núcleo de Pós-Graduação em Administração, NPGA/EAUFBA, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020.

ABSTRACT

This research aims to understand and discuss how territoriality affects cultural entrepreneurship through a perspective that contemplates its singularities. Based on research pieces which are relevant to the fields of entrepreneurship, culture, territoriality, identity and experience, we studied, from an innovative perspective, how territoriality affects cultural entrepreneurship. The research addresses the case of the Afro block Ilê Aiyê, a non-profit and public utility institution located in Salvador, Bahia. This is a qualitative research, based on an audiovisual ethnography. The study was divided into three phases: contextualization, global conception and focused conception. The data collection techniques used were documentary research (contextual documents and audiovisual documents), observation (observation by walking and observation by audiovisual) and semi-structured interviews. The research was organized by articles, each contemplating one of the specific objectives. The theoretical article A aimed to elaborate and discuss perspectives and challenges for a territorial conception of cultural entrepreneurship. The article B, of a theoretical-empirical order, aimed to identify, describe, categorize and discuss the influence of territorial identity and experience in the dynamics of cultural entrepreneurship. The article C aimed to provide a learning process focused on: understanding the importance of the relationship between entrepreneurship and territory; knowledge and discussion of identity experience as a significant territorial perspective for thinking about entrepreneurship; and identification of how territoriality can be a promising concept in the development of entrepreneurship in the field of arts and culture. The results of this research contribute to advances in discussions on entrepreneurship, culture and territoriality by proposing and applying an innovative perspective. The research aims to assist researchers, teachers, students, entrepreneurs and public policy makers in their activities.

Keywords: Entrepreneurship, cultural entrepreneurship, territoriality, identity, experience.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logo oficial do Ilê Aiyê.....	22
Figura 2 - Senzala do Barro Preto.....	24
Figura 3 - Dete Lima e ajudante arrumando candidata à Deusa do Ébano.....	28
Figura 4 - Estampa produzida para o carnaval de 1987.....	29
Figura 5 - Super modelo Naomi Campbell sendo arrumada por Dete Lima.....	29
Figura 6 - Primeira Deusa do Ébano junto a Deusa do Ébano de 2018.....	31
Figura 7 - Candidata à Deusa do Ébano 2020.....	32
Figura 8 - Candidatas à Deusa do Ébano 2020.....	33
Figura 9 - Escola Mãe Hilda funcionando no terreiro Ilê Axé Jitolú.....	35
Figura 10 - Capa do volume 12 dos Cadernos de Educação.....	36
Figura 11 - Bairro da Liberdade de visto de cima.....	77
Figura 12 - Aula de percussão.....	82
Figura 13 - Estampa do carnaval de 2012.....	83
Figura 14 - Integrantes do Ilê Aiyê trajando uma das primeiras indumentárias criadas.....	84
Figura 15 - Primeira Deusa do Ébano.....	86
Figura 16 - Dete Lima e ajudantes arrumando candidatas.....	87
Figura 17 - Escola Mãe Hilda quando funcionava no terreiro.....	88
Figura 18 - Referência analítica da perspectiva territorial da experiência identitária do empreendedorismo cultural.....	90
Figura 19 - Logo oficial do Ilê Aiyê.....	110
Figura 20 - Matéria do Jornal A Tarde criticando a primeira saída do Ilê no Carnaval Jornal A Tarde.....	111
Figura 21 - Senzala do Barro Preto.....	112
Figura 22 - Band' Aiyê.....	113
Figura 23 - Dete Lima e ajudante arrumando candidata à Deusa do Ébano.....	116
Figura 24- Estampa do Ilê Aiyê.....	116
Figura 25 - Candidata à Deusa do Ébano 2020.....	118
Figura 26 - Candidatas à Deusa do Ébano 2020.....	119
Figura 27 - Escola Mãe Hilda funcionando no terreiro Ilê Axé Jitolú.....	121
Figura 28 - Capa do volume 12 dos Cadernos de Educação.....	121
Figura 29 - Referência analítica da perspectiva territorial da.....	136

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Temas dos carnavais do Ilê Aiyê.....	25
Quadro 2 - Deusas do Ébano.....	34
Quadro 3 - Conteúdo programático da Escola Mãe Hilda.....	36
Quadro 4 - Desenho metodológico.....	39
Quadro 5 - Relação dos documentos contextuais utilizados sobre o Ilê Aiyê.....	40
Quadro 6 - Relação dos documentos audiovisuais utilizados sobre o Ilê Aiyê.....	41
Quadro 7 - Caracterização das entrevistas iniciais.....	45
Quadro 8 - Roteiro de entrevista para gestores.....	46
Quadro 9 - Roteiro de entrevista para membros.....	46
Quadro 10 - Territorialidade nas Pesquisas sobre Empreendedorismo.....	52
Quadro 11 - Temas dos carnavais do Ilê Aiyê.....	114
Quadro 12 - Deusas do Ébano.....	119
Quadro 13 - Impactos do empreendedorismo no campo da arte e da cultura.....	130

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO 1 – FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA	20
1.1 Pesquisa Qualitativa: Etnografia audiovisual.....	20
1.2 Campo Empírico: O Empreendedorismo Cultural Territorial do Ilê Aiyê.....	21
1.2.1 Estrutura.....	23
1.2.2 Inovações Culturais.....	24
1.2.2.1 Samba Afro da Band’Aiyê.....	24
1.2.2.2 As indumentárias do Ilê Aiyê.....	26
1.2.2.3 Noite da Beleza Negra.....	30
1.2.2.4 Escola Mãe Hilda.....	34
1.3 Desenho Metodológico da Pesquisa.....	38
1.4 Técnicas de Coletas de Dados.....	39
1.4.1 Documentos contextuais.....	39
1.4.2 Documentos audiovisuais.....	40
1.4.3 Observação pela caminhada.....	42
1.4.4 Observação pelo audiovisual.....	43
1.4.5 Entrevistas semiestruturadas.....	44
1.4.6 Análise do Material Empírico.....	47
1.4.6.1 Narrativas sobre Inovações Culturais.....	47
1.4.6.2 Narrativas sobre a Organização e seu Território.....	47
1.4.6.3 Narrativas de Experiências Territoriais e Organizacionais.....	48
CAPÍTULO 2 – A TERRITORIALIDADE DO EMPREENDEDORISMO: PERSPECTIVAS E DESAFIOS PARA O EMPREENDEDORISMO CULTURAL (ARTIGO A)	49
Introdução.....	50
2.1 Empreendedorismo Cultural e Territorialidade: Relações Necessárias.....	52
2.1.1 Territorialidade nas Pesquisas sobre Empreendedorismo.....	52
2.2 Territorialidade e Empreendedorismo Cultural: Carências e Necessidades.....	56
2.3 Perspectivas Territoriais para Avançar a Pesquisa sobre Empreendedorismo.....	57
2.3.1 A Perspectiva da Territorialidade como Identidade.....	57
2.3.2 A Perspectiva da Territorialidade como Experiência.....	59

2.4 A Perspectiva da Territorialidade como Experiência Identitária: Prospecções e Desafios para a Pesquisa em Empreendedorismo.....	61
2.5 Territorialização do Empreendedorismo Cultural: Discussões e Implicações.....	63
Conclusões.....	65
Referência.....	66
CAPÍTULO 3 – A TERRITORIALIDADE DO EMPREENDEDORISMO CULTURAL: A EXPERIÊNCIA IDENTITÁRIA NO BLOCO CULTURAL ILÊ AIYÊ (ARTIGO B).....	69
Introdução.....	70
3.1 Territorialidade do empreendedorismo cultural: experiência identitária.....	73
3.2 O Empreendedorismo cultural e territorial do Ilê Aiyê em Salvador, Bahia.....	76
3.2.1 O território do Ilê Aiyê.....	76
3.2.2 Metodologia de Pesquisa.....	78
3.2.3 Experiência identitária da inovação musical: o Samba Afro da Band' Aiyê.....	80
3.2.4 Experiência identitária da inovação estética: a Indumentária do Ilê.....	82
3.2.5 Experiência identitária da inovação festiva: a Noite da Beleza Negra.....	85
3.2.6 Experiência identitária da inovação educacional: a Escola Mãe Hilda.....	88
3.3 Empreendedorismo cultural: o território como experiência identitária inovadora.....	89
3.4 Discussão e conclusões.....	91
Referências.....	93
CAPÍTULO 4 – O EMPREENDEDORISMO DO ILÊ AIYÊ: CULTURA, IDENTIDADE E TERRITORIALIDADE (ARTIGO C).....	99
4.1 Caso para ensino.....	100
4.1.1 De onde viemos.....	100
4.1.2 O ritmo que nos guia.....	103
4.1.3 A cultura que nos veste.....	105
4.1.4 O que nos tornamos.....	106
4.2 Informações complementares.....	109
4.2.1 Estrutura.....	112
4.2.2 Principais inovações culturais.....	112
4.2.3 Samba Afro da Band' Aiyê.....	113
4.2.4 A indumentária do Ilê Aiyê.....	115
4.2.5 Noite da Beleza Negra.....	117

4.2.6 Escola Mãe Hilda.....	120
4.3 Notas de ensino.....	122
4.3.1 Sinopse.....	122
4.3.2 Objetivos Educaionais.....	122
4.3.3 Fonte de Informações.....	123
4.3.4 Uso Pedagógico.....	124
4.3.5 Questões para Discussão.....	125
4.4 Análise do caso e conexão com a literatura.....	125
4.4.1 Questão #1.....	125
4.4.2 Questão #2.....	128
4.4.3 Questão #3.....	130
Referências.....	133
CAPITULO 5 – DISCUSSÕES E IMPLICAÇÕES.....	135
5.1 Contribuição para o Campo de Estudos Sobre Empreendedorismo.....	135
5.2 Contribuição Para o Campo de Estudos sobre Empreendedorismo Cultural	138
5.3 Contribuição Socioprática.....	139
5.4 Contribuição Educacional.....	141
CONCLUSÕES.....	142
REFERÊNCIAS.....	144

INTRODUÇÃO

Empreendedorismo cultural é um conceito que se refere à criação e implementação de ideias por indivíduos engajados em atividades artísticas e que aplicam, compartilham e distribuem trabalho criativo (ELIAS et al., 2018). Na linha de pesquisa mais usual do empreendedorismo cultural a cultura é vista como um recurso retórico, utilizado pelo empreendedor para mobilizar seu discurso e, assim, conquistar parceiros de negócios (DAVEL; CORA, 2016). Embora as discussões sobre empreendedorismo não sejam recentes, ao discutirmos a relação do empreendedorismo com a cultura as produções ainda se apresentam de forma escassa, dispersa e pouco integrada (DAVEL; CORA, 2016).

O conceito de empreendedorismo cultural emergiu como um campo de estudo acadêmico fértil apenas nas últimas décadas (MARINS; DAVEL, 2020; HIRSCH, 1972, LAWRENCE; PHILIPS, 2002). Em grande parte, os estudos sobre empreendedorismo ainda abordam o tema a partir de uma perspectiva economicista, sendo compreendido como uma atividade voltada para a geração de riquezas (DAVEL; CORA, 2016). Apesar disso, estudos mais recentes já ressaltam a importância das atividades culturais, sociais e artísticas para o campo do empreendedorismo. A relação entre empreendedorismo, cultura e arte torna-se estratégica a partir do momento em que a cultura passa a ocupar um lugar vital no desenvolvimento das sociedades e da economia contemporânea (MARINS; DAVEL, 2020; GEHMAN; SOUBLIÈRE, 2017; HAUSMANN; HEINZE, 2016). As artes e a cultura podem ser consideradas instrumentos capazes de auxiliar no fomento à sustentabilidade das organizações culturais e artísticas, como fonte de independência para os indivíduos envolvidos com a economia criativa, além de serem componentes chave para o desenvolvimento de cidades criativas (KUHLEKE et al., 2016).

O empreendedorismo cultural apresenta uma série de singularidades em relação à obra e ao processo do empreendedorismo tradicional. A primeira singularidade diz respeito ao valor subjetivo da obra empreendedora, uma vez que os produtos ou serviços culturais possuem um alto valor simbólico que os diferencia do valor dos bens tradicionais (MARINS; DAVEL, 2020; BANKS et al., 2000; ELIAS et al., 2018; KLAMER, 2011; TOGHRAEE; MONJEZI, 2017).

O fato de bens culturais serem, na maioria das vezes, diferenciado simbolicamente e conceitualmente, mais do que materialmente, mostra que o consumo de novas categorias de bens culturais é o resultado de um ciclo virtuoso, que traz e reforça uma mudança nas normas culturais, mudando a forma como as pessoas pensam sobre o que é de fato valioso (KHAIRE,

2017). Entretanto, nem toda mudança cultural decorrente da introdução de novos bens culturais serão vistas como boas, podendo enfrentar grande resistência para conseguir se estabelecer.

A segunda singularidade refere-se ao consumo simbólico da obra empreendedora, já que o consumo de bens culturais e artísticos constitui um processo experiencial e de apreciação (MARINS; DAVEL, 2020; LAWRENCE; PHILIPS, 2002). A terceira singularidade é a inovação subjetiva da obra empreendedora (MARINS; DAVEL, 2020; SCHERDIN; ZANDER, 2011); neste contexto, a inovação e a criatividade no campo do empreendedorismo cultural são particulares e revolucionárias.

Atividades culturais, com base em oportunidades ideológicas oferecem um campo fértil para o mercado da inovação (HOLT; CAMERON, 2010). Ao contrário das inovações tecnológicas, inovações ligadas a produtos culturais e artísticos envolvem possibilidades emocionais, conceituais ou estéticas, abertas por meio do envolvimento com novas criações e indivíduos (ISLAM et al., 2016). Inovações culturais e criativas geram produtos funcionais que, embora tenham funcionalidade, não possuem função apenas instrumental. Tais produtos possuem também funções expressivas e comunicativas do enquadramento cultural (ISLAM et al., 2016). Embora a inovação cultural possa ajudar uma organização a construir uma posição de mercado altamente diferenciada, ou abrir novos mercados através da redefinição radical de seus produtos, o valor de tal redefinição dependeria de seu ajuste ou desajuste com os significados socioculturais do seu ambiente de atuação (RAVASI et al., 2012).

A quarta singularidade diz respeito à lógica artística do processo empreendedor; aqui as lógicas institucionais que governam o empreendedorismo dentro das economias criativas são bastante distintas, assentando-se nas características e identidades do trabalho artístico (MARINS; DAVEL, 2020).

A quinta singularidade refere-se à lógica cultural do processo empreendedor, uma vez que o valor cultural é mais abrangente que o valor artístico, colocando a cultura como criação, expressão e troca (MARINS; DAVEL, 2020; MARRIOTT; MILLER, 2012). A sexta singularidade trata da lógica paradoxal do processo empreendedor, já que aqui os paradoxos e tensões existentes no empreendedorismo das artes e cultura, embora frequentemente citados, não são aprofundados (MARINS; DAVEL, 2020; BANKS et al., 2000; FORMICA, 2020; SCHERDIN; ZANDER, 2011, TOGHRAEE; MONJEZI, 2017). A sétima, e última singularidade, é a exposição exacerbada ao risco. (MARINS; DAVEL, 2020; LINGO; TEPPER, 2013; LAWRENCE; PHILIPS, 2002; TOHGRAEE; MONJEZI, 2017). São características do risco exacerbado:

(a) as criações expressas como experiências que não podem ser testadas (b) sucesso imprevisível do produto ou da experiência, em relação à inovação e imaginação, já que a obra é imaginada e assim perseguida sem certeza de sucesso (c) competição no trabalho artístico (d) assimetria da informação (ou incapacidade em fornecer segurança adequada para investidores), (e) não confiabilidade (magia/mistério, imagem de juventude de setores com compreensão de incapacidade de gestão, ruídos no diálogo pela linguagem diferenciada entre arte e mercado) (MARINS; DAVEL, 2020, p. 17).

A cultura ocupa papel de destaque na sociedade contemporânea, uma vez que a mesma é uma invenção humana, capaz de produzir grupos (HARTLEY et al., 2015). Dentro desse contexto, o que une esses grupos é o compartilhamento de conhecimento cultural, gerando inovações. A cultura é o mecanismo pelo qual se produz inovação em condições de incerteza, devendo ser compreendida como o motor da economia (HARTLEY et al., 2015). Muitas empresas artísticas e culturais podem ser vistas como parte do panorama de empreendimentos sociais, onde a estratégia tem foco não só nos negócios, mas também metas sociais ou culturais (KUHLKE et al., 2016). A combinação do propósito cultural e vitalidade econômica dá ao empreendedor das artes uma poderosa plataforma através da qual pode obter acesso à agenda política no nível local e além.

O empreendedorismo cultural e artístico apresenta grande potencial, pois enfrenta mudanças em maior velocidade do que outras áreas (MARINS; DAVEL, 2020). Através do empreendedorismo cultural os atores sociais conseguem atingir grande autonomia ao desenvolver sua capacidade de adaptação e sustentabilidade, produzindo com seu trabalho não só valor econômico, como cultural, social e comunitário (KUHLKE et al., 2015). Embora as artes e a cultura se preocupem primariamente com a criação de novos produtos, linha de distribuição e mercados, é fundamental a compreensão do contexto local onde o empreendimento se localiza (KUHLKE et al., 2016). Para que seja viável o empreendedorismo cultural requer a interação das experiências vividas e crenças pessoais com um ambiente (ELIAS et al., 2018), apesar disso, este ambiente ainda não é abordado nos estudos existentes

Os estudos sobre empreendedorismo têm se conectado com territórios como bairros, cidades e países, buscando compreender como eles se desenvolvem e se tornam locais de crescimento econômico e industrial, centros de inovação e criatividade, arena para profissionais criativos e para minorias (STEYAERT, 2004). Para os empreendedores culturais é importante compreender o contexto com o qual vão trabalhar, buscando conhecer o quadro político e econômico das cidades e regiões, problemas locais, além do perfil de consumidores e trabalhadores. O contexto local é um composto das particularidades da comunidade local e do

território, sendo necessário que o empreendedor cultural se familiarize com este contexto (KUHLMKE et al., 2016).

Através de uma análise sistemática de produções acadêmicas sobre empreendedorismo, constatamos que várias pesquisas abordam a territorialidade a partir de distintas categorias territoriais em relação a tipos específicos de empreendedorismo. Por exemplo: o empreendedorismo nativo (AWATERE et al., 2017; PEARSON; HELMS, 2013; KOKKRANIKAL; MORRISON, 2002; APRIL, 2008), o empreendedorismo comunitário (LONDON; MORFOPOULOS, 2009; PEREDO; CHRISMAN, 2006; IMAS et al., 2012; QUEIROZ et al., 2014; LOBO et al., 2016; BARRAGAN; AYAVIRI, 2017; WANG; MORRELL, 2015), o empreendedorismo urbano (MUÑOZ; COHEN, 2015; MUÑOZ; COHEN, 2016; COHEN et al., 2016; CARVALHO et al., 2017; CALVET-MIR; MARCH, 2019), o empreendedorismo rural (GORBUNTSOVA et al., 2018), o empreendedorismo étnico (CHOI, 2013; HEBERER, 2007) e o empreendedorismo geográfico (STEYAERT; KATZ, 2004; SCHIRAY et al., 2017).

No entanto, podemos observar a convergência para preocupações territoriais voltadas para questões econômicas, sociais e ambientais da territorialidade (AWATERE et al., 2017; PEARSON; HELMS, 2013; KOKKRANIKAL; MORRISON, 2002; APRIL, 2008; LONDON; MORFOPOULOS, 2009; PEREDO; CHRISMAN, 2006; IMAS et al., 2012; QUEIROZ et al., 2014; LOBO et al., 2016; BARRAGAN; AYAVIRI, 2017; WANG; MORRELL, 2015; MUÑOZ; COHEN, 2015; MUÑOZ; COHEN, 2016; COHEN et al., 2016; CARVALHO et al., 2017; CALVET-MIR; MARCH, 2019; GORBUNTSOVA et al., 2018; CHOI, 2013; HEBERER, 2007; STEYAERT; KATZ, 2004; SCHIRAY et al., 2017). Estas pesquisas não são voltadas para o empreendedorismo cultural; preocupam-se com abordagens mais gerais do empreendedorismo ou enfoques outros que o cultural (por exemplo, o empreendedorismo social e o urbano).

No conjunto da produção acadêmica sobre empreendedorismo e territorialidade, identificamos duas grandes carências no que diz respeito às relações do empreendedorismo cultural como campo da territorialidade. A primeira carência se refere à ausência de uma análise da perspectiva territorial do empreendedorismo cultural. As relações entre os campos se mostram incipientes nos estudos encontrados, além de possuírem uma perspectiva limitada dos aspectos territoriais do empreendedorismo. A segunda carência é a ausência de uma perspectiva cultural da territorialidade que enfatize a identidade e a experiência do empreendedorismo. Para auxiliar na resolução de tais carências, se faz necessária a adoção de uma perspectiva capaz de

compreender e analisar as particularidades inerentes ao empreendedorismo cultural e suas relações com a territorialidade, bem como o papel da identidade e da experiência neste contexto.

Tal compreensão se faz necessária, pois o território possui uma dimensão simbólica e cultural graças a uma identidade que lhe é atribuída pelos atores sociais que o compõe (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009). Assim sendo, a identidade pode contribuir para o processo de desenvolvimento da autonomia de atores sociais nos mais variados níveis sociais, especialmente os mais necessitados e desamparados pelas políticas públicas do Estado. O ser humano possui papel fundamental na formação de um território, conferindo-lhe conteúdo através de suas experiências. Compreender as relações entre cultura, identidade e as experiências dos atores sociais é necessário para que se possa compreender o território como um todo, uma vez que a cultura molda a identidade ao dar sentido à experiência e às escolhas identitárias.

As economias criativa e cultural são abordadas do ponto de vista territorial, pois ocorrem em territórios como bairros, cidades e países (HARTLEY et al., 2015). O empreendedorismo cultural é fundamental para entender e dinamizar a economia criativa (KUHLKE et al., 2016). Para os empreendedores culturais, é crucial compreender o contexto com o qual vão trabalhar, buscando conhecer o quadro político e econômico das cidades e regiões, problemas locais, além do perfil de consumidores e trabalhadores (KUHLKE et al., 2016).

A presente pesquisa oferece uma nova perspectiva dentro dos estudos sobre empreendedorismo. Embora o foco seja nos aspectos culturais, os benefícios de se reconhecer a territorialidade como aspecto fundamental de um empreendimento beneficiam o campo do empreendedorismo em geral. Estudar o empreendedorismo cultural a partir da perspectiva da territorialidade é uma prática inovadora, capaz de auxiliar no avanço dos estudos sobre empreendedorismo.

A pesquisa visa auxiliar no fomento das discussões sobre as relações do empreendedorismo com a cultura e a territorialidade, propondo uma compreensão ampla e diversa da territorialidade do empreendedorismo através da inclusão das ideias sobre experiência e identidade. A partir da perspectiva da territorialidade como experiência identitária, buscamos abrir novos caminhos de pesquisa no campo do empreendedorismo.

Uma das principais limitações dos estudos que relacionam empreendedorismo com a territorialidade é a predominância de uma concepção econômica, social e ambiental da territorialidade do empreendedorismo. Através da associação da territorialidade com aspectos

identitários e experienciais, a pesquisa ajuda a minimizar as limitações encontradas nos estudos existentes e a fomentar a discussão em novos estudos sobre empreendedorismo.

A identidade possui papel fundamental nas discussões sobre territorialidade, sendo entendida como um processo relacional e histórico, efetivado cultural, econômica e politicamente. A identidade territorial pode ser concebida como uma construção social, sendo resultado das relações culturais e políticas que os grupos sociais estabelecem em um território (SANTOS; DAVEL, 2018). Território e identidade influenciam-se mutuamente, uma vez que são frutos das relações sociais, e não há relação social que aconteça desassociada da dimensão territorial (DAVEL et al., 2016). A experiência é constituída de sentimento e pensamento, sendo definida como a capacidade de aprender a partir das próprias vivências. A forma como nos movimentamos no espaço é diferenciada pela experiência.

A pesquisa se mostra relevante no âmbito socioprático, pois serve de auxílio para professores, estudantes, empreendedores e formuladores de políticas públicas. Para os professores, este trabalho tem o potencial de auxiliar na fundamentação de aulas sobre os campos do empreendedorismo, cultura, territorialidade, estudos organizacionais e economia criativa. Ao ter acesso à pesquisa, os professores têm acesso a uma nova perspectiva do empreendedorismo, capaz de melhorar a compreensão sobre os aspectos territoriais de um empreendimento. Diante disso, este estudo auxilia na capacitação de professores, impactando na formação de futuros gestores.

Ao enriquecer os conhecimentos teóricos dos professores, a pesquisa auxilia na formação de estudantes. Compreendendo que os estudantes serão futuros gestores, os mesmos se beneficiam deste estudo ao terem acesso a professores mais capacitados, com novas perspectivas de ensino e teorias atualizadas no campo do empreendedorismo. Assim sendo, a pesquisa ajuda na formação de gestores conscientes da importância dos aspectos territoriais e identitários do empreendedorismo. O presente trabalho também pode auxiliar empreendedores que não tiveram acesso à educação acadêmica, pois é de domínio público e de livre acesso à sociedade, gerando conhecimento e conscientização sobre a importância da territorialidade do empreendedorismo.

Outro grupo que pode ser beneficiado por este estudo é o de formuladores de políticas públicas. Através das discussões sobre a territorialidade do empreendedorismo, a pesquisa busca conscientizar os formuladores da importância das questões territoriais nas políticas públicas. Diante disso, este trabalho pode servir de auxílio na formação de políticas para a resolução de problemas e desafios enfrentados nos ambientes urbanos.

A partir das reflexões realizadas e apresentadas, foi possível formular a questão central de nossa pesquisa: como a territorialidade afeta o empreendedorismo cultural por meio de uma perspectiva que contemple suas singularidades?

Diante disso, este trabalho tem como objetivo geral entender e discutir como a territorialidade afeta o empreendedorismo cultural por meio de uma perspectiva que contemple suas singularidades. Os objetivos específicos da pesquisa serão apresentados em forma de artigo:

- *Objetivo 1.* Elaborar e discutir perspectivas e desafios para uma concepção territorial do empreendedorismo cultural (artigo teórico).
- *Objetivo 2.* Identificar, descrever, categorizar e discutir a influência da identidade e experiência territorial na dinâmica do empreendedorismo cultural (artigo teórico-empírico).
- *Objetivo 3.* Entender a importância da relação entre empreendedorismo e território, conhecer e discutir a experiência identitária como perspectiva territorial significativa para pensar o empreendedorismo e identificar como a territorialidade pode ser promissora no desenvolvimento do empreendedorismo no campo das artes e da cultura (caso para ensino).

Para cumprir estes objetivos, a esta dissertação foi estruturada por artigos, que compõem cada um dos 6 capítulos, e se agrupam a esta introdução e à conclusão. O capítulo 1 é composto pela metodologia de pesquisa, juntamente com a apresentação do campo empírico. O capítulo 2 é representado pelo artigo A, teórico, que faz uma revisão de literatura sobre empreendedorismo e territorialidade e apresenta novas perspectivas para o futuro da pesquisa no campo. O capítulo 3 é composto pelo artigo B, teórico-empírico, que discute a influência da identidade e da experiência territorial na dinâmica do empreendedorismo cultura. O capítulo 4 é representado pelo artigo C, um caso para ensino, que promove uma aprendizagem voltada para a compreensão da importância da relação entre empreendedorismo e território a partir da perspectiva da territorialidade como experiência identitária. O capítulo 5 apresenta as discussões e implicações dos três artigos apresentados. A pesquisa é finalizada com o capítulo 6, composto pelas conclusões.

CAPÍTULO 1 – FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA

1.1 Pesquisa Qualitativa: Etnografia audiovisual

Fotos e vídeos têm sido utilizados no campo da etnografia desde o seu surgimento, tendo o primeiro vídeo etnográfico sido produzido em 1985 por Felix Louis Renault (DAVEL et al., 2019). A etnografia audiovisual refere-se ao uso de tecnologias de registro para capturar imagens com movimento e som, sendo superiores a imagens estáticas (DAVEL et al., 2019). Considerando que a vida é um processo social que acontece no decorrer do tempo, o audiovisual é a melhor forma de coletar e transmitir imagens não estáticas (DAVEL et al., 2019). Nos dias atuais, o uso das mídias sociais, dispositivos eletrônicos e plataformas digitais posiciona o audiovisual em local de destaque na vida cultural contemporânea (DAVEL et al., 2019).

No campo da Administração, o método etnográfico de pesquisa vem sendo cada vez mais utilizado ao longo das últimas décadas, mas, ainda assim, o método ainda é pouco mencionado nos estudos da Administração e dos estudos organizacionais (DAVEL et al., 2019). O campo se mostra um terreno fértil para o fomento da etnografia audiovisual como metodologia de pesquisa, apresentando alto potencial de contribuição.

A escolha por esta abordagem decorreu da busca pela compreensão dos aspectos territoriais e identitários dentro das iniciativas empreendedoras do bloco afro Ilê Aiyê. O método se mostra adequado aos objetivos de nosso estudo ao permitir o armazenamento e representação de uma alta carga de informações, como comportamentos e rituais de um determinado grupo social. No caso do Ilê Aiyê, compreender tais comportamentos, experiências vividas e o contexto territorial em que o bloco se insere são peças-chaves para o entendimento do empreendedorismo do bloco.

Etnografias audiovisuais são capazes de produzir e comunicar conhecimento sobre culturas em escala focada e ampliada (DAVEL et al., 2019). Os registros audiovisuais concentram uma grande quantidade de informações, tornando o processo de análise e interpretação uma atividade bastante rica. Assim sendo, a etnografia audiovisual se mostra um método eficaz para a análise e compreensão da territorialidade do empreendedorismo no caso do bloco afro Ilê Aiyê e suas iniciativas inovadoras.

A seleção do Ilê Aiyê como objeto de nossa pesquisa se deu graças ao seu caráter inovador, com forte ligação ao seu território de origem e atuação. O bloco possui uma série de iniciativas empreendedoras de cunho sociocultural no território da Liberdade/Curuzu. Após um levantamento prévio de suas atividades, foram selecionadas quatro, nas quais as relações entre empreendedorismo, cultura e territorialidade se fazem mais evidentes. As inovações culturais

escolhidas foram o samba afro da Band'Aiyê, a indumentária do Ilê Aiyê, a Noite da Beleza Negra e a Escola Mãe Hilda. As atividades escolhidas se destacam como iniciativas inovadoras no campo da cultura, sofrendo influência dos aspectos culturais, sociais e políticos do seu território de origem.

Fundado por Antônio Carlos dos Santos, conhecido como Vovô do Ilê, juntamente com Apolônio de Jesus e outros, o Ilê surgiu como o primeiro bloco afro do Brasil com um discurso baseado na autoafirmação através de representações culturais africanas (SILVA, 2016). Politicamente representativo, o bloco se destacou em um cenário no qual negro não se posicionava, sendo a primeira instituição brasileira a enaltecer a identidade negra (AFOLABI, 2016).

O bairro da Liberdade teve papel fundamental no processo de independência da Bahia (AFOLABI, 2016). Durante a época colonial, passava pelo bairro a estrada das Boiadas, caminho que unia a cidade grande aos sertões e por onde transitava um grande fluxo de mercadorias. Após o processo de consolidação da independência baiana, a estrada das Boiadas recebeu o nome de Estrada da Liberdade, o que mais tarde serviu como referência para o nome do bairro (SILVA, 2016). Na década de 1930, existiam quatro chácaras localizadas no Curuzu (parte integrante do território da Liberdade), que abrigou parte da população rural que fugia da seca que atingia o interior do estado.

1.2 Campo Empírico: O Empreendedorismo Cultural Territorial do Ilê Aiyê

Sofrendo influência do posicionamento dos negros norte-americanos entre os anos 60 e 70, inspirando-se em movimentos como *Black Panthers* e *Black Power*, a Associação Bloco Carnavalesco Cultural Ilê Aiyê (figura 1) nasce em 1º de novembro de 1974, no bairro do Curuzu – antes uma rua do bairro da Liberdade e alçado à condição de bairro em 2017 –, em Salvador, Bahia (ILÊ AIYÊ, 2020). O bairro da Liberdade conta com a maior população negra do país, com mais 600 mil habitantes, tendo sido batizado com tal nome em homenagem aos esforços pela independência da Bahia. O bairro da Liberdade também era local de concentração de muitos quilombos no período que antecedeu a abolição da escravatura, em 1988 (AFOLABI, 2016). Atualmente, o território da Liberdade é conhecido por suas expressões culturais de origem africana, sendo considerado um local de vanguarda da negritude (AFOLABI, 2016).

O nascimento do bloco afro Ilê Aiyê aparece como uma das consequências mais evidentes da mudança de cenário político-econômico do Brasil e da Bahia nas décadas de 60 e

70. No final do século XIX ocorre a estagnação e decadência econômica das elites locais, bem como o reposicionamento do Estado no cenário econômico nacional. Um dos principais fatores inspiradores de mudanças nos hábitos culturais dos baianos foi a instalação do primeiro canal de televisão local, a TV Itapoan, que se tornou a principal fonte de ligação da cidade com o resto do mundo. No plano político, o país vivenciava um período antidemocrático em função da ditadura militar, instaurada em 1964. Silva (2016) afirma que “a dinâmica permitida pela capilarização técnico-comunicacional dos anos 70 permitiu aos espaços marginais de algumas regiões do planeta a percepção necessária à produção e publicização de seus sentidos étnicos” (SILVA, 2016, p.113).

O bloco nasce na sede do terreiro Ilê Axé Jitolú, comandado por Mãe Hilda Jitolú, guia espiritual da entidade e mãe de Vovô, tendo um papel fundamental na escolha do nome do bloco. Inicialmente intitulado “Poder Negro”, Mãe Hilda considerou o nome sem autenticidade, pois já era utilizado pelos norte-americanos para representarem sua própria luta por direitos civis. Com base em seus conhecimentos sobre a cultura africana, Mãe Hilda sugeriu o nome “Ilê Aiyê”, que pode ser entendido como “casa do mundo negro”, pois enxergava a entidade como uma “grande casa negra” onde seriam recebidos amigos, colegas e todo tipo de gente (AFOLABI, 2016).

Figura 1- Logo oficial do Ilê Aiyê



Fonte: Ilê Aiyê (2020)

A forte presença africana na Bahia, embora não fosse negada pela sociedade da época, estava longe de ser considerada uma referência em termos de cultura. A decadência da elite local fez com que, a princípio, a mesma adotasse uma postura de pacificidade com os afrodescendentes (SILVA, 2016). Tal postura tinha como objetivo controlar os manifestos dos negros para que eles fossem moralmente aceitáveis. Embora a elite decadente estivesse acostumada com a participação de alguns grupos de negros com postura pacífica no carnaval baiano, ela não estava preparada para a presença de um grupo com uma postura radical, fortemente política e ideológica (AFOLABI, 2016). A pacificidade cai por terra em 8 de

fevereiro de 1975, dia em que o Ilê Aiyê saiu pela primeira vez nas ruas, marcando o carnaval como o mais emblemático de todos para a comunidade negra. A concentração ocorreu em frente à casa de Mãe Hilda Jitolú, indo até outro ponto emblemático para os negros de Salvador: o Pelourinho (SILVA, 2016).

Entoando sua primeira música, “Que Bloco é Esse”, de autoria de Paulinho Camafeu, o Ilê ganhou as ruas da cidade e gerou a revolta da elite local ao quebrar o padrão europeu do carnaval baiano que perpetuava até então. Em uma de suas entrevistas, Vovô declarou que os poucos integrantes do bloco temiam a brutalidade da polícia. O bloco, que contaria com a presença de crianças, viu muitos dos pais retirarem seus filhos do desfile, temendo uma reação violenta da elite branca a um desfile exclusivamente negro na avenida (AFOLABI, 2016).

O movimento rítmico musical inventado pelo Ilê Aiyê foi responsável pela transformação do carnaval baiano, impactando diretamente a musicalidade do evento e inspirando a criação de novos ritmos oriundos da tradição africana. Além disso, o surgimento do Ilê influenciou a criação de novos blocos afro, como o Malê de Balê, o Muzenza e o Olodum (DANTAS, 1994). Diferentemente dos outros blocos, as mulheres sempre tiveram papel fundamental na entidade, sendo maioria em quantidade e ocupando papéis de destaque (AFOLABI, 2016).

Contando atualmente com cerca de três mil associados, o Ilê Aiyê é considerado patrimônio da cultura baiana, desfilando tradicionalmente todos os anos no carnaval de Salvador. Iniciado com o objetivo de ser uma opção à comunidade negra no carnaval, cujo acesso era negado, hoje o bloco ampliou suas frentes de ação e busca fortalecer a autoestima na comunidade negra de Salvador, propagar a cultura afro-baiana para todo o Brasil e o mundo, além de combater o preconceito étnico-racial (ILÊ, AIYÊ, 2020).

1.2.1 Estrutura

Atualmente a Associação Cultural Bloco Carnavalesco Ilê Aiyê conta com diversas atividades nas categorias social e cultural, destacando-se pelas suas ações de caráter inovador. No setor cultural, a associação conta com A Noite da Beleza Negra, os Ensaios do Ilê, o Cortejo da Negritude Semana da Mãe Preta, o Novembro Azeviche e o Ilê Aiyê Construindo o Futuro. No setor social, conta com a Escola Mãe Hilda, a Band’Erê e a Escola Profissionalizante do Ilê Aiyê. A associação também conta com a Band’Aiyê, responsável pela batida inconfundível do bloco afro.

Inicialmente, a sede do bloco funcionava no mesmo espaço do terreiro Ilê Axé Jitolú,

terreiro comandando por Mãe Hilda Jitolú. Desde o ano de 2003, a associação conta com uma sede (figura 2) localizada na Rua do Curuzu, no bairro da Liberdade, território de atuação do bloco. A construção, que foi patrocinada pela Petrobrás, leva o nome de Senzala do Barro Preto em homenagem às senzalas onde os escravos viviam, sendo considerado pelo Ilê um espaço de resistência (SANTANA, 2019). O “barro preto” refere-se ao solo da região do bairro da Liberdade, que originalmente era composto por roças de mato fechado (ITAÚ CULTURAL, 2020).

Figura 2 - Senzala do Barro Preto



Fonte: Acervo pessoal (2020)

1.2.2 Inovações Culturais

Tendo sido o primeiro bloco afro do país, o Ilê possui uma série de atividades inovadoras nos campos cultural e social. Dentre elas, podemos destacar o samba afro da Band’Aiyê, a Noite da Beleza Negra e a Escola Mãe Hilda, além de sua indumentária inconfundível. Tais inovações se destacam como iniciativas inovadoras que desde a sua criação geram impactos culturais, sociais e políticos no território da Liberdade/Curuzu e na cidade de Salvador como um todo.

1.2.2.1 Samba Afro da Band’Aiyê

O samba afro da Band’Aiyê é uma das primeiras inovações culturais do Ilê Aiyê, com base em elementos musicais presentes no cotidiano do bairro da Liberdade. O responsável pela inovação rítmica tocada exclusivamente pelo Ilê Aiyê foi Mestre Bafo, primeiro mestre de percussão do bloco, tendo criado (ITAÚ CULTURAL, 2018). A Band’Aiyê é a banda oficial do Ilê Aiyê, formada atualmente por dez músicos em shows menores e mais de 100 músicos durante o carnaval. O ritmo surgiu a partir da fusão do samba tocado nas antigas escolas de samba e blocos indígenas de Salvador, com os toques dos tambores do Candomblé (ILÊ AIYÊ, 2020). É importante ressaltar que o samba afro é diferente do samba reggae, criado pelo Mestre Negoinho do samba (ex-integrante do Ilê Aiyê e do Olodum). O samba afro do Ilê provocou uma revolução na musicalidade do carnaval baiano, inspirando outros blocos afros como o Araketu, o Olodum, o Muzenza e o Malê de Balê em suas batidas (ILÊ AIYÊ, 2020).

A banda já revelou nomes como Beto Jamaica, Lazzo, Mestre Neguinho do Samba, Mestre Prego (do grupo Meninos do Pelô) e Carlinhos Brown (AFOLABI, 2016). Atualmente a banda é regida pelos mestres Marivaldo Paim, Kehinde dos Santos e Reginaldo Aragão. Em suas apresentações, conta com os músicos Guiguio, Graça Onasilê, Reizinho, Altrait, Adelson e Cristiano, com o suporte dos percussionistas. Em seus 46 anos de história, a Band’Aiyê lançou quatro CD’s, todos intitulados “Canto Negro”, tendo visitado cerca de 20 países e a maioria das cidades brasileiras.

Ao longo de sua trajetória a Band’Aiyê já realizou parcerias com diversos artistas nacionais e internacionais. Dentre eles a cantora Bjork (Finlândia), Yerba Buena (Cuba e Estados Unidos), Nass Marrakech (Marrocos), Daniela Mercury, Arto Lyndsey (Estados Unidos), Cheikh Lô Lamp Fall (Senegal), Martinho da Vila e Leci Brandão (AFOLABI, 2016). Tradicionalmente, a banda toca todos os anos no carnaval de Salvador, acompanhada pelo grupo de dança afro do Ilê Aiyê.

Anualmente, o bloco elege um tema para o carnaval (quadro 1) com base em estudos sobre a cultura africana. De acordo com os temas, a banda compõe a música do ano.

Quadro 1- Temas dos carnavais do Ilê Aiyê

Ano	Temas dos Carnavais
1975	Ilê Aiyê
1976	Watutsi
1977	Alto - Volta
1978	Congo - Zaire
1979	Rwanda
1980	Camerun
1981	Zimbabwe
1982	Mali - Dogons
1983	Ghana - Ashanti
1984	Angola
1985	Daomè
1986	Congo - Brazzaville
1987	Nigéria
1988	Senegal
1989	Palmares
1990	Costa do Marfim
1991	Revolta dos Búzios
1992	Azânia
1993	América Negra - O Sonho Africano
1994	Uma Nação Africana Chamada Bahia
1995	Organizações de Resistência Negra
1996	Civilização Bantu
1997	Pérolas Negras do Saber
1998	Guiné Conakry
1999	A Força das Raízes Africanas
2000	Terra de Quilombo
2001	África Ventre Fértil do Mundo
2002	Malês - A Revolução

2003	A Rota dos Tambores no Maranhão
2004	Mãe Hilda Jitolu - Guardiã da Fé
2005	Moçambique ˆVutlari
2006	O Negro e o Poder
2007	Abdjan, Abuja, Harare e Dakar Há! Salvador, Se Você Fosse Assim
2008	Candaces - Rainhas do Império Meroe
2009	Esmeraldas - Pérola Negra do Equador
2010	Uma Nação Africana
2011	Símbolo de Resistência Negra
2012	Negros do Sul, Lá Também Tem!
2013	Guiné Equatorial: Da Erança Pré-Colonial À Geração Atual
2014	Do Ilê Axé Jitolu Para o Mundo - “Ah, Se Não Fosse o Ilê Aiyê”
2015	Diáspora Africana - Jamaica - Os Afrodescendentes
2016	O Recôncavo é Afrodescendente - Cara Preta
2017	Os Povos Ewe Fon - A Influência do Gegê Para os Afro Descendentes
2018	Mandela. A Azânia Celebra o Centenária do Seu Madiba
2019	Afrofuturismo
2020	Botswana: Uma História de Êxito no Mundo

Fonte: Ilê Aiyê

Consideramos o samba afro da Band’Aiyê uma inovação cultural devido à sua originalidade e impactos provocados no cenário musical baiano. O samba afro inova ao misturar batidas de matriz africana, tradicionais do Candomblé, com batidas do samba, gerando um novo ritmo a partir de aspectos territoriais. O movimento rítmico musical inventado pelo Ilê Aiyê é uma inovação cultural responsável pela transformação do carnaval baiano, impactando diretamente na musicalidade do evento. O novo ritmo inspirou a criação de novas sonoridades oriundas da tradição africana, até então ausentes no carnaval baiano. O samba afro do Ilê provocou uma revolução no carnaval, no que o bloco chama de “reafricanização” do carnaval baiano, ao imprimir a identidade negra na musicalidade que, até então, era baseada em padrões europeus.

1.2.2.2 As indumentárias do Ilê Aiyê

As indumentárias do Ilê Aiyê são uma inovação de ordem estética com base em elementos da cultura africana. A responsável pelas indumentárias do bloco desde a sua fundação é a estilista Hildete Valdelina dos Santos Lima, mais conhecida como Dete Lima, irmã de Vovô e idealizadora as vestimentas. Através das vestimentas, o Ilê inova ao aliar a cultura inerente ao seu território de origem com a cultura ancestral. As roupas do Ilê Aiyê são famosas por suas cores vibrantes e chamativas, tendo se tornado uma assinatura do grupo ao longo do tempo. O bloco surge com uma estética diferenciada em uma época em que não era comum que negros utilizassem roupas com cores fortes ou acessórios que pudessem chamar a atenção. As atitudes racistas da sociedade brasileira apareciam de forma muito clara no carnaval da Bahia, onde o governo do Estado repassava instruções específicas aos blocos, proibindo fantasias e tambores

de origem africana (AFOLABI, 2016). Em resposta à censura, o Ilê Aiyê protesta através da sua estética, africanizando o carnaval com suas vestimentas e levando para avenida peças que exaltam a identidade do povo negro. O bloco foi pioneiro não só em sua fundação, mas também em adotar uma identidade visual fora dos padrões exigidos pelo governo do Estado.

Dete costumava ver sua mãe vestir os orixás no terreiro desde pequena e daí veio a inspiração para as roupas do bloco. As peças são feitas somente com amarração e adotam os componentes básicos das vestimentas ioruba (AFOLABI, 2016). Para os homens, são utilizadas as mesmas estampas das mulheres, em batas e calças. A ideia da amarração vem da impaciência da estilista, que tinha pressa em ver o resultado final das peças e por isso começou a amarrar os panos até que tomassem forma (IBAHIA, 2013). Todo ano uma nova estampa para os tecidos é criada de acordo com o tema do carnaval do Ilê, sempre em homenagem a algum país africano. Após um extenso processo de pesquisa, as estampas são criadas pelo artista plástico Mundão, depois executadas em Recife em tecido de algodão. É importante ressaltar que as peças, embora sempre com estampas diferentes, são produzidas nas cores oficiais do Ilê: amarelo, vermelho, preto e branco. Em entrevista ao Correio da Bahia (2015), Dete afirma que as vestimentas do Ilê impactaram na forma como os negros se vestiam e se vestem atualmente. Na época do surgimento do bloco não existiam lojas em Salvador que vendessem tecidos com estampas africanas e negros não utilizavam cores chamativas como o vermelho e o amarelo, presentes nas peças do Ilê (figura 3).

Figura 3 - Dete Lima e ajudante arrumando candidata à Deusa do Ébano



Fonte: Acervo próprio (2020)

Afolabi (2016) afirma que:

De meramente imitar formas simbólicas africanas e estampando-as em panos brancos simples para os desfiles de carnaval, o Ilê Aiyê desenvolveu-se a ponto de não apenas dominar a forma de arte de sua própria estética ideológica definidora, mas também criou ao longo dos anos, um modelo dinâmico e colorido para a promoção da África, Valores estéticos afro-brasileiros e da diáspora africana (Afolabi, 2016, p.84).

Anualmente, o bloco elabora peças novas através de pesquisas, recriando a civilização africana no contexto baiano, e, por consequência, criando um arquivo histórico afro-baiano que está documentado em suas peças (AFOLABI, 2016). Cada peça criada define os atributos do tema e as particularidades do ano em questão, representando as características e valores do país homenageado em suas estampas. Diante disso, o Ilê deve ser visto como original e empreendedor, servindo como uma embaixada africana, onde a estética e história africanas são preservadas e reinventadas para o novo mundo (AFOLABI, 2016).

Analisando a fundo as estampas do Ilê Aiyê, podemos compreender o quanto elas são carregadas de significado. Se observamos a estampa feita para o carnaval de 1987 (figura 4),

a mesma busca expressar a complexidade do ioruba, ao mesmo tempo em que exaltava seus valores. A peça é formada por nove quadrados, com a escrita em ioruba “Ilê Aiyê Agbara, Enia Dudu”, que pode ser traduzida como “Ilê Aiyê: Poder Negro” (AFOLABI, 2016). As três principais imagens no centro dos quadrados representam as conexões entre a Bahia e a Nigéria. A bandeja da divindade ioruba aparece cercada por 16 búzios, um pássaro no qual os sinais de uma encruzilhada estão inscritos e o típico surdo do Ilê cercado por três tambores ioruba (AFOLABI, 2016).

Figura 4 - Estampa produzida para o carnaval de 1987



Fonte: Afolabi (2016)

Em 2008, o Ilê contou com a participação da supermodelo Naomi Campbell (figura 5) em seu desfile. Na ocasião, Dete Lima criou uma peça exclusivamente para Naomi, feita com amarrações diretamente no corpo da modelo. Naomi foi convidada para o desfile do bloco no ano em questão, que teve como tema “Candaces – guerreiras africanas”, em homenagem às mulheres afrodescendentes.

Figura 5 - Super modelo Naomi Campbell sendo arrumada por Dete Lima



Fonte: Itaú Cultural (2018)

Consideramos a indumentária do Ilê uma inovação cultural, uma vez que o bloco surge

com uma estética diferenciada em uma época em que não era comum que negros utilizassem roupas com cores fortes ou acessórios que pudessem chamar a atenção. As indumentárias do Ilê inovam ao inserir no contexto baiano e brasileiro a estética, história e identidade africana em suas roupas. As experiências de vida da comunidade negra serviram de inspiração para a criação de uma estética que ajudasse na construção e fortalecimento da identidade dessas pessoas. Ao fortalecer a identidade dos negros, as indumentárias do Ilê contribuíram para o desenvolvimento da autonomia desses atores sociais não só no território da Curuzu, mas também extrapolando as barreiras físicas e chegando a outros territórios pelo Brasil.

1.2.2.3 Noite da Beleza Negra

A Noite da Beleza Negra é uma inovação cultural de promoção da cultura e beleza afro, sendo o primeiro concurso de beleza do país voltado somente para mulheres negras, idealizado por Sérgio Roberto dos Santos, primo de Vovô. O concurso, que elege a Deusa do Ébano, começou de forma simples, em um terreno próximo à casa de Mãe Hilda Jitolú, com a participação de algumas poucas mulheres do bairro. Ainda sem nome, as candidatas trajaram vestimentas simples, improvisadas com lençóis por Dete Lima, estilista da entidade. A vencedora, Maria de Lourdes Cruz (figura 6), conhecida como Mirinha, foi eleita em 1976 e desfilou como Deusa do Ébano em um jipe pela avenida. Em 1979, Sérgio Roberto, primo de Vovô, vendo o potencial revolucionário do concurso, teve a ideia de criar um modelo de concurso similar aos tradicionais eventos do tipo típicos do carnaval, como a eleição da “rainha do carnaval”, porém com modelos diferentes (AFOLABI, 2016). Os blocos de carnaval da época possuíam suas próprias rainhas, mas nenhuma delas era negra, assim como não havia candidatas negras nos outros concursos de beleza do país. Em suas três primeiras edições, o evento não tinha nome, que surgiu somente em 1980. Antes de chegar ao nome final, Deusa do Ébano, o concurso se chamou “A Noite da Mais Bonita Crioula”, “A Crioula do Ilê” e “A Negra do Ilê”.

Figura 6 – Primeira Deusa do Ébano junto à Deusa do Ébano de 2018



Fonte: Itaú Cultural (2018)

O evento que escolhe a Deusa do Ébano, surge em uma cidade majoritariamente negra (cerca de 80% da população de Salvador é afrodescendente), mas que adotava o modelo de beleza europeu difundido como o ideal no Brasil (AFOLABI, 2016). Diante disso, a Noite da Beleza Negra é pensada como uma estratégia inovadora pelo Ilê Aiyê para combater o modelo de beleza vigente no país, promovendo o empoderamento das mulheres negras e a sensação de orgulho em relação à sua beleza natural. Mais do que promover a beleza física, o concurso da Deusa do Ébano espera que sua rainha represente uma educadora local e internacional, uma professora de história e uma contadora de estórias (AFOLABI, 2016). Para Arany Santana (Documentário “A Outra Face”, 2016), ex-diretora do Ilê e atual secretária de cultura do estado da Bahia, o concurso A Noite da Beleza Negra é a maior política pública de afirmação da mulher negra já criada no país, sendo uma ação pioneira.

O primeiro evento aconteceu no forte de Santo Antônio, em Salvador. A medida que o evento foi crescendo e se popularizando, novos locais mais estratégicos e maiores passaram a recebê-lo. Atualmente o evento ocorre na sede do Ilê Aiyê, a Senzala do Barro Preto, no Curuzu. Na época, o principal evento pré-carnavalesco era o Baile dos Internacionais, seguido pela Noite da Beleza Negra. A princípio, a intenção do concurso não era concorrer com o baile e, por isso, as celebrações aconteciam em datas distintas. Em determinado ano, por conta de um conflito de datas, A Noite da Beleza Negra ocorreu na mesma data do Baile dos Internacionais, desbancando o tradicional baile como o maior evento pré-carnavalesco da Bahia. O concurso permanece como o maior evento pré-carnavalesco do Estado até os dias atuais.

As inscrições do concurso são feitas através de formulário online ou na sede do Ilê Aiyê. Dentre as candidatas inscritas, que já chegaram a ser mais de 120, são selecionadas 15. A escolha é feita através de um júri composto por diretores do Ilê Aiyê, organizadores da festa, ex-Deusas do Ébano e profissionais da área de dança. Como critério de seleção, espera-se que

as candidatas possuam algumas qualidades, sendo elas: 1) mostrar e reafirmar a cultura e valores estéticos do povo negro (figura 7); 2) mostrar com beleza e dignidade a beleza da mulher negra; 3) competir e demonstrar a beleza negra conscientemente; 4) dançar no modo tradicional afro-brasileiro e conectar-se com o público sem quaisquer inibições; 5) tratar o concurso de beleza com toda seriedade e respeito; 6) expressar orgulho da raça negra (AFOLABI, 2016). A partir dos critérios de seleção, é possível perceber que, mais do que bonitas, as candidatas (figura 8) devem ter conceito de moralidade, cultura e valores políticos da identidade afro-brasileira.

Figura 7 - Candidata à Deusa do Ébano 2020



Fonte: Acervo próprio (2020)

No dia do evento as candidatas são submetidas a quatro categorias de avaliação, divididas em: 1) harmonia entre a dança e a vestimenta usada para a performance; 2) beleza natural; 3) postura corporal; 4) habilidade de comunicação e graça. A rainha possui um vínculo obrigatório com a organização por um ano, sendo liberada para participar de outros concursos de beleza negra após este período. É muito comum que participantes do concurso que elege a Deusa do Ébano participem de outros concursos de beleza negra promovidos por outros blocos afros de Salvador. O objetivo dessa rotatividade é que o ideal de beleza negra continue sendo enaltecido e propagado (AFOLABI, 2016). Apesar disso, o Ilê Aiyê possui uma postura de luta ideológica e política que não se encontra nos outros blocos afro, o que traz dificuldades para a

entidade. Embora o concurso seja conhecido em todo o mundo, anualmente passa por dificuldades financeiras devido à falta de patrocínio e apoio.

Em seus primórdios, o concurso contava com a participação massiva de mulheres negras discriminadas, acostumadas a ocupar lugares menos privilegiados. O concurso se tornou uma ferramenta de transformação da mentalidade das mulheres negras do país, que passaram a se enxergar como merecedoras de um lugar de destaque. A Noite da Beleza Negra promove a visibilidade dessas mulheres afro-brasileiras marginalizadas, indo muito além do período carnavalesco (AFOLABI, 2016). Mais do que um concurso de beleza, constitui uma ação política contra a marginalização da mulher negra, acostumada a ter sua beleza altamente sexualizada.

Figura 8 - Candidatas à Deusa do Ébano 2020



Fonte: Acervo próprio (2020)

O concurso da Deusa do Ébano conta a participação de mulheres negras das mais variadas regiões da cidade, incluindo o bairro da Liberdade. Com o passar dos anos, o concurso atingiu um alto grau de popularidade, chegando a ter concorrentes de outros estados e até de outro país. No ano de 2018, contou com a participação da primeira candidata estrangeira, a norte-americana Sheraland Oneal. Considerada fora do padrão de beleza americano, Sheraland viu na Noite da Beleza Negra candidatas com as quais podia se identificar (CORREIO DA BAHIA, 2018). Em 2018, ano em que Sheraland participou, as finalistas vieram dos bairros do Curuzu, Plataforma, Garcia, Cosme de Farias, Cabula, Sussuarana, Engenho Velho de brotas e Nazaré, além das cidades de Camaçari, Lençóis e Pensilvânia, cidade da norte-americana.

Ao todo, foram eleitas 46 Deusas do Ébano, listadas no quadro 2. Em 2020, o Ilê Aiyê elegeu a sua mais nova Deusa, na 41ª edição da Noite da Beleza Negra.

Quadro 2 - Deusas do Ébano

Ano	Deusa do Ébano	Ano	Deusa do Ébano
1976	Mirinha	2000	Natalice
1977	Patrícia	2001	Priscila
1978	Rita	2002	Taís
1979	Sandra	2003	Lucinete
1980	Auxiliadora	2004	Talita
1981	Peninha	2005	Ivana
1982	Itaguaraçira	2006	katia
1983	ainda	2007	Fernanda
1984	Aidil	2008	Adriana
1985	Rosimeire	2009	Edilene
1986	Telma	2010	Gisele (Pernambuco)
1987	Mirinha	2011	Lucimar (Minas Gerais)
1988	Eunice	2012	Edjane
1989	Heide	2013	Daiana do
1990	Florisnalda	2014	Cynthia
1991	Rovania	2015	Alexandra
1992	Regina	2016	Larissa
1993	Raimunda	2017	Gisele
1994	Cátia	2018	Jessica
1995	Rose	2019	Daniele
1996	Soraya	2020	Gleíciele
1997	Mônica		
1998	Gerusa		
1999	Suely		

Fonte: Ilê Aiyê

Consideramos A Noite da Beleza Negra uma inovação cultural graças ao seu caráter visionário, uma vez que este foi o primeiro concurso de beleza do país voltado somente para mulheres negras. O concurso é a inovação cultural mais famosa do bloco afro, sendo reconhecido mundialmente como referência na luta pelo fortalecimento da identidade e beleza da mulher negra.

1.2.2.4 Escola Mãe Hilda

A escola mãe Hilda é uma inovação cultural no campo da educação, sendo a responsável por sua idealização da própria Mãe Hilda. A escola foi pioneira no desenvolvimento de atividades culturais e socioeducativas para as crianças do território da Liberdade, com foco na afirmação e fortalecimento da cultura afro, no autoconhecimento e combate ao racismo. As atividades se iniciaram oficialmente no ano de 1988, dentro do terreiro de candomblé Ilê Axé Jitolú (figura 9), comandado por Mãe Hilda Jitolú, que sempre viu o terreiro como um espaço de educação. A ideia da escola surge como uma forma de dar continuidade ao seu trabalho de orientação, bem como regularizar o que já acontecia dentro do terreiro, onde suas filhas ministravam aulas de reforço para crianças da comunidade (MOREIRA, 2012). A escola adota os valores do Candomblé: 1) respeito pelos mais velhos; 2) respeito às divindades,

independentemente de sua ordem cronológica de idade; 3) respeito às crianças; 4) respeito pelos cumprimentos, para receber a bênção dos mais velhos; 5) respeito pela natureza; 6) respeito ao próximo; 7) respeito por todas as religiões. Embora utilize os princípios do Candomblé, a religião não é ensinada na escola. Mãe Hilda acreditava que o ensino religioso é responsabilidade da família, enquanto o papel da escola é ensinar o respeito a todas as religiões. Na escola, as crianças aprendiam sobre a história dos orixás, suas lendas, comidas e animais preferidos (MOREIRA, 2019). Em seu início, a escola atendia a cerca de cinco alunos.

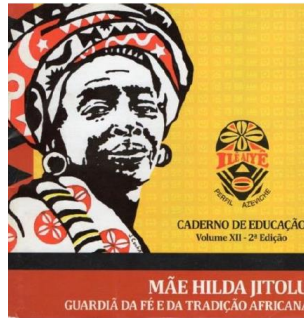
Figura 9 - Escola Mãe Hilda funcionando no terreiro Ilê Axé Jitolú



Fonte: ITau Cultural (2018)

A escola oferece educação para os níveis de ensino infantil e fundamental, ministrado nos turnos matutino e vespertino, para crianças na faixa etária de sete a 12 anos, da primeira à quarta série. A instituição de ensino oferta 240 vagas e muitas vezes precisa rejeitar novos alunos por conta da grande procura. Com o objetivo de tornar os cidadãos conscientes e capazes, a escola trabalha com material pedagógico específico, de acordo com a lei 11.645/08, que torna obrigatório o ensino sobre História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena nos estabelecimentos de ensino fundamental e médio (ILÊ AIYÊ, 2020). A instituição de ensino trabalha com aspectos da cultura afro-brasileira, com base nos textos extraídos dos Cadernos de Educação (figura 10) provenientes no projeto de extensão pedagógica do Ilê Aiyê. Em geral, os cadernos contam o tema do carnaval do Ilê do referido ano, apresentando a riqueza de conteúdo, imagens e símbolos relacionados à cultura afro (SANTANA, 2019). Os cadernos são patrocinados pela Comissão Municipal de Educação e Cultura, servindo não só para a educação da comunidade baiana, como também para professores e escolas fora do Brasil (AFOLABI, 2016).

Figura 10 - Capa do volume 12 dos Cadernos de Educação



Fonte: Ilê Aiyê (2020)

As duas primeiras semanas de aula são utilizadas para realizar um diagnóstico do corpo discente, a fim de adequar o planejamento pedagógico à realidade dos alunos. O diagnóstico segue de acordo com os seguintes itens: 1) valorização dos conhecimentos prévios dos discentes; 2) identificação das referências culturais africanas nos livros didáticos manuseados pelos alunos; 3) convivência com as diferenças, inclusive racial, no espaço educativo e social; 4) metodologias a serem utilizadas no processo educacional e de avaliação; 5) Estabelecimento de uma relação entre o currículo oficial e extraoficial; 6) incorporação do multiculturalismo como perspectiva curricular, articulando conteúdo específicos a questionamentos sobre a pluralidade cultural. O conteúdo programático, listado no quadro 3, mistura conteúdos tradicionais aos ensinamentos da cultura africana.

Quadro 3 - Conteúdo programático da Escola Mãe Hilda

Comunicação Oral e Escrita	Compreendendo o ensino da língua portuguesa de acordo com os princípios oficiais vigentes, além das contribuições culturais de várias etnias que compõem o universo de comunicação e expressão da nossa gente. Desta forma, resgatamos informações de origem africana e indígena, sob formas de lendas, mitos ou tradição oral e reconto de histórias. Nesta disciplina estimula-se a produção de textos, a análise gramatical e ortográfica, a leitura e interpretação de textos, além do diálogo com os discentes.
Ciências Exatas	Compreendendo a matemática e o desenvolvimento do raciocínio lógico. Desta forma investe-se na capacidade de problematizar e pensar, tendo como referência o cotidiano do discente, respeitando-se a contribuição das diversas culturas para o entendimento, controle, sistematização, sequencia e registro quantitativo da produção humana. Neste sentido, o educando percebe a finalidade da matemática na vida das pessoas e a desmistificação da sua complexidade a partir da utilização de metodologias baseadas em referências culturais diversas.
Geografia	O ensino da geografia está relacionado à cultura, investigando-se a localidade, o cotidiano, as relações sociais, econômicas e culturais entre os discentes e as demais pessoas da sociedade. É conferida ênfase às investigações das relações de dominação e discriminação. Além dos aspectos anteriores, aborda-se a noção de espaço e tempo enquanto fenômeno geográfico e sua dinâmica de interações: ocupação, organização, produção da sociedade e representação; o cidadão como sujeito construtor do espaço geográfico, social e cultural; espaço topológico vivido e percebido, sobretudo nas relações políticas e institucionais; meio ambiente e a qualidade de vida, percebendo os impactos causados pelo racismo ambiental.

Inglês	As oficinas de Inglês são ministradas por meio da parceria Ilê Aiyê/Associação Cultural Brasil Estados Unidos (ACBEU). Os docentes, neste caso, são estudantes americanos do programa de Intercâmbio Cultural e as aulas são ministradas por meio de oficinas periódicas.
História e Cultura Afro-Brasileira	Considerando a diversidade cultural existente em nossa sociedade, priorizamos a valorização dos saberes que os alunos já possuem, criando momentos de trocas de informações e opiniões, avaliando e identificando quais poderiam enriquecer seus repertórios e suas reflexões. O currículo de História considera a diversidade de percursos socioculturais e reconhece a ciência histórica em sua natureza identitária. A História dos afrodescendentes, de seu passado das ricas civilizações, aproxima a nossa história dos descendentes indígenas, pois ambas as populações sofrem com a omissão ou deturpação da sua historicidade.
Filosofia	Praticamos a valorização de o notório saber, dos mestres e mestras da comunidade, associados aos teóricos reconhecidos pelo Conselho Nacional de Educação, refletindo sobre as concepções da origem do mundo e o respeito à pluralidade cultural. A Yalorixá Hilda Jitolú, idealizadora da escola e matriarca do Ilê Axé Jitolú, terreiro onde primeiro se estabeleceu a Escola Mãe Hilda, é um referencial para crianças, adolescentes e comunidade escolar.
Arte Educação	Desenvolvimento de atividades utilizando materiais recicláveis como garrafas PET, tampas, isopor, papelão, caixas, dentre outros, estimulando o lúdico e ampliando a consciência sobre a preservação do meio ambiente através da utilização de sucatas. Também são perpetuadas brincadeiras dos nossos ancestrais, o que estimula o reconhecimento e a valorização da cultura negra, além de incentivar a prática de brincadeiras que aproximam os indivíduos em contraponto ao isolamento das brincadeiras eletrônicas.
Educação Física	Entendida como uma área de conhecimento da cultura corporal de movimento, tratando a Educação Física Escolar como uma área/disciplina que introduz e integra o aluno nesta área da cultura, formando o cidadão que vai produzi-la, reproduzi-la e transformá-la, instrumentalizando-o para usufruir dos jogos, dos esportes, das danças, das lutas e das ginásticas em benefício do cognitivo, do afetivo social, do exercício crítico da cidadania e da melhoria da qualidade de vida.
Capoeira	Manifestação de patrimônio imaterial da cultura Afro-Brasileira, portanto importante em sua preservação, apresenta uma multiplicidade de facetas inerentes não só ao campo da Educação Física, mas também de outras disciplinas escolares, remetendo a um novo instrumento pedagógico para a formação psicomotora dos discentes devido ao seu caráter interdisciplinar.

Fonte: Ilê Aiyê

A escola atualmente funciona na sede do Ilê Aiyê e conta com quatro salas de aula, sala de professores e coordenação, sala da direção, secretaria, biblioteca, laboratório de informática, almoxarifado, cozinha, quatro sanitários e pátio coberto. Em relação aos recursos técnicos pedagógicos, a instituição conta com antena parabólica, dois aparelhos de televisão, três aparelhos de vídeo, data show, aparelhagem de som, máquina de reprografia, além de aproximadamente 700 volumes na biblioteca (ILÊ AIYÊ, 2020). A escola também conta com um quadro de funcionários remunerados, além de voluntários que colaboram com a organização.

O corpo discente é formado por crianças vindas de lares com baixo poder aquisitivo e pouca instrução, mas cujos pais se preocupam com o futuro de seus filhos. Há uma grande participação da comunidade nas atividades da escola, especialmente em momentos de

dificuldade. No ano de 2017, a instituição paralisou suas atividades por conta da falta de recursos da entidade, precisando demitir alguns de seus funcionários. A crise afetou também a escola Band'erê (escola de música para jovens) e o projeto de extensão pedagógica do Ilê Aiyê. Ao longo de sua trajetória, a instituição de ensino atendeu mais de duas mil crianças da comunidade do Curuzu e bairros vizinhos, como IAPI, Pero Vaz, Caixa D'Água, São Caetano, Fazenda Grande do Retiro e Largo do Tanque (ILÊ AIYÊ, 2020).

O Ilê buscou capacitar os professores do território da Liberdade e dos bairros vizinhos, lutando pela inserção da cultura afro-brasileira nas escolas. O objetivo do bloco era garantir a permanência da temática africana nas escolas públicas da região. Graças a isso, mais de três mil alunos foram beneficiados pela iniciativa, além de 60 professores de seis escolas públicas da região periférica de Salvador, incluindo a Escola Mãe Hilda. O projeto pedagógico obteve sucesso, com índices de aprovação escolar acima dos 80%, êxito obtido através da introdução de metodologias e materiais que dialogavam com a cultura negra.

Consideramos a Escola Mãe Hilda uma inovação cultural, uma vez que a mesma rompe com o modelo tradicional de ensino, inserindo a cultura negra e seus valores como base da educação. A escola inova ao desenvolver atividades culturais e socioeducativas com base na cultura negra, promovendo inclusive o desenvolvimento de uma lei pioneira. A lei em questão trata da obrigatoriedade do ensino sobre a história, valores e cultura afro no ambiente escolar, até então negligenciado pelas escolas tradicionais, mas presente na escola Mãe Hilda desde os seus primórdios.

1.3 Desenho Metodológico da Pesquisa

A pesquisa foi estruturada em três fases, listadas no quadro 4: contextualização, concepção global e concepção focada. Na primeira fase, buscamos compreender os aspectos identitários do bloco afro Ilê Aiyê através de sua história. Para isso, recolhemos informações sobre a trajetória do bloco, seus objetivos, valores, membros e inovações, a fim de construir um amplo e completo histórico sobre a organização.

Na segunda fase, adotamos uma concepção global, a fim de compreender o empreendedorismo cultural e territorial do Ilê Aiyê. Para isso, buscamos compreender a história do grupo, com foco em identificar e descrever as principais inovações culturais ligadas à territorialidade.

Na terceira e última fase adotamos uma concepção focada, a fim de compreender o empreendedorismo cultural e territorial do Ilê Aiyê em suas principais inovações. O objetivo

da terceira fase foi compreender como se dá o empreendedorismo cultural e territorial do bloco, com foco nas inovações culturais identificados na segunda fase.

Quadro 4 – Desenho metodológico

Fases	Título	Objetivo	Técnicas de Coleta
1	Contextualização: compreensão identitária do Bloco Afro Ilê Aiyê.	Recolher informações sobre o bloco, buscando compreender sua história, seus objetivos e valores.	Documentos contextuais Documentos audiovisuais Entrevistas semiestruturadas
2	Concepção global: compreensão do empreendedorismo cultural e territorial do Ilê Aiyê.	Compreender a história do grupo, porém com foco nas inovações culturais ligadas à territorialidade.	Observação pelo audiovisual Observação pela caminhada Entrevistas semiestruturadas
3	Concepção focada: compreensão do empreendedorismo cultural e territorial do Ilê Aiyê em suas principais inovações.	Compreender o empreendedorismo cultural e territorial do bloco afro focado no samba-afro, nas indumentárias, na Noite da Beleza Negra e na Escola Mãe Hilda.	Observação pela caminhada Observação pelo audiovisual Entrevistas semiestruturadas

1.4 Técnicas de Coleta de Dados

Foram utilizados três tipos de coleta de dados: pesquisa documental, dividida em documentos contextuais e documentos audiovisuais; observação, dividida em observação pela caminhada e observação pelo audiovisual; e entrevistas semiestruturadas.

1.4.1 Documentos contextuais

O Objetivo da pesquisa documental foi recolher informações sobre a história do Ilê Aiyê e suas inovações, seus membros e suas manifestações culturais. Através dos documentos contextuais, buscamos recolher informações sobre o bloco a fim de compreender sua história, seus objetivos e valores. Em um segundo momento adotamos uma análise global, buscando compreender a história do grupo, porém com foco nas inovações culturais. Em um terceiro momento adotamos uma análise focada, buscando compreender o empreendedorismo cultural e territorial do bloco afro focado em suas quatro principais inovações: o samba-afro, as indumentárias, A Noite da Beleza Negra e a Escola Mãe Hilda.

Foram coletados e analisados documentos textuais (quadro 5), como livros, dissertações de mestrado, teses de doutorado e releases sobre o bloco afro, assim como documentos públicos e fornecidos pela própria organização para complementar a etnografia audiovisual.

Quadro 5 – Relação dos documentos contextuais utilizados sobre o Ilê Aiyê

Tipo de documento	Autor	Título e ano	Descrição	Acesso
Livro	Itaú Cultural	Ocupação Ilê Aiyê – (2018)	Livro sobre o projeto Ocupação Ilê Aiyê	Público
Livro	Carlos Ailton Silva	Os Belos, o trânsito e a fronteira: Um Estudo sócio-antropológico sobre o discurso auto-referente do Ilê Aiyê (2008)	Livro sobre a história do Ilê Aiyê com imagens	Público
Livro	Niyi Afolabi	Ilê aiyê in Brazil and the reiventation of Africa (2016)	Livro sobre a história do Ilê Aiyê com imagens	Público
Tese de Doutorado	Gisele Audrey Mills	Ilê Aiyê: Performing Afro-Brazilian identity trough music (2011)	Tese de doutorado sobre o Ilê Aiyê e sua musicalidade	Público
Dissertação de Mestrado	Vânia Silva Oliveira	Ara-Ïtan: A dança de uma rainha, de um carnaval de uma mulher (2016)	Dissertação de mestrado sobre blocos afro de Salvador	Público

Fonte: Elaboração Própria

1.4.2 Documentos audiovisuais

Os documentos audiovisuais foram a principal fonte de dados para a etnografia audiovisual, metodologia adotada para a pesquisa em questão. Na etnografia audiovisual os dispositivos audiovisuais são uma rica fonte de informações, permitindo-nos saber sobre atmosferas, como elas são produzidas e sentidas pelos atores sociais no dia a dia (DAVEL et al., 2019). O audiovisual como recurso para a observação vem se popularizando em diferentes campos da pesquisa social, permitindo armazenar e representar as informações representadas.

A etnografia audiovisual é uma forma de produzir e comunicar conhecimento sobre cultura, gerando uma compreensão etnográfica mais ampla e focada (DAVEL et al., 2019). Os registros audiovisuais permitem documentar uma situação ou ambiente, sendo possível analisá-lo repetidas vezes, promovendo múltiplas interpretações de um mesmo contexto. Mais do que uma simples representação da realidade, o registro audiovisual potencializa a compreensão das experiências humanas, propiciando a produção de documentos culturais densos e ricos (DAVEL et al., 2019).

Para a análise e compreensão das quatro principais iniciativas empreendedoras do Ilê Aiyê, foram utilizados documentos audiovisuais a exemplo de vídeos e imagens disponíveis em plataformas públicas, como o Youtube e redes sociais. Os documentos audiovisuais, listados no quadro 6 foram utilizados nas três fases da pesquisa descritas no desenho metodológico.

No caso das redes sociais, foram analisadas as postagens compreendidas entre o período de janeiro de 2013 (início do uso das redes sociais por parte do Ilê Aiyê) a março de 2019, totalizando 400 arquivos entre imagens e vídeos sobre o Ilê Aiyê e suas atividades.

Quadro 6 – Relação dos documentos audiovisuais utilizados sobre o Ilê Aiyê

Tipo de documento	Autor	Título e ano	Descrição	Acesso
Vídeo	TVE Bahia	Ilê Aiyê – Do Axé Jitolú para o Mundo (2013)	Documentário sobre a história do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	Val Benvindo	Outra Face (2016)	Documentário sobre a história do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	Itaú Cultural	Ocupação Ilê Aiyê: Quem é mãe Hilda Jitolú (2018)	Série sobre a história do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	Itaú Cultural	Ocupação Ilê Aiyê: O carnaval na sala de Aula (2018)	Série sobre a história do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	Itaú Cultural	Ocupação Ilê Aiyê: A Política além do Carnaval (2018)	Série sobre a história do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	Itaú Cultural	Ocupação Ilê Aiyê: Quem é que sobe a ladeira do Curuzu (2018)	Série sobre a história do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	Itaú Cultural	Ocupação Ilê Aiyê: O resgate a ancestralidade e o futuro (2018)	Série sobre a história do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	Itaú Cultural	Ocupação Ilê Aiyê: A religiosidade do Ilê Aiyê (2018)	Série sobre a história do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	Itaú Cultural	Ocupação Ilê Aiyê: Beleza negra (2018)	Série sobre a história do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	Itaú Cultural	Ocupação Ilê Aiyê: O samba afro do Ilê Aiyê (2018)	Série sobre a história do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	Itaú Cultural	Ocupação Ilê Aiyê: Ah, se não fosse o Ilê Aiyê (2018)	Série sobre a história do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	Itaú Cultural	Ocupação Ilê Aiyê: Ser Negro (2018)	Série sobre a história do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	Geilson Souza	Ritual de saída Ilê Aiyê (2010)	Vídeo sobre a saída do Ilê no carnaval	Público
Vídeo	Portal Ibahia	Saída do bloco Ilê Aiyê na Liberdade (2018)	Vídeo sobre a saída do Ilê no carnaval	Público
Vídeo	Conexão Salvador	Beleza Negra (2020)	Matéria sobre a Noite da Beleza Negra 2020	Público
Vídeo	Governo da Bahia	Tradicional saída do Ilê Aiyê leva multidão à loucura no Curuzu (2020)	Vídeo sobre a saída do Ilê no carnaval	Público
Vídeo	Lourdes Fernandes	Que Bloco é esse (2019)	Documentário sobre o carnaval de 2019	Público
Vídeo	Lourdes Fernandes	Conversando sobre o Ilê (2019)	Matéria sobre os 45 anos do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	Petrobras	Que bloco é esse (2012)	Vídeo parte de uma série sobre blocos afros baianos	Público
Vídeo	Okay Africa	How Ilê Aiyê brought blackness back to carnival (2018)	Vídeo sobre o Ilê Aiyê no carnaval	Público
Vídeo	Eletrobras	Ilê Aiyê (2009)	Documentário institucional sobre o trabalho do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	Carolina Moraes-Liu	Ebony Godness: Queen of Ilê Aiyê (2010)	Documentário sobre a Noite da Beleza Negra	Público
Vídeo	Paint of the Globe Foundation	Ilê Aiyê: house of the World (2019)	Curta metragem sobre a história do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	TVE Brasil	Bahia, berço da Cultura Afro-Brasileira (2014)	Documentário em homenagem aos 40 anos do Ilê Aiyê	Público
Vídeo	TVBrasil	A questão racial: da ditadura à democracia (2014)	Documentário com Vovô do Ilê Aiyê sobre o bloco e o movimento negro	Público
Vídeo	TCC Ilê Aiyê	Escola Mãe Hilda (2012)	Vídeo a Escola Mãe Hilda	Público

Vídeo	Povo de Axé	Mãe Hilda: Mulher da Liberdade (2012)	Reportagem sobre Mãe Hilda Jitolú	Público
Vídeo	Na Trilha da Cultura	Escola Mãe Hilda do Ilê Aiyê (2013)	Vídeo sobre a Escola Mãe Hilda	Público
Rede Social	Ilê Aiyê	Instagram Oficial do Ilê Aiyê	Vídeos e fotos do Ilê Aiyê	Público
Rede Social	Ilê Aiyê	Página oficial do Ilê Aiyê no Facebook	Vídeos e fotos do Ilê Aiyê	Público
Rede Social	Ilê Aiyê	Página oficial do Ilê Aiyê youtube	Vídeos do Ilê Aiyê	Público
Website	Ilê Aiyê	Website oficial do Ilê Aiyê	Textos, vídeos e fotos do Ilê Aiyê	Público

Fonte: Elaboração Própria

1.4.3 Observação pela caminhada

O objetivo da observação foi compreender a relação entre o empreendedorismo cultural e a territorialidade com a formação de identidade negra. A técnica de observação foi utilizada com o objetivo de compreender e aproximar a pesquisadora da organização, sua história e inovações.

Para a observação pela caminhada utilizamos o método chamado de “caminhada consciente”. A caminhada consciente é uma forma interativa de conhecimento, permitindo que não só a visão, mas todos os sentidos, experimentem o entorno (JUNG, 2014). O método é uma técnica de observação inovadora, apropriada para estudos sobre territorialidade. O ato de caminhar permite que o pesquisador compreenda as experiências vividas, sendo fundamental capturar os sentimentos espontâneos que emergem dos atores sociais e do território.

Neste método caminhar é uma forma física de explorar o objeto de pesquisa, principalmente aqueles em que lidam com o relacionamento entre pessoas, organizações, lugares, comunidades e ambientes.

Durante as visitas à Senzala do Barro Preto foram observadas as instalações, os artefatos e a cultura material que compõe o local, além das interações formais e informais de seus participantes. O mesmo foi observado nas visitas à Escola Mãe Hilda, focando nos aspectos que tornam a escola inovadora em relação às escolas tradicionais.

Outro momento observado foi a festa da Noite da Beleza Negra, em fevereiro de 2020. A observação aconteceu em três momentos: a montagem, o momento da festa e o pós-festa. Nos momentos de montagem, acompanhamos também a preparação das candidatas ao título de Deusa do Ébano, a fim de compreender o evento a partir da ótica destas. Durante o evento foi observada a inovação em ação no seu território de atuação. Para isso, a caminha consciente foi utilizada mais uma vez, agora para permitir uma compreensão mais ampla dos impactos causados no território pelas inovações culturais.

Na semana seguinte à festa, observamos a tradicional concentração do Ilê Aiyê no Curuzu para a saída no carnaval. O momento é considerado um evento algo único e atrai moradores, turistas e famosos. Nesta ocasião observamos o ritual realizado pelo Ilê Aiyê antes de sua ida para avenida, a fim de compreender os aspectos culturais inerentes ao bloco e que serviram de inspiração para a sua criação.

As observações foram registradas em um diário de campo, em ordem cronológica. Para complementar a pesquisa, foram feitas observações nas entrevistas realizadas com os gestores, membros e candidatas ao título de Deusa do Ébano, a fim de analisar as reações provocadas pelos tópicos abordados nos entrevistados.

1.4.4 Observação pelo audiovisual

A pesquisa também contou com a observação pelo audiovisual, através da observação dos documentos e de registros audiovisuais feitos pela pesquisadora durante as visitas ao bloco afro Ilê Aiyê e ao bairro da Liberdade/Curuzu. Além das visitas, também foi registrada a festa da Noite da Beleza Negra, evento pré-carnavalesco que ocorre também na sede do bloco. Durante as visitas à Senzala do Barro Preto, sede do Ilê Aiyê, foram observados os aspectos que compõe o local, como as instalações, decoração e membros da organização. Foram também realizadas visitas às instalações da Escola Mãe Hilda, situada no subsolo da sede do bloco, onde ocorrem aulas do componente curricular tradicional sobre cultura afro-brasileiro, música e capoeira.

No caso da festa da Noite da beleza Negra, principal inovação cultural do bloco, foram registrados os momentos de preparação e acontecimento da festa. No dia do evento, buscamos registrar o ambiente da Festa da Noite da Beleza Negra, seu tipo de público e as diversas reações ao acontecimento por parte dos organizadores, candidatas do concurso e público. No caso das competidoras, acompanhamos o processo de preparação singular das candidatas ao título de Deusa do Ébano, registrando desde a sua chegada, até o momento de subir ao palco. O objetivo foi utilizar o material audiovisual coletado para materializar a observação, contribuindo para uma análise mais profunda do empreendedorismo cultural e territorial do Ilê Aiyê.

Além dos registros do Ilê Aiyê, foi registrado o bairro da Liberdade, região na qual se encontra o bairro do Curuzu, local onde nasceu o Ilê Aiyê. Para compreender melhor o território estudado e guiar os registros audiovisuais do local, também foi utilizado o método de pesquisa caminhada consciente (JUNG, 2014).

Ao longo deste processo, é importante prestar atenção não só no que se observa, mas também no que o pesquisador pensa e sente durante o processo exploratório. Neste contexto, as experiências se tornam o material empírico da pesquisa (JUNG, 2014) e, através da caminhada consciente, buscamos registrar as principais características do território onde o Ilê Aiyê se localiza. A caminhada consciente é uma forma física de explorar o local de pesquisa, principalmente naqueles onde há relação entre pessoas, organizações, lugares e comunidades, como é o caso do território da Liberdade/Curuzu.

1.4.5 Entrevistas semiestruturadas

As entrevistas semiestruturadas serviram como material auxiliar da etnografia audiovisual, ajudando a compreender o funcionamento da organização e de suas inovações culturais. A entrevista é um dos métodos mais utilizados para coletar e interagir com informações no campo de estudo, sendo considerada uma interação verbal, um recurso para produzir conhecimento (VERGARA, 2009).

As entrevistas são úteis quando se deseja obter informações sobre experiências de vida ou tendências futuras de um indivíduo, podendo ser utilizadas como um recurso em si ou como parte de um processo. Para esta pesquisa, optou-se pela entrevista semiestruturada, individual. A entrevista semiestruturada é focalizada, mas permite mudanças nas perguntas consideradas pertinentes e explicações aos entrevistados (VERGARA, 2009). Também foi feito o uso da estratégia de *snow ball*, quando um entrevistado indica outro para a formação de relação de pessoas que possam ser entrevistadas (VEGARA, 2009).

As entrevistas foram divididas em três etapas, previamente apresentadas no desenho metodológico da pesquisa. Para a primeira etapa foi entrevistado o presidente e fundador do bloco. O objetivo da entrevista é investigar a história do bloco afro, a fim de compreender os objetivos do grupo e sua influência em seu território de atuação. Além disso, buscamos compreender como o bloco surgiu e se desenvolveu ao longo dos anos, bem como as influências do território sobre o Ilê Aiyê.

Na segunda etapa, que teve como objetivo compreender o empreendedorismo cultural e territorial do Ilê Aiyê, foram entrevistados os responsáveis pelas inovações do bloco afro. O intuito foi recolher informações sobre as principais inovações culturais e territoriais do Ilê Aiyê ao longo de sua história. A terceira etapa também teve como objetivo compreender o empreendedorismo cultural e território do Ilê Aiyê, mas com foco na festa da Noite da Beleza Negra, uma das principais atividades do bloco afro. Para isso, foram entrevistados os

organizadores da festa. As entrevistas, listadas no quadro 7, tiveram duração de entre 25 e 60 minutos e foram realizadas no ano de 2019.

Quadro 7 – Caracterização das entrevistas iniciais

Categoria	Período	Duração	Meio
Presidente	Jul/2019	60 min	Presencial
Diretora da Escola Mãe Hilda	Jul/2019	30 min	Presencial
Organizadora da Noite da Beleza Negra 1	Ago/2019	45 min	Presencial
Organizadora da Noite da Beleza Negra 2	Out/2019	40 min	Presencial
Membro 1	Out/2020	30 min	Presencial
Membro 2	Jan/2020	25 min	Presencial

Fonte: Elaboração Própria

Foram construídos dois roteiros, a fim de coletar informações de diferentes tipos de perfis. O primeiro, descrito no quadro 8, foi construído para os gestores – como o presidente, a diretora da Escola Mãe Hilda e organizadores da Noite da Beleza Negra –, objetivando coletar dados para a elaboração do histórico do bloco, bem como compreender a origem e funcionamento de cada inovação.

O segundo roteiro, descrito no quadro 9, foi construído para entrevistar membros participantes da organização que residem no bairro da Liberdade, a fim de compreender a relação das inovações com o território.

Quadro 8 – Roteiro de entrevista para gestores

Foco da Etapa	Informações/Perguntas
Apresentação da pesquisadora e da pesquisa	<p>Pesquisador: Administradora, interessada no desenvolvimento de estudos e da prática do empreendedorismo cultural.</p> <p>Propósito da Pesquisa: Auxiliar no desenvolvimento de novas pesquisas na área de empreendedorismo cultural, territorialidade e economias criativas e na prática de profissionais destes campos.</p>
Ética da pesquisa	Permissão para gravar as entrevistas, deixando clara a confidencialidade e o anonimato, com o objetivo de obter informações verdadeiras e efetivas para a pesquisa.
Histórico	<ol style="list-style-type: none"> 1. Como surgiu a ideia para a criação de um bloco afro? Quem foi o responsável pela ideia? 2. Você considera o Ilê Aiyê uma iniciativa inovadora? 3. Quais influências culturais e sociais serviram de base para a formação da identidade do Ilê Aiyê? 4. O território da Liberdade/Curuzu teve influência na caracterização do Ilê Aiyê? Se sim, de que forma? 5. Como o surgimento do Ilê Aiyê impactou o território da Liberdade/Curuzu? 6. A criação do Ilê Aiyê teve consequências no quadro sociocultural de Salvador? Se sim, quais?
Inovações Culturais	<ol style="list-style-type: none"> 7. Como surgiu a ideia para a criação da inovação cultural? 8. Quais aspectos culturais serviram de base para a caracterização da inovação? 9. Quais os objetivos da inovação cultural? 10. O que torna essa iniciativa inovadora? 11. Quais os impactos da inovação no território da Liberdade/Curuzu? 12. Quais os impactos da inovação no quadro sociocultural de Salvador?

Quadro 9 – Roteiro de entrevista para membros

Foco da Etapa	Informações/Perguntas
Apresentação da pesquisadora e da pesquisa	<p>Pesquisador: Administradora, interessada no desenvolvimento de estudos e da prática do empreendedorismo cultural.</p> <p>Propósito da Pesquisa: Auxiliar no desenvolvimento de novas pesquisas na área de empreendedorismo cultural, territorialidade e economias criativas e na prática de profissionais dessas campos.</p>
Ética da pesquisa	Permissão para gravar as entrevistas, deixando clara a confidencialidade e o anonimato, com o objetivo de obter informações verdadeiras e efetivas para a pesquisa.
	<ol style="list-style-type: none"> 1. O que o Ilê Aiyê significa para você? 2. O que lhe motivou a fazer parte do Ilê Aiyê? 3. Você considera o Ilê Aiyê inovador? <p>O que mudou no bairro após o surgimento do Ilê Aiyê?</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Você acredita que as atividades empreendidas pelo bloco impactaram o bairro? Se sim, de que forma? 5. Você acredita que o bairro influenciou as atividades empreendidas pelo Ilê Aiyê? Se sim, de que forma?

1.4.6 Análise do Material Empírico

A construção da narrativa se deu através das experiências vividas pelos integrantes do bloco afro Ilê Aiyê, bem como por moradores do território do Curuzu. O conjunto dessas narrativas foi analisado, a fim de compreender como se dá a dinâmica do empreendedorismo cultural com o território, a partir das inovações culturais realizadas pelo bloco.

A análise do material empírico da pesquisa se deu através da análise de narrativas. Narrativa consiste em um texto escrito ou falado, que envolve uma sequência temporal de eventos e ações (MAITLIS, 2012). As narrativas ocupam um papel crítico na estruturação da experiência e identidade humana, sendo o meio central pelo qual os seres humanos constroem, descrevem e compreendem suas experiências (MAITLIS, 2012). A análise de narrativa é uma metodologia através da qual se estuda narrativas e histórias de experiências (KIM, 2016). Na pesquisa organizacional, a análise de narrativa é usada para explorar questões amplas como, como os indivíduos constroem sua identidade ocupacional, como o significado é criado, compartilhado e contestado entre os membros da organização.

Escolher a análise de narrativa envolve decidir como recontar histórias coletadas por você. Ou seja, o pesquisador precisa unir histórias em uma narrativa que melhor represente seus dados coletados (KIM, 2016). A análise de narrativa tem sido cada vez mais utilizada para complementar pesquisas etnográficas (RIESSMAN, 2008)

1.4.6.1 Narrativas sobre Inovações Culturais

Para esta fase, o material empírico foi gerado através dos documentos contextuais, documentos audiovisuais e entrevistas. A narrativa foi construída a partir do recolhimento de informações sobre a história do bloco, com foco em suas inovações culturais. Cada inovação cultural foi descrita, a partir das memórias dos gestores de cada uma das atividades, complementadas pelos documentos coletados e foram divididas em dois momentos. O primeiro momento consistiu na organização das histórias coletadas através das entrevistas com os gestores. No segundo momento, foram organizadas as histórias provenientes dos documentos contextuais e audiovisuais. Os resultados desta primeira fase foram um conjunto de narrativas sobre as inovações culturais do Ilê Aiyê.

1.4.6.2 Narrativas Sobre a Organização e seu Território

O material empírico utilizado na segunda fase também foi proveniente dos documentos contextuais, audiovisuais e entrevistas. No entanto, o foco desta fase recaiu nas relações entre

o bloco afro e o seu território, o Curuzu. Para isso, foram recolhidas histórias não só dos gestores, mas de outros integrantes e moradores do território. Os documentos contextuais e audiovisuais forneceram informações detalhadas sobre o território do Curuzu e Liberdade, bem como sobre a organização e sua relação com os moradores. Diante disso, o resultado da análise da fase dois consistiu em narrativas sobre o Ilê Aiyê e seus impactos no Curuzu e na vida dos demais moradores do território.

1.4.6.3 Narrativas de experiências territoriais e organizacionais

O material empírico utilizado na terceira fase foi oriundo da observação pela caminhada e observação pelo audiovisual. Através da caminhada, foram recolhidas histórias através de conversas informais com moradores, complementadas pelas narrativas criadas pela pesquisadora a partir do processo de observação do território e sua relação com a organização. Na observação pelo audiovisual, foram recolhidas informações através de vídeos e fotos, em visitas ao bairro, à sede do bloco, à Escola Mãe Hilda, a Noite da Beleza Negra e o terreiro de Mãe Hilda Jitolú. O material empírico coletado gerou narrativas sobre como a organização se conecta com seu território e suas consequências.

CAPÍTULO 2 – A TERRITORIALIDADE DO EMPREENDEDORISMO: PERSPECTIVAS E DESAFIOS PARA O EMPREENDEDORISMO CULTURAL (ARTIGO A¹)

The Territoriality of Entrepreneurship: Perspectives and Challenges for Cultural Entrepreneurship

Resumo

Encontramos pesquisas que relacionam o empreendedorismo com questões territoriais e espaciais. Todavia, desconhecemos pesquisas que pensem o empreendedorismo cultural em relação a essas questões. Ora, no contexto das economias culturais e criativas, sustentadas e dinamizadas pelas forças empreendedoras, pensar sua relação com as questões territoriais e espaciais não seria um caminho para tornar o desenvolvimento mais enraizado, político, distinto e robusto? O objetivo desta pesquisa é elaborar e discutir perspectivas e desafios para uma concepção territorial do empreendedorismo cultural. A pesquisa é teórico-conceitual, baseada em uma revisão sistemática das pesquisas acadêmicas publicadas sobre empreendedorismo, empreendedorismo cultural e territorialidade. Os resultados da pesquisa fornecem (a) uma visão integrada de como os conceitos territoriais são utilizados no campo do empreendedorismo, (b) perspectivas espaciais para reorientar novas pesquisas sobre empreendedorismo cultural, e (c) uma discussão sobre essa reorientação.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo Cultural; Territorialidade.

Abstract

We found research that links entrepreneurship with spatial and territorial issues. However, we are unaware of research that thinks cultural entrepreneurship in relation to these issues. Now, in the context of cultural and creative economies, sustained and dynamized by entrepreneurial forces, wouldn't thinking about their relationship with territorial and spatial issues be a way to make development more rooted, political, distinct and robust? The objective of this research is to elaborate and discuss perspectives and challenges for a territorial conception of cultural entrepreneurship. The research is theoretical-conceptual, based on a systematic review of published academic research on entrepreneurship, cultural entrepreneurship and territoriality. The survey results provide (a) an integrated view of how territorial concepts are used in the

¹ O artigo segue os padrões de formatação e referências exigidos pela revista *Gestão & Regionalidade*, a qual foi submetido para avaliação e publicação. Artigo aprovado e apresentado na conferência acadêmica: IV Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais, Recife, 2019.

field of entrepreneurship, (b) spatial perspectives to reorient new research on cultural entrepreneurship, and (c) a discussion of this reorientation.

Keywords: Entrepreneurship; Cultural Entrepreneurship; Territoriality

Introdução

Embora as discussões sobre empreendedorismo não sejam recentes, ao discutirmos a relação do empreendedorismo com a cultura, as produções ainda se apresentam de forma escassa, dispersa e pouco integrada (DAVEL; CORA, 2016). O empreendedorismo cultural refere-se a criação e busca de ideias inovadoras por aqueles engajados em atividades artísticas e culturais, e que aplicam, compartilham e distribuem trabalho criativo (ELIAS et al., 2018). Há uma crescente valorização dos empreendimentos culturais, não só no cenário nacional, mas também no internacional, graças ao seu caráter peculiar e diferente, que os diferenciam dos empreendimentos tradicionais. A cultura é o mecanismo pelo qual se produz inovações em condições de incerteza, devendo ser compreendida como motor da economia, e não o inverso (HARTLEY et al., 2015). As economias criativas combinam os níveis mais íntimos da identidade pessoal e expressão dos atores sociais a sistemas de escala global. A dimensão cultural carece de reconhecimento, uma vez que, mais do que a economia e tecnologia, o sistema que gera criatividade é a cultura (HARTLEY et al., 2015).

Ao longo do tempo, o empreendedorismo cultural vem recebendo pouca atenção por parte dos estudiosos do campo do empreendedorismo. O quadro se agrava quando discutimos as relações do empreendedorismo cultural com a territorialidade. Dentro do vasto universo de pesquisas sobre empreendedorismo, os estudos focados nas relações entre cultura e territorialidade praticamente inexistem. Embora ainda pouco abordada, a territorialidade é parte importante na caracterização de um empreendimento cultural. Mesmo quando sabemos que o empreendedorismo cultural requer a interação das experiências vividas e crenças pessoais com um ambiente (ELIAS et al., 2018), este ambiente não é estudado a partir das teorias espaciais e territoriais.

Cultivar as artes e o empreendedorismo cultural permite o florescimento da economia criativa, crescente nas cidades e regiões, por causa da identificação constante de oportunidades e tangibilização de atividades culturais (KUHLE et al., 2016). As economias criativas e culturais são abordadas do ponto de vista territorial, uma vez que ocorrem em territórios como bairros, cidades e países. O empreendedorismo cultural é essencial para entender e dinamizar a economia criativa, ou seja, é necessário que se vislumbre a territorialidade também como parte

do empreendedorismo cultural. Com efeito, os estudos sobre empreendedorismo têm se conectado com territórios como bairros, cidades e países buscando compreender como eles se desenvolvem e se tornam locais de crescimento econômico e industrial, centros de inovação e criatividade, arena para profissionais criativos e para minorias (STEYAERT, 2004). Apesar disso, a relação entre empreendedorismo cultural e território se mostra incipiente nos estudos atuais (KUHLKE et al., 2016; HARTLEY et al., 2015; ELIAS et al., 2017). As artes e o empreendedorismo cultural já vem sendo compreendidos como dispositivos para ajudar a solucionar preocupações da sociedade, como uma forma de fomentar a sustentabilidade das artes, como fonte de independência para indivíduos na economia criativa e como chave no desenvolvimento de cidades criativas (KUHLKE et al., 2016).

O objetivo desta pesquisa é elaborar e discutir perspectivas e desafios para uma concepção territorial do empreendedorismo cultural. A pesquisa é teórico-conceitual, baseada em uma revisão sistemática das pesquisas acadêmicas publicadas sobre empreendedorismo, empreendedorismo cultural e territorialidade. Essa revisão foi realizada nas bases de dados nacionais e internacionais (SPELL, SCIELO, Sage Publications, Routledge, Periódicos CAPES, JSTOR, EBSCO, Library of Congress, Emerald, Academy of Management, Amazon, Estante Virtual). As palavras-chaves utilizadas para a busca foram: empreendedorismo, entrepreneurship, empreendedor, entrepreneur, espaço, space, território, territory, comunidade, community, cultura, culture, cultural, cultural. A partir de uma primeira etapa de seleção (produções consistentes e coerentes) e análise deste material (artigos, livros, capítulos de livros, teses, dissertações, etc.), mapeamos suas referências bibliográficas na busca de outras produções relevantes. Ou seja, o processo de revisão ocorreu dentro de uma dinâmica de bola de neve, que chegou a um fim quando nenhuma referência emergia como nova e relevante. Encontramos e selecionamos vinte e cinco artigos científicos que abordam o empreendedorismo relacionado à territorialidade. Nenhuma pesquisa que relacione o empreendedorismo cultural com territorialidade foi encontrada.

A partir da análise sistemática de todas as produções selecionadas, desenvolvemos e propomos um novo olhar sobre a relação do empreendedorismo cultural com os campos da territorialidade, identidade e experiência, através do que chamamos de territorialidade como uma experiência identitária. A identidade territorial pode ser concebida como uma construção social, sendo resultado das relações culturais e políticas que os grupos sociais estabelecem em um território (SANTOS; DAVEL, 2018). Território, enquanto que a experiência é constituída de sentimento e pensamento, sendo definida como a capacidade de aprender a partir das

próprias vivências. A forma como nos movimentamos no espaço é diferenciada pela experiência. Os resultados da pesquisa buscam contribuir com o avanço do conhecimento sobre a dimensão territorial do empreendedorismo cultural ao fornecer (a) uma visão integrada de como os conceitos territoriais são utilizados no campo do empreendedorismo, (b) perspectivas espaciais para reorientar novas pesquisas sobre empreendedorismo cultural e (c) uma discussão sobre essa reorientação.

2.1 Empreendedorismo Cultural e Territorialidade: Relações Necessárias

2.1.1 Territorialidade nas Pesquisas sobre Empreendedorismo

Várias pesquisas abordam a territorialidade a partir de distintas categorias territoriais em relação a tipos específicos de empreendedorismo (Quadro 10). No entanto, podemos observar a convergência para preocupações territoriais voltadas sobretudo para questões econômicas, sociais e ambientais. Essas pesquisas não são voltadas para o empreendedorismo cultural; preocupam-se de abordagens mais gerais do empreendedorismo ou enfoques outros que o cultural (por exemplo, empreendedorismo social).

Quadro 10 – Territorialidade nas Pesquisas sobre Empreendedorismo

Tipos de empreendedorismo	Categoria territorial	Relevância territorial do empreendedorismo
Empreendedorismo Nativo	Território nativo	O território aparece como um espaço a ser explorado de forma sustentável. O empreendedorismo territorial foca na geração de renda e solução de problemas sociais (AWATERE et al., 2017; PEARSON; HELMS, 2013; KOKKRANIKAL; MORRISON, 2002; APRIL, 2008).
Empreendedorismo Comunitário	Comunidade	O território aparece como local de desenvolvimento econômico e social. O empreendedorismo territorial é tido como uma ferramenta para amenizar a situação de pobreza das comunidades, que vivem marginalizadas, ajudando a solucionar problemas sociais ignorados pelo governo (LONDON; MORFOPOULOS, 2009; PEREDO; CHRISMAN, 2006; IMAS et al., 2012; QUEIROZ et al., 2014; LOBO et al., 2016; BARRAGAN; AYAVIRI, 2017; WANG; MORRELL, 2015).
Empreendedorismo Urbano	Cidade, bairro	Foco no território na perspectiva geopolítica, onde o empreendedorismo surge como ferramenta para solução de problemas causados pela injusta provisão de bens e serviços, como problemas ambientais e socioeconômicos. O território serve como laboratório vivo para o indivíduo empreendedor (MUÑOZ; COHEN, 2015; MUÑOZ; COHEN, 2016; COHEN et al., 2016; CARVALHO et al., 2017; CALVET-MIR; MARCH, 2019).
Empreendedorismo Rural	Espaço rural	Foco no aspecto econômico do empreendedorismo. O território aparece como fonte de renda e desenvolvimento para a economia rural, através da exploração do espaço físico com o turismo (GORBUNTSOVA et al., 2018).
Empreendedorismo Étnico	Grupos étnicos	Foco no capital social, onde o território influencia o empreendedorismo e o empreendedor influencia o grupo étnico. O empreendedorismo territorial aparece como forma de desenvolvimento econômico e engajamento dos grupos (CHOI, 2013; HEBERER, 2007).

Empreendedorismo Geográfico	Espaço geográfico	O conceito de território aparece como espaço geográfico, moldando o empreendedorismo. O empreendedorismo aparece como atividade social, ligado a cultura através das indústrias criativas (STEYAERT; KATZ, 2004; SCHIRAY et al., 2017).
-----------------------------	-------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Elaboração própria

No **empreendedorismo nativo**, os estudos encontrados trabalham com as comunidades nativas, a exemplo da Maori. Na categoria do território nativo, o empreendedorismo surge como uma ferramenta de desenvolvimento financeiro e social para essas comunidades em situação de marginalidade. Um ponto importante levantado pelos pesquisadores do campo é a preocupação do empreendedorismo nativo em solucionar problemas sociais negligenciados pelos governos (PEARSON; HELMS, 2013). O foco dos estudos são as comunidades indígenas, sendo utilizado como uma forma de geração de renda através das atividades desenvolvidas nas comunidades, como o turismo e o artesanato (KOKKRANIKAL; MORRISSON, 2002). No empreendedorismo nativo existe uma grande preocupação com o desenvolvimento sustentável e com o bem-estar das comunidades nativas, dando uma perspectiva humanizada ao empreendedorismo, diferente da ideia de maximização dos lucros atribuída ao empreendedorismo pela sociedade. É um tipo de empreendedorismo com uma base filosófica, uma vez que se apoia nos princípios e valores dos nativos (AWATERE et al., 2017). O objetivo dos estudos é compreender o papel do empreendedor na construção de um capital social para essas comunidades (APRIL, 2008). Nesse contexto, o território nativo é visto como uma ferramenta de trabalho e geração de renda, para ajudar a solucionar os problemas sociais das comunidades que lá habitam. O território nativo é visto como um espaço físico, com potencial para ser explorado de forma sustentável, onde o mesmo é pensado para desenvolver financeira e socialmente as comunidades indígenas.

Os estudos sobre **empreendedorismo comunitário** possuem uma abordagem mais ampla, trabalhando com tipos diferentes de comunidades. O campo possui forte ligação com o empreendedorismo social, aparecendo como uma ferramenta de desenvolvimento comunitário complementar (LONDON; MORFOPOULOS, 2009). Nesse contexto, o empreendedorismo comunitário é tido como uma forma de ajudar a amenizar situações crônicas de pobreza, levando em consideração o desenvolvimento sustentável das comunidades (PEREDO; CHRISMAN, 2006). Os empreendedores comunitários são oriundos de lugares e contextos excluídos, inclusive do contexto empreendedor, que privilegia o objeto da economia (IMAS et al., 2012). Um exemplo é o das mulheres, onde a maioria dos estudos tratam das dificuldades que elas encontram no fazer empreender, negligenciando aspectos como o desenvolvimento

individual e comunitário (WANG; MORREL, 2015). Dentro do contexto do empreendedorismo comunitário, foi possível encontrar um viés cultural, onde se levanta a importância da identidade cultural no fazer empreendedor (QUEIROZ et al., 2014). O turismo sustentável também aparece no contexto do empreendedorismo comunitário como uma ferramenta de auxílio ao desenvolvimento do território, ainda que de forma pouco presente na maioria dos estudos da área (LOBO et al., 2016). O empreendedorismo comunitário busca compreender a relação entre empreendedorismo e desenvolvimento local, onde o território aparece como local de desenvolvimento social (BARRAGAN; AYAVIRI, 2017).

No **empreendedorismo urbano**, a noção de território se localiza nas cidades e bairros. O empreendedorismo urbano busca compreender como indivíduos conseguem ajudar a resolver anomalias específicas de um território e promover o bem-estar urbano através do empreendedorismo (MUÑOZ; COHEN, 2016). O empreendedor urbano atua em locais onde há significantes problemas socioeconômicos, culturais e ambientais, utilizando o território como laboratório vivo. Ao invés de buscar oportunidades de mercado, o empreendedor urbano procura enxergar o território como um todo, focando em resolver problemas causados pela inadequada provisão de bens e serviços por parte do governo (COHEN et al., 2016). O empreendedorismo urbano também possui ligação com as áreas da cultura e turismo, que servem como ferramenta de auxílio ao desenvolvimento dos territórios (CARVALHO et al., 2017). É no empreendedorismo urbano que surge o conceito de jardinagem urbana, no contexto do empreendedorismo social, ocupando e ressignificando locais marginalizados dentro dos territórios (CALVET-MIR; MARCH, 2019).

Dos tipos de empreendedorismo encontrados, o **empreendedorismo rural** é o que concentra o menor número de achados. O empreendedorismo rural é uma parte importante do processo de inovação de aproveitamento, desenvolvimento de comunidades e criação de empregos, aparecendo como aspecto vital para o desenvolvimento da economia rural (GORBUNTS OVA et al., 2018). A relação com o território aparece de forma superficial, onde o mesmo é tido como um gerador de fonte de renda e desenvolvimento da economia rural. As comunidades indígenas também se fazem presentes no campo do empreendedorismo rural, analisando a exploração do poder que cerca o desenvolvimento da indústria do turismo.

O **empreendedorismo étnico** entende que o empreendedorismo foi um fator chave para desenvolvimento econômico e de grupos étnicos ao longo da história (CHOI 2013). Os estudos sobre o tema trabalham a relação do empreendedorismo com a identidade étnica, onde os empreendedores são portadores de símbolos étnicos e agentes modernizadores, ajudando a

moldar a identidade do território em que os grupos habitam. Nesse contexto, o território influencia o empreendedorismo e o empreendedor influencia o grupo étnico (HEBERER, 2007). Um exemplo é a comunidade de Nuosu, na China, onde os empreendedores étnicos formam uma nova economia e elite, ajudando a moldar a consciência coletiva da comunidade em que estão inseridos.

No **empreendedorismo geográfico**, o empreendedorismo é considerado uma atividade social (STEYAERT; KATZ, 2004). Nesse contexto, os estudos buscam explorar e refletir sobre as implicações de se conceber o empreendedorismo considerando-o mais como um fenômeno social do que econômico. São explorados os aspectos geopolítico, discursivo e social dos espaços onde o empreendedorismo é produzido na sociedade e o seu impacto na vida cotidiana. Dentro do campo, encontramos discussões sobre economia criativa e o seu potencial como ferramenta de desenvolvimento social (SCHIRAY et al., 2017). O exemplo presente ligado a economia criativa é o da Favela da Mangueira, na cidade do Rio de Janeiro. O estudo mapeou dezessete iniciativas associadas à economia criativa na favela da Mangueira, no Rio de Janeiro. As iniciativas desenvolvem atividades artísticas e culturais que ajudam os jovens da comunidade a conhecer a história de suas famílias. Esse conhecimento ajuda a fortalecer os laços sociais e empoderamento individual, contribuindo para o desenvolvimento do empreendedorismo local. O estudo conclui que a dinâmica da economia criativa nas favelas da Mangueira também representa um caso de inovação social, usando ferramentas de tecnologia social.

Algumas constatações podem ser feitas a partir da análise desse conjunto de pesquisas sobre empreendedorismo e territorialidade. A primeira constatação é a **predominância de uma concepção econômica, social e ambiental da territorialidade do empreendedorismo**. Como visto na maior parte dos estudos, o território aparece como uma ferramenta fundamental para a geração de renda, por vezes sendo a única fonte de ganho das comunidades. Em termos sociais, o território aparece como um espaço onde os empreendedores podem colocar suas ideias inovadoras em prática, ajudando a amenizar os problemas sociais e ambientais existentes em um determinado contexto, chegando a locais onde o governo não chega. Foi possível observar que o empreendedorismo é tido como uma ferramenta para a resolução de problemas sociais, de engajamento de grupos e de desenvolvimento econômico. Nesse contexto, a territorialidade aparece como uma ferramenta auxiliar, servindo principalmente de laboratório para os empreendedores (local onde eles podem colocar em prática suas ideias inovadoras), como plataforma para a economia da inovação, como fonte de renda e de desenvolvimento social.

A segunda constatação indica que **a dimensão cultural da territorialidade aparece de forma pontual**. A dimensão cultural aparece de forma mais evidente nos empreendedorismos nativos e étnicos que trabalham com comunidades indígenas e asiáticas, respectivamente. No caso dos indígenas, há um enfoque na cultura Maori que molda o empreendedorismo com base nos seus costumes. No empreendedorismo étnico das comunidades asiáticas, o empreendedorismo territorial é utilizado para perpetuar a cultura da comunidade, a exemplo da comunidade coreana no estudo de Choi (2013), parte de uma instituição religiosa. No estudo em questão, o empreendedorismo étnico é um fator chave para o desenvolvimento econômico de comunidades e ao longo da história, tem se mostrado vital para a dinâmica de comunidades e como oportunidade de desenvolvimento para minorias marginalizadas. Os estudos abordam a cultura a partir de uma visão economicista, onde a mesma serve de auxílio para a geração de renda das comunidades

A terceira constatação revela que **a dimensão territorial do empreendedorismo está associada a territórios e grupos marginalizados**. Ou seja, os estudos apresentam limitações. não só na abordagem territorial, como nos objetos de estudo, mas, em sua maioria, trabalhando com comunidades indígenas. É interessante observar que os estudos que não trabalham com comunidades indígenas, trabalham com outros tipos de minorias e grupos vulneráveis, a exemplo das mulheres, asiáticos e moradores de territórios marginalizados. Foram encontradas pesquisas que abordam territórios como comunidades, cidades, estados e arquipélagos, porém não encontramos nenhuma que focasse em territórios como bairros e países.

2.2 Territorialidade e Empreendedorismo Cultural: Carências e Necessidades

Com a análise das pesquisas encontradas, identificamos duas grandes carências no que diz respeito as relações do empreendedorismo cultural como campo da territorialidade. A primeira carência é a ausência de uma perspectiva cultural que enfatize a identidade e a experiência do empreendedorismo. Há uma predominância das concepções econômica, social e ambiental da territorialidade, com a cultura aparecendo de forma pontual. Na maioria dos estudos, o aspecto cultural se concentra no turismo e artesanato, com apenas um estudo abordando a cultura do ponto de vista das economias criativas.

O território possui uma dimensão simbólica e cultural, através de uma identidade atribuída pelos atores sociais que o compõe (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009). Diante disso, é possível perceber que as temáticas cultura e identidade estão intimamente ligadas dentro da perspectiva territorial. A identidade pode contribuir para o processo de desenvolvimento da

autonomia de atores sociais nos mais variados níveis sociais, especialmente os mais necessitados e desamparados pelas políticas públicas do Estado (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009). No que tange a experiência, podemos defini-la como sendo a forma pela qual o indivíduo conhece e constrói sua realidade, onde a forma como nos movimentos no espaço é diferenciada por ela (TUAN, 2013). O ser humano possui papel fundamental na formação de um território, conferindo-lhe conteúdo através de suas experiências. Compreender a cultura, identidade e as experiências dos atores sociais é crucial para compreender o território como um todo, uma vez que a cultura molda a identidade ao dar sentido à experiência e às escolhas identitárias (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009).

A segunda carência diz respeito a ausência de uma análise da perspectiva territorial do empreendedorismo cultural. As economias criativa e cultural são abordadas do ponto de vista territorial, uma vez que ocorrem em territórios como bairros, cidades e países e a sua relação com a cultura é inegável. O empreendedorismo cultural é essencial para entender e dinamizar a economia criativa, ou seja, é necessário que se vislumbre a territorialidade também como parte do empreendedorismo cultural. Os estudos sobre empreendedorismo têm se conectado com as cidades, buscando compreender como elas se desenvolvem e se tornam locais de crescimento econômico e industrial, centros de inovação e criatividade, casa para profissionais criativos e para minorias (STEYAERT, 2004). Apesar disso, a relação entre empreendedorismo cultural e território se mostra incipiente nos estudos atuais (KUHLMKE et al., 2016; HARTLEY et al., 2015; ELIAS et al., 2018).

Para os empreendedores culturais, é importante compreender o contexto com o qual vão trabalhar, buscando conhecer o quadro político e econômico das cidades e regiões, problemas locais, além do perfil de consumidores e trabalhadores. O contexto local é um composto das particularidades da comunidade local e do território, sendo necessário que o empreendedor cultural se familiarize com esse contexto (KUHLMKE et al., 2016).

2.3 Perspectivas Territoriais para Avançar a Pesquisa sobre Empreendedorismo

2.3.1 A Perspectiva da Territorialidade como Identidade

A identidade possui papel fundamental nas discussões sobre territorialidade, sendo entendida como um processo relacional e histórico, efetivado cultural, econômica e politicamente (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009). Há algum tempo os estudos organizacionais estudam sobre a identidade organizacional, considerando a identidade como processo, como dinâmica, como estratégia, como poder, como controle, como narrativa e como trabalho

(DAVEL et al., 2016). Diante disso, embora muito já se saiba sobre identidade organizacional, pouco se sabe sobre sua relação com a identidade do território em que ela está situada. O território se mostra uma dimensão crucial para a construção identitária, uma vez que a identidade é fruto das relações sociais e as mesmas necessitam de um lugar para se desenvolverem (DAVEL et al., 2016). A identidade territorial não é unitária, sendo intercalada por várias outras identidades e seus conteúdos simbólicos (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009).

O território precisa ser compreendido numa perspectiva integrada, ou seja, como um domínio politicamente estruturado e como apropriação simbólica e identitária, inerente a uma determinada classe social. Nesse contexto, há uma conjugação entre os processos políticos e culturais como principais definidores de um território (HAESBAERT, 1997). Em sua constituição, o território envolve, ao mesmo tempo, uma dimensão simbólica e cultural, através de uma identidade atribuída pelos atores sociais que ali habitam, e uma dimensão político-disciplinar, como forma de controle desses atores. É através dos símbolos que se dá sentido às relações sociais, onde a identidade pode ter um caráter mais ou menos duradouro, a depender das condições de vida dos grupos sociais (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009).

Embora pouco explorada pelos estudiosos de organizações, a identidade territorial está também ligada a muitas práticas organizacionais relacionadas a produtos e serviços. Produtos ou serviços podem se utilizar de uma identidade marcante, a ponto de se tornarem indissociáveis do território em que são produzidos, conseguindo se consolidarem como marcas regionais e nacionais, chegando ao ponto de ganhar destaque no âmbito da economia internacional (DAVEL et al., 2016). É possível identificar duas formas diferentes de identidades culturais, onde a primeira ocorre quando um determinado grupo social busca recuperar sua história e uma cultura partilhada representada pela identidade. A segunda é baseada no reconhecimento entre os atores sociais e suas reivindicações comuns. Os autores entendem a identidade territorial de maneira híbrida, ou seja, como um processo de relações sociais, econômicas, políticas e culturais (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009)

A força política e cultural dos grupos sociais que habitam um território influencia diretamente na formação da sua identidade territorial, ao passo em que a cultura possui a capacidade de moldar a identidade ao dar sentido às escolhas identitárias (HAESBAERT, 1997). O território é tido como um espaço que não pode ser considerado estritamente natural, político, econômico ou cultural (HAESBAERT, 2011). Antes de tudo, o território é definido com base nas relações social, culturais e políticas e no contexto histórico em que se insere, sendo fundamental contextualizar historicamente o território com o qual vamos trabalhar.

A identidade territorial pode ser concebida uma construção social, sendo resultado das relações culturais e políticas que os grupos sociais estabelecem em um território (SANTOS; DAVEL, 2018). Território e identidade influenciam-se mutuamente, uma vez que é fruto das relações sociais, e não há relação social que aconteça descolada da dimensão territorial (SANTOS; DAVEL, 2018). A construção da identidade territorial leva à compreensão dos potenciais de identidade e no reconhecimento das matrizes identitárias do território (CEZÉRIO; DAVEL, 2017, p. 271).

O espaço geográfico, também chamado de território usado, é uma ligação entre o mundo e a sociedade, onde as ações e os objetos são indissociáveis, tornando-se uma instância social (SANTOS, 1996). Nesse contexto, a territorialidade pode ser compreendida como um processo de relações sociais, tanto político e culturais, como econômicas de um grupo social (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009). Ou seja, a identidade pode ser compreendida de maneira híbrida, como um processo histórico e relacional, efetivado tanto pela cultura como pela economia e política. A identidade territorial é constituída pelas relações territoriais que estabelecemos no dia a dia, envolvendo as obras materiais e imateriais produzidas pela sociedade, como as músicas, crenças, valores, casas, etc. (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009).

2.3.2 A Perspectiva da Territorialidade como Experiência

Experiência é o termo capaz de abranger as diferentes maneiras pelas quais o ser humano conhece e constrói sua realidade, onde essas maneiras podem ser diretas, como os cinco sentidos, ou indiretas, como o valor simbólico (TUAN, 2013). A experiência é constituída de sentimento e pensamento, sendo definida como a capacidade de aprender a partir das próprias vivências. A forma como nos movimentamos no espaço é diferenciada pela experiência. É possível termos noção de espaço fazendo uso somente do paladar, olfato e audição, mas para acessarmos a emoção ligada a experiência, a maioria das pessoas faz uso dos cinco sentidos mutuamente, tornando a vivência mais rica (TUAN, 2013).

A percepção do espaço depende da qualidade dos seus sentidos e da capacidade de sua mente de extrapolar as informações recebidas pelo território. A forma como nos movimentamos no espaço é diferenciada pela experiência. Um objeto ou lugar atinge realidade concreta quando nossa experiência com ele é total, ou seja, através dos sentidos e da mente. Não é possível definir o indivíduo, a comunidade e a sociedade sem inseri-los num determinado contexto territorial (HAESBAERT, 2011). Ao residir por muito tempo em um espaço, podemos conhecê-

lo de forma íntima, mas sua imagem não necessariamente será nítida, a menos que também possamos vê-lo de fora e possamos pensar em nossa experiência no lugar.

Para falar sobre noção de espaço do ser humano, é importante começarmos pela noção de espaço das crianças. Apesar de as crianças estarem sob influências culturais constantes, que moldam suas ideias de espaço e lugar, é possível dizer que a criança não tem mundo. Tal afirmação é feita porque a criança não tem a capacidade de distinguir o seu eu do ambiente externo. A criança encara a mãe como sendo seu primeiro lugar, onde mais tarde entra a noção emocional, com a mãe se tornando uma fonte segura de abrigo e bem-estar físico-psicológico. A medida em que cresce, a criança passa a se apegar a objetos e não pessoas, até chegar ao momento de se apegar a localidades.

O espaço geográfico da criança cresce à medida que elas vão envelhecendo, mas não necessariamente em direção a escala maior. A criança estreita seus laços emocionais com espaços que são feitos na escala de idade delas. Crianças pequenas se contentam em se esconder em espaços pequenos, como móveis. Já crianças mais velhas buscam espaços maiores, como espaços na natureza ou construídos pelo ser humano. Ao envelhecermos, sentimos a necessidade de apoiarmos nossas necessidades emocionais em espaços e lugares, não necessariamente ligando tal necessidade ao tamanho do lugar. Ao contrário da criança, o adulto pode atribuir um profundo significado a um espaço ao acumular sentimento no lugar durante os anos.

Para a geografia, território e territorialidade são conceitos centrais, por dizerem respeito a espacialidade humana. Nesse contexto, o espaço é tido como categoria geral de análise e o território como conceito, ou seja, o espaço, do ponto de vista epistemológico, é uma categoria vaga, enquanto o território é um conceito preciso (HAESBAERT, 2011). Apesar de dividir o espaço com outros animais, o ser humano responde ao espaço de maneiras complexas, que não competem aos outros animais. A pessoa humana possui papel fundamental na formação do espaço geográfico, assumindo a função de conferir conteúdo às formas espaciais (SANTOS, 1996). Sem a ação humana, o espaço seria paisagem, uma vez que o ser humano é que lhe atribui conteúdo. A configuração territorial e o espaço são coisas distintas, uma vez que o território vem a sua materialidade, enquanto o espaço reúne a materialidade à vida que a anima (SANTOS, 1996). O território é correspondente aos complexos naturais e construções feitas pelo ser humano, sendo construído historicamente como a negação da natureza natural.

A espécie humana é produtora de símbolos e possui como característica o apego de seus membros aos lugares. Os cientistas sociais tendem a encarar a cultura como fator explicativo

para diferenças de entendimento do conceito de espaço e lugar entre os homens que habitam diferentes espaços (TUAN, 2013). Uma pessoa pode vivenciar um espaço de várias formas diferentes, ou até mesmo de mais de uma forma por vez. O espaço geográfico do ser humano cresce à medida em que ele vai envelhecendo, mas não necessariamente em direção a escala maior. A criança estreita seus laços emocionais com espaços que são feitos na escala de idade dele. Ao envelhecermos, sentimos a necessidade de apoiarmos nossas necessidades emocionais em espaços e lugares, não necessariamente ligando tal necessidade ao tamanho do lugar. Ao contrário da criança, o adulto pode atribuir um profundo significado a um espaço ao acumular sentimento no lugar durante os anos.

A questão do território transita por diversas áreas, a exemplo da ciência política, economia, antropologia, sociologia e psicologia, cada uma em uma determinada perspectiva. Enquanto a geografia foca na materialidade do território, a economia, por exemplo, percebe o território como fator locacional ou como uma base de produção. Na perspectiva cultural, também chamada de simbólico-cultural, o território é visto como produto da apropriação simbólica de um grupo relação ao seu espaço (HAESBAERT, 2011). A forma como as pessoas percebem o mundo e atribuem valores às suas partes é diferente. As culturas têm percepções diferentes sobre a elaboração dos esquemas espaciais, onde as semelhanças encontradas são derivadas da estrutura e valores do corpo humano. A cultura e a experiência têm profunda influência na interpretação do indivíduo sobre o espaço. O espaço é mais do que um ponto de vista ou sentimento fugaz, é uma condição para a sobrevivência biológica do ser humano (TUAN, 2013).

2.4 A Perspectiva da Territorialidade como Experiência Identitária: Prospecções e Desafios para a Pesquisa em Empreendedorismo

A territorialidade do empreendedorismo poder ser concebida sob uma nova perspectiva baseada na identidade e experiência. Chamamos esse novo olhar de territorialidade como experiência identitária, onde as experiências dos atores sociais caracterizam o território, ao passo em que a identidade territorial é fortalecida pelo empreendedorismo. A identidade é produto dos processos históricos e relacionais de um indivíduo ou grupo social, configurando-se como um patrimônio territorial (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009). A experiência refere-se a forma como o ser humano se movimenta e vivencia um ambiente (TUAN, 2013). Territorialidade, identidade e experiência acontecem de forma simultânea, onde uma influência a outra dentro de uma relação dinâmica.

A territorialidade como experiência identitária é uma perspectiva integradora, onde as teorias sobre identidade e experiência se misturam e se complementam, no contexto territorial. Nesse contexto, a identidade é construída e fortalecida a partir das experiências dos atores sociais com o território. A experiência depende do território para que aconteça, enquanto é constituído pelas experiências de quem o habita, uma vez que são os seres humanos que lhe agregam conteúdo, transformando um lugar em território. Na visão da territorialidade como uma experiência identitária, o ser humano percebe o território a partir de suas dimensões culturais, políticas e sociais e compreendem que a pessoa humana possui papel fundamental na formação da identidade desse território. Cada pessoa vivencia e experimenta um território de maneira diferente, o que nos leva a entender a identidade territorial como fruto das experiências de quem o compõe.

No contexto do empreendedorismo cultural, a identidade e experiência territorial se apresentam como uma forma de compreender o território como um todo. Os empreendimentos culturais se apoiam em experiências vividas e crenças pessoais, buscando compreender o processo pelo qual os empreendedores experimentam e interagem com um ambiente. O empreendedorismo cultural se faz importante para as economias criativas, uma vez que torna o campo dinâmico. Considerando que as economias criativas se desenvolvem em territórios, compreender a territorialidade do empreendedorismo cultural se faz necessário. Nesse contexto, os atores sociais fazem parte do processo de produção criativa, fazendo dos aspectos identitários e experiências importantes para a compreensão e desenvolvimento das economias criativas,

A experiência é um aspecto importante para as economias criativas, uma vez que ela combina a identidade pessoal e as expressões dos atores sociais ao sistema de escala global que é a cultura. Dentro desse contexto, compreender a forma como as pessoas vivenciam e se comportam em um território se faz fundamental para o empreendedorismo cultural. Cultivar as o empreendedorismo cultural permite o florescimento da economia criativa, crescente nas cidades e regiões, por causa da identificação constante de oportunidades e tangibilização de atividades culturais (KUHLE et al., 2016). As economias criativas produzem valor cultural, econômico, social e comunitário em um território, impactando no fortalecimento da identidade territorial.

A territorialidade como experiência identitária se aplica para a compreensão de um território a partir das experiências vividas não só pelos seus atores sociais, mas pelo território em si. A partir dela, é possível analisar os acontecimentos históricos e culturais que moldaram a identidade de um lugar, bem como compreender como esses acontecimentos moldaram a

identidade de seus atores sociais. Dentro dessa perspectiva, o ser humano e o território estão intimamente ligados, sofrendo influência mútua.

Para adoção dessa perspectiva, foram identificados dois grandes desafios de pesquisa. O primeiro diz respeito a **forma de aprofundamento nas questões como cultura, territorialidade, identidade e experiência nos estudos sobre empreendedorismo**. Embora o presente estudo seja uma fonte de pesquisa sobre os temas, ele é apenas o início da discussão sobre a territorialidade como experiência identitária. As discussões sobre essa temática ainda podem ser enriquecidas pela grande e vasta gama de pesquisas existentes sobre territorialidade, identidade e experiência. Para aprofundar as questões levantadas, os pesquisadores podem buscar estudos em outras áreas, como a geografia, afim de compreender melhor as relações entre territorialidade, cultura, identidade e experiência. É necessário que o pesquisador tenha cuidado com a alta carga teórica existente. Embora possa ser compreendida como um ponto positivo, também se mostra um desafio para os pesquisadores, uma vez que há uma vasta gama de possibilidades que podem levar o pesquisador a se perder na discussão.

O segundo desafio diz respeito a **escolha de uma abordagem metodológica adequada para estudar a territorialidade como experiência**. Estudar essa nova perspectiva gera uma reflexão sobre qual método de pesquisa seria adequado, uma vez que ela possui vários aspectos a serem analisados de forma integrada. É necessário que a metodologia de pesquisa seja capaz de analisar o empreendedorismo territorial e suas relações com a cultura, territorialidade, identidade e experiência, buscando compreender suas singularidades. Uma opção metodológica para compreender a territorialidade como experiência identitária seria a etnografia, uma vez que o método busca compreender o objeto de estudo a partir dos sentidos do pesquisador (GOBO et al., 2017). Dentro desses sentidos, destacamos a observação participante, já que a mesma considera as interações entre o pesquisador e os atores sociais, auxiliando na compreensão e o comportamento de um indivíduo ou grupo em determinado espaço.

2.5 Territorialização do Empreendedorismo Cultural: Discussões e Implicações

Embora estudos mais recentes apontem a importância de se estudar os temas empreendedorismo cultural e territorialidade, ainda pouco se discute sobre a relação das duas temáticas. Se comparado ao vasto universo de estudos sobre empreendedorismo, a quantidade de pesquisas sobre empreendedorismo cultural ainda é incipiente, diante da importância do tema para a sociedade. Os estudos encontrados possuem abordagens teóricas bastante semelhantes, limitadas a estudar o empreendedorismo territorial de uma perspectiva econômica,

social e ambiental. Dentro desse contexto, o território aparece de forma limitada e fora do foco, além de o empreendedorismo ser abordado a partir de uma perspectiva mais próxima da tradicional, ou seja, voltado para a geração de riquezas econômicas dentro a perspectiva economicista (DAVEL; CORA, 2016). Há também uma limitação nos objetos de estudo, com a maioria concentrado em comunidades indígenas, focando o empreendedorismo na exploração do território em que habita a comunidade para o turismo.

A presente pesquisa apresenta quatro grandes implicações, duas de ordem teórica, uma de ordem metodológica e uma de ordem prática. A primeira implicação é **fomentar discussões sobre as relações do empreendedorismo com a cultura, territorialidade e experiência identitária**. Propomos uma compreensão ampla e diversa da territorialidade do empreendedorismo, através da inclusão das ideias sobre experiência e identidade. No que se refere a territorialidade como experiência identitária, foi necessário conhecer pesquisas para além da Administração, como pesquisas no campo da Geografia, a fim de propor uma nova perspectiva teórica. A partir da perspectiva da territorialidade como experiência identitária, buscamos abrir novos caminhos de pesquisa no campo do empreendedorismo, em especial no empreendedorismo cultural. Nosso intuito com esta pesquisa foi contribuir para o amadurecimento das discussões sobre territorialidade no empreendedorismo cultural, buscando incentivar o debate acerca do tema.

A segunda implicação é a **promoção de uma compreensão mais detalhada das singularidades do empreendedorismo cultural, bem como sua importância para o setor da economia criativa**. A perspectiva da territorialidade como experiência identitária no empreendedorismo cultural se mostra uma referência interessante, uma vez que as economias criativas combinam identidade e expressão dos atores sociais a sistemas de escala global, como é o caso da cultura. Com essa nova perspectiva, buscamos abrir novos caminhos de pesquisa, através de um olhar que busca compreender de onde a cultura vem, como ela se conecta com as pessoas e territórios. Estudar as economias criativas é um desafio, uma vez que vai de encontro as distinções disciplinares existentes. Essas distinções acontecem entre as ciências sociais, onde a economia é estudada, das ciências humanas e artísticas, onde a cultura é o foco (HARTLEY et al., 2015).

A terceira implicação é **auxiliar os pesquisadores na escolha de uma metodologia de pesquisa adequada para o estudo da territorialidade como experiência identitária**. Entendemos que a etnografia seja a forma mais adequada de explorar a territorialidade como experiência identitária. O método busca compreender o objeto de estudo a partir dos sentidos

do pesquisador, em especial a observação (GOBO et al., 2017). A observação participante considera as interações entre o pesquisador e os atores sociais, sendo crucial para entender o comportamento de um indivíduo ou grupo em determinado espaço. Como forma de complementar a etnografia, sugerimos o uso dos recursos audiovisuais, capazes de fornecer uma visão mais completa do objeto. Jung (2014) apresenta o conceito de “caminhada consciente”, onde andar pelo território de estudo de forma consciente ajuda a compreender a fundo o lugar, suas particularidades e seu povo. Diante disso, sugerimos como bibliografia para aprofundar os estudos sobre a territorialidade como experiência identitária o trabalho de Gobo e Molle (2017), que oferece um estudo sobre a etnografia e a forma como ela vem mudando através do tempo, incorporando elementos como o audiovisual. Além disso, são relevantes o estudo de Jung (2014) para compreender o que é e como funciona a “caminhada consciente”, bem como o de Cavedon (2014), para complementar os estudos sobre o método etnográfico de pesquisa.

A quarta implicação é de ordem prática, onde **os resultados da pesquisa podem auxiliar professores, formadores de empreendedores, empreendedores culturais e não culturais, além de gestores de políticas públicas**. Os resultados desta pesquisa podem servir como apoio para aprimorar a prática de empreendedores e gestores de políticas públicas, pois fornece a formadores de gestores um conhecimento mais sintonizado com a importância do território para o desenvolvimento do empreendedorismo cultural nos territórios criativos. Para os profissionais do setor público, a discussão se mostra relevante por poder servir como material de apoio à elaboração de políticas públicas que busquem desenvolver a relação entre empreendedorismo cultural e territorialidade. Ressaltamos a importância do papel do gestor no desenvolvimento de territórios, bairros e cidades. Para os professores, serve como fomento a discussão do empreendedorismo cultural e territorial em sala de aula, assunto até o momento pouco abordado nas universidades do país.

Conclusões

Este artigo ofereceu um novo olhar sobre os temas de empreendedorismo, cultura, territorialidade e suas relações. O empreendedorismo cultural é um tema emergente e suas relações com a identidade e territorialidade já se fazem presentes nos estudos. Uma ampla busca nos permitiu constatar que o número de estudos sobre empreendedorismo territorial é, de fato, inexpressivo dentro do amplo universo dos estudos sobre empreendedorismo. Ainda assim, os estudos existentes abordam questões extremamente relevantes e reafirmam o que já é discutido

na literatura existente sobre o tema. Indo além da questão do território, é notável que a cultura, embora seja parte fundamental da formação da identidade de um território, é tratada de forma secundária, bem como a perspectiva economicista do empreendedorismo prevalece.

Propomos que o território seja compreendido de forma integrada, ou seja, como resultado de um conjunto de fatores culturais, políticos e econômicos e não apenas de um ponto de vista isolado. A territorialidade como experiência identitária busca compreender a territorialidade de forma mais complexa do que apresentadas nos estudos atuais. Essa nova perspectiva busca compreender o território de uma de forma mais completa, identificando e entendendo suas particularidades e de seus atores sociais. Dentro dessa perspectiva não é possível dissociar a identidade territorial dos grupos sociais que ali habitam, uma vez que a força cultural e política desses grupos é o que lhe define.

É importante ressaltarmos que o fato de o empreendedorismo atuar nas esferas artística e cultural, não significa que o discurso econômico passa a inexistir. O empreendedorismo não é um conceito unitário e estático, geralmente dependendo da integração de dois ou mais discursos (um econômico e outro cultura, por exemplo). O empreendedorismo é capaz de afetar a percepção das coisas e as formas como as pessoas se envolvem com um determinado espaço (HJORT, 2013). Como proposto com a perspectiva da territorialidade como experiência identitária, buscamos que o empreendedorismo cultural seja visto de forma mais ampla, abarcando aspectos como o social, econômico, político e cultural. Entendemos que o empreendedorismo pode ser considerado uma intervenção criativa, com o poder de aumentar não só a capacidade de gestão, mas a capacidade social da sociedade (HJORT, 2013).

Referências

- APRIL, W. I. "Experiential Learning from the Khoi-Khoi (Namibia) and Maori (New Zealand) Communities", **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, v. 9, n. 2, p. 103–110, 2008.
- AWATERE, S., MIKA, J., HUDSON, M., PAULING, C., LAMBERT, S., REID, J. Whakatipu Rawa Ma Nga Uri Whakatipu: Optimising the ‘Maori’ in Maori Economic Development. **AlterNative: An International Journal of Indigenous Peoples**, v. 13, n. 2, p. 80 – 88, 2017.
- BARRAGAN, M. C.; AYAVIRI, V. D. **Información tecnológica, La Serene**, v. 28, n. 6, p. 71 – 80, 2017.
- CARVALHO, C. D. M. B., CUTRIM, K. D. G., COSTA, S. R. "Empreendedorismo cultural e turismo: Perspectivas para desenvolvimento das indústrias criativas no bairro da Madre Deus, São Luís (Maranhão, Brasil)", **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi: Ciências Humanas**, v. 12, n. 2, p. 629–646, 2017.
- CEZÁRIO, H., DAVEL, E., SANCHO QUEROL, L. "Tecnologia social das mobilizações: identidade e participação na gestão de iniciativas museológicas comunitárias", **Museologia e**

Patrimônio, v. 10, n. 2, p. 261–282, 2017.

CHOI, H. Religious Institutions and Ethnic Entrepreneurship: The Korean Ethnic Church as a Small Business Incubator. **Economic Development Quarterly**, v. 24, n. 4, p. 372 – 383, 2010.

COHEN, B.; ALMIRALL, S.; CHESBROUGH, H. The City as a Lab: Open Innovation Meets the Collaborative Economy. **California Management Review**, v. 59, n. 1, p. 5 – 13, 2016.

COHEN, B.; MUÑOZ, P. Toward a Theory of Purpose-Driven Urban Entrepreneurship. **Organization & Environment**, v. 28, n. 3, p. 264 – 285, 2015.

DAVEL, E.; CORÁ, M. A. J. Empreendedorismo cultural: cultura como recurso retórico, processo de criação e de consumo simbólico. **Políticas Culturais em Revista**, v. 9, n. 1, p. 363 – 387, 2016.

DASKALAKI, M.; HJORTH, D.; MAIR, J. Are Entrepreneurship, Communities, and Social Transformation Related? **Journal of Management Inquiry**, v. 24, n. 4, p. 419 – 423, 2015.

ELIAS, S. R. S. T. A., CHILES, T. H., DUNCAN, C. M., *et al.* "The Aesthetics of Entrepreneurship: How Arts Entrepreneurs and their Customers Co-create Aesthetic Value", **Organization Studies**, v. 39, n. 2–3, p. 345–372, 2018.

GORBUNTSOVA, T., DOBSON, S., PALMER, N. "Rural entrepreneurial space and identity: A study of local tour operators and ‘the Nenets’ indigenous reindeer herders", **International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, v. 19, n. 4, p. 261–272, 2018.

GOBO, G., MOLLE, A. **Doing Ethnography**. 2. ed. London, SAGE Publications Ltd, 2016.

HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. Rio de Janeiro, Bertrand, 2011.

HAESBAERT, R. **Des-territorialização e identidade: A rede “gaúcha” no nordeste**. Rio de Janeiro, EDUFF, 1997.

HARTLEY, J., WEN, W., LI, H. S. **Creative Economy and Culture: Challenges, Changes and Futures for the Creative Industries**. London, SAGE Publications Ltd, 2015.

HEBERER, T. Entrepreneurs and Ethnic Identity. In: HEBERER, T. (Ed.). **Doing Business in Rural China: Liangshan’s new ethnic entrepreneurs**. Seattle: University of Washington Press, p. 186 – 205, 2007.

HJORTH, D. "Public entrepreneurship: Desiring social change, creating sociality", **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 25, n. 1–2, p. 34–51, 2013.

IMAS, J. M.; WILSON, N.; WESTON, A. Barefoot entrepreneurs. **Organization**, v. 19, n. 5, p. 263 – 285, 2012.

JUNG, Y. "Mindful Walking: The Serendipitous Journey of Community-Based Ethnography", **Qualitative Inquiry**, v. 20, n. 5, p. 621– 627, 2014.

KOKKRANIKAL, J.; MORRISON, A. Entrepreneurship and Sustainable Tourism: The Houseboats of Kerala. **Tourism and Hospitality Research**, v. 4, n. 1, p. 7 – 20, 2002.

KUHLKE, O., SCHRAMME, A., KOOYAMA, R. **Creating Cultural Capital: Cultural Entrepreneurship in Theory, Pedagogy and Practice**. Utrecht, Eburon Academic Publishers, 2, p. 982 – 1012, 2016.

LONDON, M.; MORFOPOULOS, P. R. G. **Social Entrepreneurship: How to Start Successful Corporate Social Responsibility and Community-Based Initiatives for Advocacy and Change**. Abingdon, Routledge, 2019.

- MUÑOZ, P.; COHEN, B. The Making of the Urban Entrepreneur. **California Management Review**, v. 59, n. 1, p. 79 – 91, 2016.
- PEARSON, C. A. L.; HELMS, K. Indigenous Social Entrepreneurship: The Gumatj Clan Enterprise in East Arnhem Land. **The Journal of Entrepreneurship**, v. 22, n. 1, p. 43 – 70, 2013.
- PEREDO, A. M.; CHRISMAN, J. J. Toward a Theory of Community-Based Enterprise. **Academy of Management Review**, v. 31, n. 2, p. 309 – 328, 2006.
- QUEIROZ, M. S. de A.; PINHO, V. de S.; CARNEIRO, S. N. V. O Desafio do Empreendedorismo Local: Uma Perspectiva Cultural e Familiar em Narrativas. **Revista Expressão Católica**, v. 3, n. 1, p. 228 – 250, 2014.
- SANTOS, M. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo, EDUSP, 2006.
- SANTOS, F. P., DAVEL, E. P. B. "Gestão De Equipamentos Culturais Com Base Na Identidade Territorial", **Revista Gestão & Conexões**, v. 7, n. 2, p. 7–42, 2018.
- SAQUET, M. A.; BRISKIEVICZ, M. Territorialidade e identidade: um patrimônio no desenvolvimento territorial. **Caderno Prudentino de Geografia**, v. 31, n. 1, p. 3 – 16, 2009.
- SCHIRAY, D. M.; CARVALHO, C. C.; AFONSO, R. Creative economy as a social technology approach: A case study in favela da Mangueira, Rio de Janeiro, Brazil. **Academia Revista Latinoamericana de Administración**, v. 30, n. 4, p. 508 – 528, 2017.
- SILVA, M. C. de A. Notas etnográficas sobre o empreendedorismo em favelas cariocas. **Etnográfica**, v. 21, n. 3, p. 585-598, 2017.
- STEYAERT, C.; KATZ, J. Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 16, n. 3, p. 179-196, 2004.
- TUAN, Y. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. Lodrina, EDUEL, 201

CAPÍTULO 3 – A TERRITORIALIDADE DO EMPREENDEDORISMO CULTURAL: A EXPERIÊNCIA IDENTITÁRIA NO BLOCO CULTURAL ILÊ AIYÊ (ARTIGO B²)

Resumo

Estudos sobre empreendedorismo têm se conectado cada vez mais com territórios como bairros, cidades e países. Entretanto, as discussões sobre as relações entre empreendedorismo e territorialidade se apresentam de forma escassa. Quando tratamos de empreendedorismo cultural e territorialidade, as pesquisas praticamente inexistem. É preciso discutir tais relações, pois o empreendedorismo cultural requer a interação entre experiências vividas e crenças pessoais com uma localidade. Diante disso, se faz necessário a adoção de uma perspectiva capaz de compreender as particularidades da relação entre empreendedorismo e territorialidade. O objetivo desta pesquisa é identificar, descrever, categorizar e discutir a influência da identidade territorial na dinâmica do empreendedorismo cultural. A pesquisa é teórico-empírica, baseada em uma etnografia audiovisual. Os resultados da pesquisa fornecem uma perspectiva teórica para repensar o empreendedorismo cultural a partir da relevância da territorialidade, destacando suas dimensões identitárias e experienciais.

Palavras-chave: empreendedorismo cultural, territorialidade, identidade, experiência, etnografia audiovisual.

The territoriality of cultural entrepreneurship: identity-based experience in the cultural organization of Ilê Aiyê

Abstract

Studies on entrepreneurship have increasingly connected with territories such as neighborhoods, cities and countries. Despite this, discussions about the relationship between entrepreneurship and territoriality are sparse. When it comes to cultural entrepreneurship and territoriality, research studies practically do not exist. Discussing such relations is necessary, since cultural entrepreneurship requires the interaction of lived experiences and personal beliefs with an environment. Given this, it is necessary to adopt a perspective capable of understanding the particularities of the relationship between entrepreneurship and territoriality. This research aims to identify, describe, categorize and discuss the influence of territorial identity on the dynamics of cultural entrepreneurship. The research is theoretical-empirical, based on an

² O artigo segue os padrões de formatação e referências exigidos pela revista *Gestão & Sociedade*, a qual foi submetido para avaliação e publicação.

audiovisual ethnography. The research results provide a theoretical perspective to rethink cultural entrepreneurship from the relevance of territoriality, highlighting its identity and experiential dimensions.

Keywords: cultural entrepreneurship, territoriality, identity, experience, audiovisual ethnography.

Introdução

Os estudos sobre empreendedorismo têm se conectado com territórios, buscando compreender como eles se desenvolvem e se tornam âmbitos de crescimento econômico e industrial, centros de inovação e criatividade, arenas para profissionais criativos e para minorias (STEYAERT, 2004). Ao contrário das inovações tecnológicas, inovações ligadas a produtos culturais e artísticos envolvem possibilidades emocionais, conceituais ou estéticas, abertas por meio do envolvimento com novas criações e indivíduos (ISLAM et al., 2016). Inovações culturais e criativas geram produtos funcionais que, embora tenham funcionalidade, não possuem função apenas instrumental. Tais produtos possuem também funções expressivas e comunicativas do enquadramento cultural (ISLAM et al., 2016). Embora a inovação cultural possa ajudar uma organização a construir uma posição de mercado altamente diferenciada, ou abrir novos mercados através da redefinição radical de seus produtos, o valor de tal redefinição dependeria de seu ajuste ou desajuste com os significados socioculturais do seu ambiente de atuação (RAVASI et al., 2012).

Embora a territorialidade seja um assunto emergente no campo do empreendedorismo (MARINS; DAVEL, 2020), com estudiosos ressaltando sua importância para a caracterização e compreensão de um empreendimento, as discussões ainda se apresentam reduzidas e com abordagens limitadas. Várias pesquisas abordam a territorialidade a partir de distintas categorias territoriais em relação a tipos específicos de empreendedorismo (NEVES; DAVEL, no prelo). Porém, o volume se mostra incipiente diante do vasto universo de estudos sobre empreendedorismo, além de haver uma convergência para preocupações territoriais voltadas sobretudo para questões econômicas, sociais e ambientais.

Os estudos sobre empreendedorismo abordam a territorialidade dentro de categorias distintas: território nativo (empreendedorismo nativo), comunidade (empreendedorismo comunitário), cidade e bairro (empreendedorismo urbano), espaço rural (empreendedorismo rural), grupos étnicos (empreendedorismo étnico) e espaço geográfico (empreendedorismo geográfico). No empreendedorismo nativo o território surge como um espaço a ser explorado de maneira sustentável. O empreendedorismo territorial possui enfoque na geração de renda e

resolução de problemas sociais (AWATERE et al., 2017; PEARSON; HELMS, 2013; KOKKRANIKAL; MORRISON, 2002; APRIL, 2008). No empreendedorismo comunitário o território aparece como local de desenvolvimento econômico e social. O empreendedorismo é considerado como um instrumento para amenizar a situação de pobreza das comunidades que vivem marginalizadas, ajudando a solucionar problemas sociais (LONDON; MORFOPOULOS, 2009; PEREDO; CHRISMAN, 2006; IMAS et al., 2012; QUEIROZ et al., 2014; LOBO et al., 2016; BARRAGAN; AYAVIRI, 2017; WANG; MORRELL, 2015).

No empreendedorismo urbano o território foca na perspectiva geopolítica e o empreendedorismo surge como ferramenta para solução de problemas causados pela má provisão de bens e serviços. O território é considerado um laboratório para o indivíduo empreendedor (MUÑOZ; COHEN, 2015; MUÑOZ; COHEN, 2016; COHEN et al., 2016; CARVALHO et al., 2017; CALVET-MIR; MARCH, 2019). No empreendedorismo rural há um enfoque no aspecto econômico do empreendedorismo. O território aparece principalmente como fonte de renda e desenvolvimento para a economia rural, através da exploração do espaço físico com o turismo (GORBUNTSOVA et al., 2018). No empreendedorismo étnico o foco recai sobre o capital social, neste caso o território influencia o empreendedorismo e o empreendedor influencia o grupo étnico. O empreendedorismo territorial aparece como forma de desenvolvimento econômico e engajamento dos grupos (CHOI, 2013; HEBERER, 2007). No empreendedorismo geográfico o conceito de território está atrelado ao espaço geográfico, moldando o empreendedorismo. O empreendedorismo aparece como atividade social, ligado a cultura através das economias criativas (STEYAERT; KATZ, 2004; SCHIRAY et al., 2017).

Se no campo do empreendedorismo, em geral, a territorialidade se apresenta de forma escassa, o assunto se agrava quando falamos das relações entre territorialidade e empreendedorismo cultural (NEVES; DAVEL, no prelo). Dentro do vasto campo de pesquisas sobre empreendedorismo, os estudos com enfoque nas relações entre cultura e territorialidade praticamente inexistem. Discutir tais relações se faz necessário, uma vez que o empreendedorismo cultural requer a interação de experiências vividas e crenças pessoais com um ambiente (ELIAS et al., 2018). Além disso, o empreendedorismo cultural é essencial para entender e dinamizar a economia criativa. As artes e a cultura são compreendidas como chave no desenvolvimento de cidades criativas (ANDERSON et al., 2013), sendo necessário que se vislumbre a territorialidade também como parte do empreendedorismo cultural.

Consequentemente, duas grandes carências se destacam no que diz respeito às relações entre empreendedorismo cultural e territorialidade. A primeira delas diz respeito à ausência de

uma análise da perspectiva territorial do empreendedorismo cultural. Para o empreendedor cultural é fundamental estar familiarizado com o contexto local. Trata-se de um contexto composto das particularidades da comunidade local e do território, em que o empreendedor cultural precisa conhecer o quadro político e econômico das cidades e regiões, problemas locais, além do perfil de consumidores e trabalhadores. Para além disso, as economias criativa e cultural são abordadas do ponto de vista territorial, uma vez que ocorrem em territórios como bairros, cidades e países, e a sua relação com a cultura é inegável. A economia criativa está em todos os territórios, em crescimento, e pode ser considerada um caminho para o desenvolvimento cultural e econômico para sociedades com diferentes tradições e aspirações (HARTLEY et al., 2015). Os resultados das organizações e indivíduos engajados com a arte e a cultura são reconhecidos como um segmento poderoso da economia, especialmente em territórios urbanos (KUHLMKE et al., 2016).

A segunda carência é a ausência de uma perspectiva cultural que enfatize a identidade e a experiência do empreendedorismo. Dentro dos estudos existentes há uma predominância das concepções econômica, social e ambiental da territorialidade, com a cultura aparecendo de forma pontual (NEVES; DAVEL, no prelo). Compreender os aspectos identitários do empreendedorismo se faz necessário, uma vez que um território possui uma dimensão simbólica e cultural, através de uma identidade atribuída pelos atores sociais que o compõe (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009). A identidade pode servir como um instrumento capaz de auxiliar o desenvolvimento da autonomia de atores nos mais variados níveis sociais, especialmente os mais necessitados e desamparados pelas políticas públicas do Estado (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009). Experiência é o termo capaz de abranger as diferentes maneiras pelas quais o ser humano conhece e constrói sua realidade, onde essas maneiras podem ser diretas, como os cinco sentidos, ou indiretas, como o valor simbólico (TUAN, 2013). A experiência é constituída de sentimento e pensamento, sendo definida como a capacidade de aprender a partir das próprias vivências. A percepção do espaço depende da qualidade dos seus sentidos e da capacidade de sua mente de extrapolar as informações recebidas pelo território. A forma como nos movimentamos no espaço é diferenciada pela experiência. (NEVES; DAVEL, No prelo).

Dentro desse contexto, o ser humano possui papel crucial na formação de um território, atribuindo-lhe conteúdo através de suas experiências de vida. Diante disso, compreender os aspectos identitários e experienciais do empreendedorismo é crucial para compreender o território como um todo, uma vez que a cultura molda a identidade ao dar sentido à experiência e às escolhas identitárias (NEVES; DAVEL, no prelo).

O objetivo deste artigo é identificar, descrever, categorizar e discutir a influência da identidade territorial na dinâmica do empreendedorismo cultural. A metodologia é baseada na etnografia audiovisual do empreendedorismo cultural do Ilê Aiyê. Trata-se de um método que envolve o uso de tecnologias de registro para capturar imagens como o movimento e o som. Considerando que a vida é um processo social que acontece no decorrer do tempo, o audiovisual é a melhor forma de coletar e transmitir imagens não estáticas (DAVEL et al., 2019). O enfoque no bloco afro Ilê Aiyê se faz relevante uma vez que a organização é um exemplo emblemático na cidade de Salvador de empreendedorismo cultural, promotora de várias inovações culturais fortemente ligadas ao seu território de atuação e desenvolvimento do bairro. A interação com o material empírico ocorreu através da análise de documentos contextuais e audiovisuais, bem como registros feitos pelos pesquisadores e caminhadas pelo território do Curuzu, onde o bloco afro tem sua sede.

Os resultados da pesquisa mostram como se desenvolvem os aspectos territoriais, identitários e experienciais em um caso de empreendedorismo cultural, suas características e impactos. A contribuição desta pesquisa consiste em repensar o empreendedorismo cultural a partir da perspectiva da territorialidade, destacando as dimensões identitárias e experienciais da territorialidade. Assim, os resultados auxiliam na melhoria da formação de empreendedores e na prática de empreendedores culturais, bem como no desenvolvimento de territórios através do apoio a formadores de políticas públicas.

3.1 Territorialidade do empreendedorismo cultural: experiência identitária

O empreendedorismo cultural refere-se à criação e busca de ideias inovadoras por aqueles engajados em atividades artísticas e culturais, e que aplicam, compartilham e distribuem trabalho criativo (ELIAS et al., 2018). Na linha de pesquisa mais usual do empreendedorismo cultural a cultura é vista como um recurso retórico, utilizado pelo empreendedor para mobilizar seu discurso e, assim, conquistar parceiros de negócios (DAVEL; CORA, 2016). O conceito de empreendedorismo cultural emergiu como um campo de estudo acadêmico fértil apenas nas últimas décadas (MARINS; DAVEL, 2020, BOURDIEU, 1993; HIRSCH, 1972, LAWRENCE; PHILIPS, 2002). Em grande parte, os estudos sobre empreendedorismo ainda abordam o tema a partir de uma perspectiva economicista (DAVEL; CORA, 2016).

O objetivo principal do empreendedorismo cultural é capacitar trabalhadores para alcançar maior autonomia, cultivando sua capacidade de adaptabilidade e sustentabilidade e de produção não apenas econômica, mas também agregando valor cultural, social e comunitário

(KUHLMKE et al., 2016). A relação entre empreendedorismo e cultura se torna estratégica a partir do momento em que esta última passa a ocupar um lugar de destaque para o desenvolvimento das sociedades e economias contemporâneas (MARINS; DAVEL, 2020; GEHMAN; SOUBLIÈRE, 2017; HAUSMANN; HEINZE, 2016). Embora as artes e empreendedorismo cultural se preocupem primariamente com a criação de novos produtos, linha de distribuição e mercados, é fundamental a compreensão do contexto local onde o empreendimento se localiza. (KUHLMKE et al., 2016). Para que seja viável o empreendedorismo cultural requer a interação das experiências vividas e crenças pessoais com um ambiente (ELIAS et al., 2018).

Os estudos que conectam empreendedorismo cultural com territorialidade se apresentam de forma escassa (NEVES; DAVEL, no prelo). O empreendedorismo requer a interação das experiências vividas e crenças pessoais com um ambiente (ELIAS et al., 2018). Por sua vez, o território possui uma dimensão simbólica e cultural, fruto de uma identidade atribuída a ele pelos indivíduos que ali habitam (SAQUETE; BRISKIEVICZ, 2009). Aspectos como a identidade e a experiência possuem a capacidade expandir as limitações existentes nos estudos existentes sobre empreendedorismo cultural e territorialidade.

A identidade ocupa um papel de destaque nas discussões sobre territorialidade, sendo definida como um processo relacional e histórico, efetivado cultural, econômica e politicamente (SAQUETE; BRISKIEVICZ, 2009). O território surge como uma dimensão crucial para a construção identitária, pois a identidade é fruto das relações sociais e as mesmas carecem de um lugar para se desenvolverem (DAVEL et al., 2016). Dentro deste contexto, o território necessita ser compreendido como um domínio politicamente estruturado e como uma apropriação simbólica e identitária inerente a um determinado grupo social (NEVES; DAVEL, no prelo). Em sua composição, o território envolve uma dimensão simbólica e cultural, através de uma identidade atribuída pelos seus atores sociais, e uma dimensão político-disciplinar, como forma de controle desses indivíduos.

Embora ainda pouco abordada nos estudos existentes sobre organizações, a identidade territorial também está ligada a práticas organizacionais relacionadas a produtos e serviços, nas quais estes podem se utilizar de uma identidade marcante a ponto de se tornarem indissociáveis do território em que são produzidos (DAVEL et al., 2016). A força política e cultural dos grupos sociais que compõem um território influencia diretamente na formação da identidade territorial à medida que a cultura possui a capacidade de moldar a identidade ao dar sentido às escolhas identitárias (HAESBAERT, 1997). A identidade territorial é constituída pelas relações

territoriais estabelecidas no dia a dia pelos atores sociais, envolvendo as obras materiais e imateriais produzidas pela sociedade. (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009).

A experiência é o termo capaz de abranger as diferentes maneiras pelas quais o ser humano conhece e constrói sua realidade (TUAN, 2013). A experiência é constituída de sentimento e pensamento, sendo definida como a capacidade de aprender a partir das próprias vivências (NEVES; DAVEL, no prelo, p.8). A forma como o ser humano se movimento no espaço é diferenciada pela experiência, ao passo em que sua percepção do espaço depende da qualidade dos seus sentidos e da capacidade de sua mente de extrapolar as informações recebidas pelo território. Não é possível definir o indivíduo, a comunidade e a sociedade sem inseri-los num determinado contexto territorial (HAESBAERT, 2011). Apesar de dividir o espaço com vários outros animais, o ser humano responde ao espaço de maneiras complexas, que não competem aos outros animais menos desenvolvidos (NEVES; DAVEL, no prelo).

O ser humano é uma espécie produtora de símbolos, tendo como uma de suas características o apego a lugares (NEVES; DAVEL, no prelo). Um território pode ser experimentado de formas diferentes, por pessoas diferentes. Os cientistas sociais consideram a cultura como o fator explicativo para essa diferença de entendimento dos conceitos de espaço e lugar entre os seres humanos (TUAN, 2013). A cultura e a experiência têm grande impacto na interpretação do ser humano com o espaço. Diante disso, o espaço é considerado como mais do que um ponto de vista ou sentimento fugaz, é uma condição para a sobrevivência biológica do ser humano (TUAN, 2013).

Ao aliar os conceitos de identidade e experiência com a territorialidade, podemos conceber uma nova perspectiva dentro dos estudos sobre empreendedorismo. Tal perspectiva, chamada de territorialidade como experiência identitária, entende que a forma como os grupos sociais percebem e vivenciam um território caracteriza sua identidade territorial (NEVES; DAVEL, no prelo). A territorialidade como uma experiência identitária é uma perspectiva integradora, conceito no qual as teorias sobre identidade e experiência territorial se fundem e se complementam. A territorialidade como experiência identitária compreende que o ser humano percebe o território a partir de suas dimensões culturais, políticas e sociais e compreende que a pessoa humana possui papel fundamental na formação da identidade desse território (NEVES; DAVEL, no prelo). Neste contexto, também se faz necessário compreender as experiências vividas pelo território, como os acontecimentos históricos e culturais que moldaram a identidade de um lugar.

Para que essa perspectiva seja aprimorada, é necessário um aprofundamento nas questões como cultura, territorialidade, identidade e experiência nos estudos sobre empreendedorismo (NEVES; DAVEL, no prelo). Considerando que dentro do campo do empreendedorismo não há estudos suficientes que nos permitam desenvolver as discussões sob esta perspectiva, se faz necessário que os estudiosos do campo visitem estudos de outras áreas do conhecimento, como a Geografia, que possui discussões relevantes sobre territorialidade e identidade. Outro aspecto necessário para o avanço da perspectiva da territorialidade como experiência identitária é o uso de metodologias de pesquisa capazes de coletar e analisar uma grande quantidade de informações de forma integrada. É necessário que a metodologia de pesquisa seja capaz de analisar o empreendedorismo territorial e suas relações com a cultura, territorialidade, identidade e experiência, buscando compreender suas singularidades (NEVES; DAVEL, no prelo, p.11).

3.2 O Empreendedorismo cultural e territorial do Ilê Aiyê em Salvador, Bahia

3.2.1 O território do Ilê Aiyê

A Associação Cultural Bloco Carnavalesco Ilê Aiyê foi escolhida para a realização desta pesquisa graças ao seu forte caráter empreendedor no campo da cultura, sendo o primeiro Bloco Afro do Brasil, fundado por Antônio Carlos dos Santos, o “Vovô”, e Apolônio de Jesus. Influenciada pelo posicionamento dos negros norte-americanos entre as décadas de 60 e 70, através de movimentos como o *Black Panthers* e *Black Power*, a Associação Bloco Carnavalesco Cultural Ilê Aiyê nasceu em 1º de novembro de 1974, no bairro do Curuzu – antes uma rua do bairro da Liberdade e alçado à condição de bairro em 2017 –, em Salvador, Bahia (ILÊ AIYÊ, 2020). A Liberdade (Figura 11) conta com a maior população negra do país, com mais de 600 mil habitantes. O local concentrava um grande número de quilombos no período que antecedeu a abolição da escravatura, em 1988 (AFOLABI, 2016). O bairro da Liberdade teve papel fundamental no processo de independência da Bahia (AFOLABI, 2016). Durante a época colonial, passava pelo bairro a estrada das Boiadas, caminho que unia a cidade grande aos sertões e por onde transitava um grande fluxo de mercadorias. Após o processo de consolidação da independência baiana, a estrada das Boiadas recebeu o nome de Estrada da Liberdade, o que mais tarde serviu como referência para o nome do bairro (SILVA, 2016). Na década de 1930, existiam quatro chácaras localizadas no Curuzu (parte integrante do território da Liberdade), que abrigou parte da população rural que fugia da seca que atingia o interior do estado.

Figura 11 – Bairro da Liberdade de visto de cima



Fonte: Itaú Cultural (2018)

Ao longo dos anos, a ocupação do bairro se deu de forma desordenada, crescendo com um número grande de invasões. A Liberdade sofreu com um vertiginoso processo de favelização (SILVA, 2016). O bairro é uma zona de grande concentração populacional de origem afrodescendente. O território da Liberdade é conhecido por suas expressões culturais de origem africana, sendo considerado um local de vanguarda da negritude. Fundado por Antônio Carlos dos Santos, conhecido como Vovô do Ilê, juntamente com Apolônio de Jesus e outros, o Ilê surgiu com um discurso baseado na autoafirmação através de representações culturais africanas (SILVA, 2016). O bloco, localizado na ladeira do Curuzu, buscava a inclusão do negro marginalizado no carnaval baiano. Politicamente representativo, o bloco se destacou em um cenário no qual o negro não se posicionava, sendo a primeira instituição brasileira a enaltecer a identidade negra (AFOLABI, 2016). O Ilê Aiyê é conhecido por seus empreendimentos culturais inovadores, destacando-se entre eles a criação do ritmo musical denominado samba afro, a indumentária do bloco, a festa da Noite da Beleza Negra e a Escola Mãe Hilda. Tais empreendimentos impactaram diretamente na construção da identidade dos moradores do território da Liberdade.

Tendo suas expressões culturais popularmente reconhecidas graças ao pioneirismo do Ilê Aiyê, o Curuzu iniciou no ano de 2019 um processo de ressignificação patrocinado pela prefeitura da cidade de Salvador. Considerado o coração da negritude baiana, o Curuzu encontra-se ainda em reforma para se tornar um corredor cultural na cidade de Salvador. A prefeitura local planeja que o local ganhe uma nova pavimentação com cores em alusão ao Ilê Aiyê. A ideia é que o local faça parte de um projeto criativo com o objetivo de reforçar a história, tradição e cultura afro-brasileira, se tornando um distrito cultural (CORREIO DA BAHIA, 2019). Com a obra espera-se renovar a autoestima dos moradores, transformando o local em um reduto negro e buscando reduzir a criminalidade da região, aumentar a geração de

renda e melhorar a mobilidade urbana. Graças a relevância cultural do Ilê Aiyê, o território do Curuzu deixa de ser apenas uma rua no bairro da Liberdade, se tornando um bairro próprio.

Em seus primórdios, a sede do bloco funcionava no mesmo espaço do terreiro Ilê Axé Jitolu, comandando por Mãe Hilda Jitolú. Desde o ano de 2003 a associação conta com uma sede, localizada na Rua do Curuzu, na Liberdade, território de atuação do bloco. A construção, que foi patrocinada pela Petrobrás, leva o nome de Senzala do Barro Preto, em homenagem às senzalas onde os escravos viviam, sendo considerado pelo Ilê um espaço de resistência (SANTANA, 2019). O “barro preto” refere-se ao solo da região do bairro da Liberdade, que originalmente era composto por roças de mato fechado (ITAÚ CULTURAL, 2020). A fundação do Ilê Aiyê incentivou o surgimento de outros blocos afro e hoje o bairro da Liberdade abriga grupos como o Vulcão da Liberdade e o Muzenza.

3.2.2 Metodologia de Pesquisa

Foi realizada uma pesquisa qualitativa, com base em uma etnografia audiovisual. Trata-se de um método que se refere ao uso de tecnologias de registro para capturar imagens como movimento e som, sendo superiores a imagens estáticas (DAVEL et al., 2019). A escolha por essa abordagem decorreu da busca pela compreensão dos aspectos territoriais e identitários dentro das iniciativas empreendedoras do bloco afro Ilê Aiyê. O método é adequado aos objetivos deste estudo, pois permite o armazenamento e representação de uma alta carga de informações, como comportamentos e rituais de um determinado grupo social. Assim sendo, a etnografia audiovisual se mostra um método eficaz para a análise e compreensão da territorialidade do empreendedorismo no caso do bloco afro Ilê Aiyê e suas iniciativas inovadoras.

A seleção do Ilê Aiyê como objeto de pesquisa se deu devido ao seu caráter inovador, com forte ligação ao seu território de origem. O bloco possui uma série de iniciativas inovadoras de cunho sociocultural no território da Liberdade/Curuzu. Após um levantamento prévio das atividades do bloco, foram selecionadas quatro, nas quais as relações entre cultura, identidade e territorialidade se fazem mais evidentes, sendo elas: o samba afro da Band’Aiyê, as indumentárias, a Noite da Beleza Negra e a Escola Mãe Hilda. As atividades escolhidas se destacam como iniciativas culturais inovadoras, sofrendo influência dos aspectos inerentes ao território, como a cultura e a política

A pesquisa foi estruturada em três fases, sendo elas: contextualização, concepção global e concepção focada. A primeira fase, de contextualização, teve como objetivo recolher

informações sobre o bloco, buscando compreender sua história, seus objetivos e valores. A segunda fase, de concepção global, buscou compreender a história do grupo, porém com foco nas inovações culturais ligadas à territorialidade. A terceira fase, de concepção focada, teve como objetivo compreender o empreendedorismo cultural e territorial do bloco afro focado nas quatro inovações culturais selecionadas. Foram utilizados três tipos de coleta de dados: pesquisa documental (documentos contextuais e documentos audiovisuais), observação (observação pela caminhada e observação audiovisual) e entrevistas semiestruturadas.

Através dos documentos contextuais buscamos recolher informações sobre o bloco, a fim de compreender sua história, seus objetivos e valores. Foram coletados e analisados documentos textuais, como livros, dissertações de mestrado, teses de doutorado e releases sobre o bloco afro, tanto públicos como fornecidos pela própria organização, para complementar a etnografia audiovisual. Os documentos audiovisuais foram a principal fonte de informação da pesquisa. Para a análise e compreensão das quatro principais iniciativas empreendedoras do Ilê Aiyê, foram utilizados documentos audiovisuais, a exemplo de vídeos e imagens disponíveis em plataformas públicas como o Youtube e redes sociais. Os vídeos analisados foram produzidos por diversas organizações e indivíduos, sendo eles: TVE Bahia, Val Benvindo, Itaú Cultural, Geilson Souza, Portal Ibahia, Conexão Salvador, Governo da Bahia, Lourdes Fernandes, Petrobras, Okay Africa, Eletrobras. Carolina Moraes-Liu. Paint of the Globe Foundation, Povo de Axé, Na Trilha da Cultura e Ilê Aiyê. Os vídeos tratam de assuntos diversos, como a história do Ilê Aiyê, Noite da Beleza Negra, saída do Ilê no carnaval, blocos afro-baianos, samba afro do Ilê e Escola Mãe Hilda. Para as redes sociais foram analisadas as postagens compreendidas entre o período de seis anos, totalizando 400 arquivos entre imagens e vídeos sobre o Ilê Aiyê e suas atividades.

Para a observação pela caminhada, a pesquisa fez uso do método de coleta chamado *mindfull walking* (caminhada consciente). A caminhada consciente é uma forma interativa de conhecimento, permitindo que não só a visão, mas todos os sentidos, experimentem o entorno (JUNG, 2014). O método é uma técnica de observação inovadora, apropriada para estudos sobre territorialidade. O ato de caminhar permite que o pesquisador compreenda as experiências vividas, sendo fundamental capturar os sentimentos espontâneos que emergem dos atores sociais e do território. Durante as caminhadas foram observados aspectos como a sede do bloco e da Escola Mãe Hilda; a festa da Noite da Beleza Negra e como seu acontecimento impacta na dinâmica do território; e a tradicional concentração do Ilê Aiyê no Curuzu para a saída no carnaval, considerado um momento emblemático para o bloco e para o território.

Na observação pelo audiovisual foram observados documentos e registros audiovisuais feitos pela pesquisadora durante as visitas ao bloco afro Ilê Aiyê e ao bairro da Liberdade/Curuzu. Somando-se às visitas, também foi registrada a festa da Noite da Beleza Negra, evento pré-carnavalesco que ocorre também na sede do bloco. Além dos registros do Ilê Aiyê, foi registrado o bairro da Liberdade, região onde se situa o bairro do Curuzu, local em que nasceu o Ilê Aiyê. Para compreender melhor o território estudado e guiar os registros audiovisuais do local, também foi utilizado o método de pesquisa caminhada consciente (JUNG, 2014).

As entrevistas semiestruturadas serviram como material auxiliar da etnografia audiovisual, ajudando a compreender o funcionamento da organização e de seus empreendimentos culturais. Também foi feito o uso da estratégia de *snow ball*, quando um entrevistado indica outro para a formação de relação de pessoas capazes de serem entrevistadas (VEGARA, 2009). As entrevistas foram divididas em três etapas, sendo que na primeira foi entrevistado o presidente e fundador do bloco. O objetivo da entrevista foi investigar a história do bloco afro, a fim de compreender os objetivos do grupo e sua influência em seu território de atuação. Além disso, buscamos compreender como o bloco surgiu e se desenvolveu ao longo dos anos, bem como as influências do território sobre o Ilê Aiyê. Na segunda etapa, que teve como objetivo compreender o empreendedorismo cultural e territorial do Ilê Aiyê, foram entrevistados os responsáveis pelos empreendimentos do bloco afro. O intuito foi recolher informações sobre os principais empreendimentos culturais e territoriais do Ilê Aiyê ao longo de sua história. A terceira etapa também teve como objetivo compreender o empreendedorismo cultural e territorial do Ilê Aiyê, mas com foco na festa da Noite da Beleza Negra, uma de suas principais inovações. Para isso, foram entrevistados os organizadores da festa.

A análise do material empírico da pesquisa apoiou-se na análise de narrativas. A construção da narrativa mobilizou experiências vividas pelos integrantes do bloco afro Ilê Aiyê, bem como por moradores do território do Curuzu. O conjunto dessas narrativas foi analisado, a fim de compreender como se dá a dinâmica do empreendedorismo cultural com o território, a partir das inovações culturais realizadas pelo bloco.

3.2.3 Experiência identitária da inovação musical: o Samba Afro da Band'Aiyê

O samba afro da Band'Aiyê é uma das primeiras inovações culturais do Ilê Aiyê, com base em elementos musicais presentes na história e cotidiano do território do Curuzu, sendo idealizada por Mestre Bafo. A atividade inova graças à sua originalidade e impactos provocados

no cenário musical baiano. Ao misturar batidas do samba com batidas tradicionais de Candomblé, o Ilê Aiyê gera um novo ritmo musical, baseado em aspectos territoriais. O ritmo é responsável pela transformação da musicalidade do carnaval baiano, fato que o bloco chama de “reafricanização” da festividade, ao imprimir a identidade negra na musicalidade que, até então, era baseada em padrões europeus.

O ritmo surgiu através das mãos de Mestre Bafo, primeiro mestre de percussão do bloco. No material empírico, observamos (ITAÚ CULTURAL, 2018; SILVA, 2018; AFOLABI, 2016; MILLS, 2011; ILÊ AIYÊ, 2020) que o ritmo possui forte ligação com aspectos identitários e experienciais do território do Curuzu. A inspiração da parte do “samba” no nome do ritmo surgiu a partir da influência das antigas escolas de samba da Liberdade. As escolas, compostas por integrantes negros, foram parte fundamental na formação da identidade local, embora estivessem em declínio quando o Ilê Aiyê surgiu. O “afro” se refere à conexão do ritmo com as batidas tradicionais de Candomblé, como o ijexá. O Candomblé e suas batidas estão presentes desde a formação do território do Curuzu, sendo a principal religião dos integrantes do bloco afro. Em “o samba afro do Ilê Aiyê”, parte do documentário “Ocupação Ilê Aiyê” (ITAÚ CULTURAL, 2018), integrantes do bloco afirmam que tal fusão só foi possível graças ao conhecimento de muitos anos e domínio do mestre sobre os dois ritmos, presentes no dia a dia do território.

Embora as escolas de samba não façam mais parte do cotidiano do bairro, o mesmo não ocorre com o Candomblé. Ao longo de uma das caminhadas pelo bairro, tivemos a oportunidade de conversar com uma moradora, dona de um bar local. Durante a conversa, ela nos disse que o território é repleto de terreiros de Candomblé, tantos que ela não conseguia recordar o nome de todos. O terreiro de Mãe Hilda, sede inicial do bloco, é um dos mais conhecidos e é frequentado por grande parte dos integrantes do bloco adeptos da religião, onde as batidas afro se fazem presentes diariamente.

Outro aspecto observado no material empírico, é o fato de o samba afro ter sido um dos passos mais importantes para a consolidação da identidade negra no cenário musical baiano. O samba afro se tornou o principal responsável pela inserção dos ritmos africanos no carnaval baiano, servindo de base para a criação de novos ritmos, como o samba raggae e suas derivações. Ao se apoiar em crenças pessoais e experiências vividas em seu território de ação, o Ilê promove uma inovação cultural responsável pela mudança nos cenários musical e cultural baianos. Além disso, o empreendimento é responsável também pela transformação educacional de centenas de crianças do Curuzu através das ações da Banda Erê (Figura 12), projeto

educacional do bloco. Através do samba afro o projeto educacional tornou-se uma escola de arte voltada para o resgate e expansão dos valores culturais de origem africana (ILÊ AIYÊ, 2020). Atualmente, a Banda Erê é a principal fonte de renovação do quadro artístico da Band'Aiyê, ajudando a mudar o futuro dos jovens do Curuzu, além de valorizar o talento de moradores do local.

Figura 12 – Aula de percussão



Fonte: Saravá Cidade (2020)

Observamos (SILVA, 2018; AFOLABI, 2016; MILLS, 2011) que após o surgimento do samba afro iniciou-se um movimento de expansão das raízes culturais africanas não só no território do Curuzu, como em outros territórios igualmente marginalizados pela sociedade e governo. Pela percussão do Ilê passaram grandes nomes, como Negoinho do Samba (criador do samba reggae e da Banda Didá) e Carlinhos Brown (criador da Timbalada).

3.2.4 Experiência identitária da inovação estética: a Indumentária do Ilê

As indumentárias do Ilê Aiyê são uma inovação de ordem estética, com base em elementos tradicionais da cultura africana, sendo idealizada por Dele Lima, irmã de Vovô. O bloco afro inova ao surgir com uma estética diferenciada numa época em que não era comum que negros utilizassem roupas com cores fortes ou acessórios que pudessem chamar a atenção. As indumentárias do Ilê promovem uma inovação ao inserir no contexto baiano e brasileiro a estética, história e identidade africana em suas roupas. O bloco foi pioneiro ao adotar uma identidade visual fora dos padrões exigidos pelos blocos carnavalescos, que seguiam o molde dos carnavais europeus. As cores do bloco foram escolhidas de forma que representassem a cultura, história e estética africana. As cores, branco, preto, amarelo e vermelho (Figura 13) representam, respectivamente, a paz, a cor da pele, a riqueza cultural/beleza e o sangue negro derramado na luta pela libertação (OCUPAÇÃO ILÊ AIYÊ, 2018).

Figura 13 – Estampa do carnaval de 2012



Fonte: Acervo pessoal

As roupas e acessórios do Ilê Aiyê são famosas por suas cores vibrantes e chamativas, tendo se tornado uma assinatura do grupo ao longo do tempo. Antes do surgimento do Ilê era comum que os negros utilizassem indumentárias inspiradas nos negros dos Estados Unidos, sem uma identidade local própria. Durante as visitas à sede do bloco, observamos que as cores e estampas se fazem presentes por toda a Senzala do Barro Preto, sede do bloco afro. Além da fachada estampada com as cores e símbolos do Ilê, observamos como todos os espaços foram decorados com as estampas utilizadas pelo bloco durante toda a sua história. Pelos bairros da Liberdade e Curuzu observamos diversas lojas populares voltadas para a estética negra, que comercializam roupas e acessórios dirigidos a esta etnia, como as tranças nagô. Estas tranças, famosas hoje em dia por sua beleza estética, eram associadas no passado a pessoas sujas e pobres. A estética adotada pelo Ilê Aiyê ajudou a modificar o padrão estético da comunidade negra, bem como auxiliou na mudança de mentalidade por parte da sociedade baiana ao longo do tempo quanto à aceitação desta estética étnica.

Ao interagir com o material empírico (ITAÚ CULTURA, 2018; TVE BAHIA, 2013; OKAY AFRICA, 2018; ILÊ AIYÊ, 2020; AFOLABI, 2016; PETROBRAS, 2012), observamos que as experiências de vida da comunidade negra, baiana e africana serviram de inspiração para a criação de uma estética que ajudasse na construção e fortalecimento da identidade dos moradores do território. Em “Ocupação Ilê Aiyê” (ITAÚ CULTURAL, 2018), Dete Lima, responsável pelas indumentárias, comenta que costumava ver sua mãe vestir os orixás no terreiro desde pequena e daí veio a inspiração para as roupas do bloco. As peças são feitas somente com amarração e adotam os componentes básicos das vestimentas Iorubá (turbantes, batas, estampas marcantes). Através dos depoimentos da estilista, observamos como aspectos presentes no dia a dia da comunidade negra do Curuzu serviram de inspiração para o desenvolvimento das indumentárias do bloco.

Mais uma vez, observamos como o Candomblé ajudou a caracterizar a inovação cultural, ao estar diretamente relacionado à cultura africana. Através da fusão de aspectos identitários provenientes das experiências diárias da comunidade com aspectos da cultura do continente africano, o Ilê inova culturalmente ao africanizar suas vestimentas e leva para avenida peças que exaltam a identidade do povo negro. O bloco foi pioneiro não só em sua fundação, mas também em adotar uma identidade visual fora dos padrões exigidos pelo governo do Estado³ (Figura 14). As indumentárias do Ilê também impactaram diretamente na estética adotada pelos blocos afros subsequentes, como o Olodum e o Muzenza, que adotaram cores e estampas similares.

Figura 14 – Integrantes do Ilê Aiyê trajando uma das primeiras indumentárias criadas



Fonte: Acervo Ilê Aiyê

No livro “Ilê Aiyê in Brazil and the Reiventation of Africa”, parte do material empírico, uma passagem específica chama a atenção, quando a autora afirma:

De meramente imitar formas simbólicas africanas e estampando-as em panos brancos simples para os desfiles de carnaval, o Ilê Aiyê desenvolveu-se a ponto de não apenas dominar a forma de arte de sua própria estética ideológica definidora, mas também criou ao longo dos anos, um modelo dinâmico e colorido para a promoção da África, Valores estéticos afro-brasileiros e da diáspora africana (Afolabi, 2016, p.84).

Em nossas caminhadas pelo território, pudemos observar os impactos do pioneirismo do Ilê no senso estético dos moradores. Peças como turbantes, batas, estampas e acessórios coloridos se fazem presente na comunidade negra do bairro, uma das maiores do país. Observamos também as obras que acontecem no bairro no momento, financiadas pela prefeitura, para transformar o Curuzu em um corretor cultural decorado com as cores e estampas

³ Padrão eurocêntrico.

do Ilê. Através de suas indumentárias, o Ilê influencia no fortalecimento da identidade territorial, transformando o Curuzu em um reduto da estética afro-brasileira

3.2.5 Experiência identitária da inovação festiva: a Noite da Beleza Negra

A Noite da Beleza Negra é uma inovação cultural de promoção da cultura e beleza afro, sendo o primeiro concurso de beleza do país voltado somente para mulheres negras, idealizado por Sérgio Roberto dos Santos, primo de Vovô. O concurso é a inovação cultural mais famosa do bloco afro, sendo reconhecido mundialmente como referência na luta pelo fortalecimento da identidade e beleza da mulher negra. O evento possui um caráter visionário, surgindo em uma cidade majoritariamente negra (cerca de 80% da população de Salvador é afrodescendente), mas que adotava o modelo de beleza europeu difundido como o ideal no Brasil (AFOLABI, 2016). A Noite da Beleza Negra é pensada como uma estratégia pelo Ilê Aiyê para combater o modelo de beleza vigente no país, promovendo o empoderamento das mulheres negras e a sensação de orgulho em relação à sua beleza natural.

No material empírico (OLIVEIRA, 2016; ITAÚ CULTURAL, 2018; BENVINDO, 2016; CONEXÃO SALVADOR, 2020; LIU, 2010; ILÊ AIYÊ, 2020) pudemos observar que os blocos de carnaval da época possuíam suas próprias rainhas, mas nenhuma delas era negra, assim como não havia candidatas negras nos outros concursos de beleza do país. Diante disso, o Ilê surge com uma proposta de valorizar a beleza das mulheres negras, mais especificamente as do território do Curuzu. O concurso, que elege a Deusa do Ébano, começou de forma simples, em um terreno próximo à casa de Mãe Hilda Jitolú (matriarca do bloco), com a participação de algumas poucas mulheres do bairro. No primeiro concurso o evento ainda não possuía nome e suas candidatas trajavam vestimentas simples, improvisadas com lençóis por Dete Lima, estilista da entidade. A primeira vencedora, eleita em 1976, foi Maria de Lourdes Cruz (Figura 15), conhecida como Mirinha. Ela desfilou como Deusa do Ébano em um Jipe pelas ruas da cidade.

Figura 15 – Primeira Deusa do Ébano



Fonte: Itaú Cultural (2018)

Afolabi (2016) afirma que “mais do que promover a beleza física, o concurso da Deusa do Ébano espera que sua rainha represente uma educadora local e internacional, uma professora de história e uma contadora de estórias” (AFOLABI, 2016, p.150). Tal afirmação demonstra como o concurso busca inovar entre os concursos de beleza tradicionais, nos quais a beleza física é o foco. Ao interagir com o material empírico, observamos que o concurso, que começou buscando valorizar a beleza negra local, conquistou grande popularidade e passou a fomentar o fortalecimento da identidade das mulheres negras como um todo.

Um dos momentos mais importantes do concurso é a arrumação das candidatas (Figura 16). Acompanhamos esta ocasião de perto, pois é considerado um momento crucial do concurso, embora não seja aberto ao público. Na sede do bloco, uma sala é preparada especialmente para a arrumação das candidatas. Dentro do espaço, além das candidatas e seus maquiadores, encontram-se fotógrafos e jornalistas que buscam registrar o momento. Pudemos observar como a identidade do bloco se faz presente, ao passo em que fortalece a identidade das participantes. Embora o concurso tenha participantes de diversos bairros e cidades, os moradores consideram a vencedora uma representante pública do Curuzu.

Figura 16 – Dete Lima e ajudantes arrumando candidatas



Fonte: Acervo pessoal

A Noite da Beleza Negra é um evento que muda completamente a dinâmica do Curuzu e de todo o bairro da Liberdade. Chegamos de carro ao evento e, já no início da Liberdade, o trânsito é modificado para a festa. Por conta disso, entramos a pé no bairro e pudemos observar a grande movimentação no bairro por parte dos moradores e de visitantes. As ruas ficam repletas de carros e pessoas, sendo necessário que o trânsito seja coordenado pela polícia. Na porta da Senzala do Barro Preto se aglomeram vendedores ambulantes e moradores da região que, embora não tenham conseguido ingressos para entrar, participam do evento do lado de fora.

Chegando na ladeira do Curuzu, ponto emblemático do território e local onde se localiza a sede do bloco, vemos pessoas nas janelas observando os acontecimentos, enquanto outros moradores da zona se aglomeram para acompanhar de longe o evento que eles consideram como o mais importante do carnaval. Seja na sede do evento ou do lado de fora, a participação da comunidade é massiva e há um clima de grande expectativa.

Durante nossa visita ao evento, observamos como a festa possui a capacidade de valorizar não só a beleza negra, como o próprio território do Curuzu. O evento, atualmente televisionado ao vivo, permite que a identidade construída e fortalecida pelo bloco através da música e estética seja divulgado para o mundo através da televisão e redes sociais. A escolha da Deusa do Ébano é um momento emblemático, com a eleita sendo considerada uma verdadeira rainha pelos moradores do Curuzu. A escolhida do ano de 2020 foi Gleicy Ellen Teixeira, 22 anos, moradora do Curuzu. Quando a vencedora é alguém da região, a identificação dos moradores da Liberdade com a eleita é altíssima, e a Deusa do Ébano torna-se então um símbolo da identidade, história e beleza que o lugar abriga. A inovação cultural da Noite da Beleza Negra permite o fortalecimento da identidade do povo local, fruto dos processos históricos e relacionais desses indivíduos através da cultura.

3.2.6 Experiência identitária da inovação educacional: a Escola Mãe Hilda

A escola mãe Hilda é uma inovação cultural no campo de ordem pedagógica, tendo iniciado suas atividades no ano de 1988, dentro do terreiro de candomblé Ilê Axé Jitolú (Figura 17), comandando por Mãe Hilda Jitolú, idealizadora da inovação, que sempre viu o terreiro como um espaço de educação. A ideia da escola surge como uma forma de dar continuidade ao seu trabalho de orientação, bem como regularizar o que já acontecia dentro do terreiro, onde suas filhas ministravam aulas de reforço para crianças da comunidade. A iniciativa foi pioneira no desenvolvimento de atividades culturais e socioeducativas para as crianças do território da Liberdade, com foco na afirmação e fortalecimento da cultura afro, no autoconhecimento e combate ao racismo. A organização inova ao romper com o modelo tradicional de ensino, desenvolvendo atividades culturais e socioeducativas com base na cultura negra, promovendo inclusive o desenvolvimento de uma lei pioneira. A lei em questão trata da obrigatoriedade do ensino sobre a história, valores e cultura afro no ambiente escolar, até então negligenciado pelas escolas tradicionais, mas presente na escola Mãe Hilda desde os seus primórdios.

Figura 17 – Escola Mãe Hilda quando funcionava no terreiro



Fonte: Acervo Ilê Aiyê

Com base no material empírico (AFOLABI, 2016; ITAÚ CULTURA, 2018; POVO DE AXÉ, 2012; NA TRILHA DA CULTURA, 2013; ILÊ AIYÊ, 2020; TCC ILÊ AIYÊ, 2012; ELETROBRAS, 2009), observamos que uma das principais iniciativas inovadoras da escola são os cadernos de educação. Os cadernos foram idealizados pelo professor Jônatas Conceição e pela professora e pesquisadora Maria de Lourdes Siqueira a partir de outros cadernos que eram editados anualmente para o carnaval pelo Ilê Aiyê. A implantação dos cadernos marcou uma nova era de produção intelectual e pedagógica com base na cultura no território do Curuzu, antecedendo em quase 20 anos a aprovação da Lei Federal 10.639/2003, que inclui a obrigatoriedade dos estudos de cultura e história afro-brasileira no currículo escolar.

Outro fato observado foi o esforço do bloco para capacitar os professores do território da Liberdade e dos bairros vizinhos, lutando pela inserção da cultura afro-brasileira nas escolas. O objetivo do bloco era garantir a permanência da temática africana nas escolas públicas da região. Graças a isso, mais de três mil alunos foram beneficiados pela iniciativa, além de 60 professores de seis escolas públicas da região periférica de Salvador, incluindo a Escola Mãe Hilda. O projeto pedagógico obteve sucesso, com índices de aprovação escolar acima dos 80%, obtido através da introdução de metodologias e materiais que dialogavam com a cultura negra.

Em uma de nossas visitas à escola, pudemos observar como a cultura negra se faz presente no processo de aprendizado das crianças. Nas paredes, todos os trabalhos realizados envolvem o conhecimento e valorização da cultura afro de alguma forma. A escola não celebra datas que escolas tradicionais celebram, como Dia da Árvore ou o Dia do Índio, focando em celebrar datas marcantes para a história afro-brasileira. Em conversa com a diretora da escola, Hildelice dos Santos, fomos informados que a instituição busca valorizar a história e cultura negra para formar alunos conscientes sobre sua ancestralidade e identidade. Diante disso, a escola busca promover o fortalecimento da identidade negra já na infância e, para isso, faz uso dos valores pregados no Candomblé. Embora utilize os princípios do Candomblé, a religião não é ensinada na escola. Mãe Hilda acreditava que religião é responsabilidade da família, enquanto o papel da escola é ensinar o respeito a todas religiões. Novamente, observamos que a religião permeia a inovação, desta vez através de seus valores e datas comemorativas.

Observamos que o Ilê, através da escola, busca fomentar o conhecimento da cultura negra na educação, com o objetivo de fortalecer a identidade das crianças do território do Curuzu e comunidades próximas. Com base nas experiências de vida dos moradores da comunidade e de seus integrantes, onde não havia o ensino e valorização da cultura negra, o Ilê busca suprir a falha no sistema educacional brasileiro quanto a esta questão. A escola conta com a matéria “História e Cultura Afro-Brasileira”, que se baseia na diversidade cultural existente na sociedade. Procura-se valorizar saberes que os alunos já possuem, criando momentos de troca de informações e opiniões, avaliando e identificando quais poderiam enriquecer seus repertórios e suas reflexões. O currículo da disciplina considera a diversidade de percursos socioculturais e reconhece a ciência histórica em sua natureza identitária.

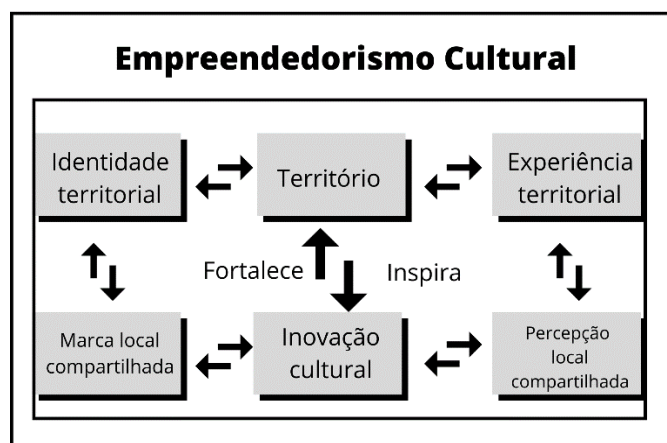
3.3 Empreendedorismo cultural: o território como experiência identitária inovadora

Com base na análise do material empírico e na perspectiva territorial da experiência identitária, desenvolvemos uma referência analítica (figura 18) para explicar a relação entre

territorialidade e empreendedorismo cultural. A referência é dividida em seis categoriais dentro da dinâmica do empreendedorismo cultural, identificadas a partir da perspectiva da territorialidade como experiência: território, inovação cultural, identidade territorial, experiência territorial, marca local compartilhada e percepção local compartilhada. No centro dessa referência encontramos o território e a inovação cultural numa relação dinâmica: o território inspira a inovação cultural, enquanto a inovação cultural fortalece o território.

Território e inovação cultural se compõem de identidade territorial e experiência territorial. O território inspira a inovação cultural através da experiência territorial. A experiência consiste nas diferentes maneiras pelas quais o ser humano constrói sua realidade. No contexto da experiência territorial os atores sociais conferem conteúdo ao território a partir de suas vivências. Ao mesmo tempo, o território também influencia a experiência, uma vez que não é possível definir o indivíduo, a comunidade e a sociedade sem inseri-los num determinado contexto territorial (HAESBAERT, 2011). A experiência territorial gera uma percepção local compartilhada, que consiste na produção de símbolos, sensorialidades e sentidos por um coletivo situado em um território dado (BELL; DE-SHALIT, 2011; ZARDINI, 2005), baseados em suas vivências como coletivo e como indivíduos. Esta experiência simbolizada, sensorializada e sentida, gerada pela percepção local e compartilhada, serve de plataforma estimulante para a inovação cultural.

Figura 18 – Referência analítica da perspectiva territorial da experiência identitária do empreendedorismo cultural



Fonte: elaboração própria

Além disso, a referência analítica destaca que a inovação cultural fortalece o território através da identidade territorial. A identidade territorial deve ser concebida como uma construção social, resultado das relações culturais, sociais e políticas que os grupos sociais

estabelecem em um território (SANTOS; DAVEL, 2018). O território envolve, ao mesmo tempo, uma dimensão simbólica e cultural, através de uma identidade atribuída pelos atores sociais que compõe o território, e uma dimensão político-disciplinar, como forma de controle desses atores. Assim como na experiência, os símbolos compartilhados pelos atores sociais possuem papel crucial. Através dos símbolos, sensorialidades e sentidos, as relações sociais ganham coerência, promovendo uma identidade compartilhada que se enraíza no território.

A identidade territorial gera uma marca compartilhada em comum, que pode ser compreendida como um resultado da dinâmica identitária. Resultados se materializam em produtos ou serviços criativos e sustentados por uma identidade marcante, a ponto de se tornarem indissociáveis do território em que são produzidos. No empreendedorismo cultural a identidade territorial está intimamente relacionada com a identidade cultural, que vai se construindo e reconstruindo no cotidiano vivido territorialmente pelos membros da coletividade e da organização. Assim, a identidade territorial se desenvolve quando um determinado grupo social busca recuperar sua história e uma cultura partilhada representada pela identidade.

As relações estabelecidas na referência analítica representam a dinâmica do empreendedorismo cultural, parte importante das economias criativas. Como parte dela, o empreendedorismo cultural bens com maior simbólico que material. Empreendedorismo cultural e economias criativas estão intimamente ligados, com a inovação cultural sendo um dos principais pilares do campo. No contexto das inovações culturais, a criatividade se apresenta como um fator fundamental para o seu desenvolvimento. A criatividade é fruto do coletivo, sendo caracterizada pela influenciada pela identidade territorial, na medida em que impacta na forma como o indivíduo se relaciona como o território.

Em suma, a inovação cultural possui uma relação de organicidade dinâmica com o território em suas dimensões identitárias e experienciais. O território inspira a inovação cultural através dos aspectos identitários e territoriais, ao passo em que a inovação cultural fortalece o território através de uma marca e percepção local compartilhada. O ser humano possui papel fundamental nesta relação, uma vez que permeia todos os seus aspectos, conferindo-lhes criatividade, materialidade e sentido.

3.4 Discussão e conclusões

O caso do empreendedorismo cultural do bloco afro Ilê Aiyê nos permitiu compreender como a experiência identitária da territorialidade ocorre na prática. A experiência identitária nos permitiu identificar e compreender como funcionam as inovações culturais baseadas da

territorialidade, na identidade e nas experiências construídas coletivamente pelos atores sociais que habitam um território. Diante disso, a presente pesquisa apresenta três grandes implicações, uma de ordem teórica, uma de ordem metodológica e uma de ordem prática, referentes ao atual cenário dos estudos e da prática empreendedora dentro do contexto dos empreendimentos culturais no campo da Administração.

A **primeira implicação** consiste em repensar o empreendedorismo cultural a partir do contexto territorial. O artigo em questão apresenta como funciona a territorialidade como experiência identitária em uma organização real. Com esta apresentação, buscamos fornecer um novo olhar sobre as pesquisas no campo do empreendedorismo cultural através da adoção de uma perspectiva que integra aspectos fundamentais do empreendedorismo cultural, como a identidade e a territorialidade. Até o momento os estudos sobre empreendedorismo cultural se apresentam de forma escassa com pouca ou nenhuma relação com a territorialidade. Quando associamos o empreendedorismo cultural e a territorialidade com aspectos identitários e de experiência, os estudos inexistem. Diante disso, buscamos fomentar discussões e pesquisas futuras que enfoquem a importância da territorialidade no empreendedorismo cultural, considerando as potencialidades teórico-conceituais da dimensão da experiência identitária.

A **segunda implicação** consiste em auxiliar os pesquisadores na escolha de uma metodologia de pesquisa capaz de compreender as singularidades da perspectiva da experiência identitária. No caso do artigo em questão, a etnografia audiovisual foi o método mais eficaz para identificar e compreender a experiência identitária do bloco afro Ilê Aiyê. Embora ainda pouco utilizados no campo dos estudos organizacionais, os recursos audiovisuais se mostram excelentes para uma observação participante, sendo capazes de armazenar e representar as informações a serem analisadas (DAVEL et al., 2019). Os recursos audiovisuais permitem documentar o contexto estudado e analisá-lo repetidas vezes, gerando múltiplas interpretações. Com a crescente quantidade de recursos audiovisuais disponíveis online, a etnografia audiovisual é um método de pesquisa que vem ganhando espaço no campo da Administração, graças à sua capacidade de produzir e comunicar conhecimentos em escala mais focada e ampliada (DAVEL et al., 2019). Outro recurso utilizado foi a caminhada consciente (JUNG, 2014). A caminhada consciente é uma forma interativa de pesquisa, permitindo que não só a visão, mas todos os sentidos, experimentem o entorno (JUNG, 2014). O método é uma técnica de observação inovadora, apropriada para estudos sobre territorialidade. O ato de caminhar permite que o pesquisador compreenda as experiências vividas, sendo fundamental capturar os sentimentos espontâneos que emergem dos atores sociais e do território estudado.

A **terceira implicação** consiste no auxílio à formação de empreendedores culturais, no desenvolvimento de territórios e políticas públicas, além da prática dos empreendedores culturais. A pesquisa serve como fonte de capacitação de professores e formadores de empreendedores culturais ao fornecer uma melhor compreensão sobre os aspectos territoriais de um empreendimento. Ao capacitar os professores, a pesquisa ajuda a melhorar a formação dos futuros empreendedores, gerando gestores mais conscientes sobre a importância dos aspectos territoriais e identitários do empreendedorismo. A pesquisa também pode auxiliar formadores de políticas públicas, ao conscientizar os mesmos sobre a importância das questões territoriais do empreendedorismo, servindo de auxílio na elaboração de políticas públicas para a resolução de desafios enfrentados nos territórios urbanos.

Referências

- A QUESTÃO racial: da ditadura à democracia. Produção: TVBrasil. [S. l.: s. n.], 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UHCQpM2IK14&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=13>. Acesso em: 13/03/2020.
- AFOLABI, Niyi. **Ilê Aiyê in Brazil and the Reinvention of Africa**. 1. ed. New York: Palgrave Macmillan, 2016. 304 p.
- APRIL, W. I. "Experiential Learning from the Khoi-Khoi (Namibia) and Maori (New Zealand) Communities", **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, v. 9, n. 2, p. 103–110, 2008.
- AWATERE, S., MIKA, J., HUDSON, M., PAULING, C., LAMBERT, S., REID, J. Whakatipu Rawa Ma Nga Uri Whakatipu: Optimising the 'Maori' in Maori Economic Development. **AlterNative: An International Journal of Indigenous Peoples**, v. 13, n. 2, p. 80 – 88, 2017.
- BAHIA, berço da Cultura Afro-Brasileira. Produção: TVE Brasil. [S. l.: s. n.], 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WflxTpbTrC8&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=12>. Acesso em: 13/03/2020.
- BANKS, M; GILL, R; TAYLOR, S. **Theorizing Cultural Work: Labour, Continuity and Change in the Cultural and Creative Industries**. New York: Routledge, 2014. 210p.
- BARRAGAN, M. C.; AYAVIRI, V. D. **Información tecnológica**. La Serene, v. 28, n. 6, p. 71 – 80, 2017.
- BENVINDO, V. Outra Face. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Ik31xFZEhbk>>, Acesso em 20 de jan. 2020.
- BOURDIEU, P. **The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature**. New York: Columbia University Press. 1993. 322 p.
- CARVALHO, C. D. M. B., CUTRIM, K. D. G., COSTA, S. R. "Empreendedorismo cultural e turismo: Perspectivas para desenvolvimento das indústrias criativas no bairro da Madre Deus, São Luís (Maranhão, Brasil)", **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi: Ciências Humanas**, v. 12, n. 2, p. 629–646, 2017.
- CHOI, H. Religious Institutions and Ethnic Entrepreneurship: The Korean Ethnic Church as a Small Business Incubator. **Economic Development Quarterly**, v. 24, n. 4, p. 372 – 383, 2010.

COHEN, B.; ALMIRALL, S.; CHESBROUGH, H. The City as a Lab: Open Innovation Meets the Collaborative Economy. **California Management Review**, v. 59, n. 1, p. 5 – 13, 2016.

COHEN, B.; MUÑOZ, P. Toward a Theory of Purpose-Driven Urban Entrepreneurship. **Organization & Environment**, v. 28, n. 3, p. 264 – 285, 2015.

CONVERSANDO sobre o Ilê. Produção: Lourdes Fernandes. [S. l.: s. n.], 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1C1IyR5YC0g&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=7>. Acesso em: 13/03/2020.

CULTURAL, O. I. **Ocupação Ilê Aiyê**. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. 80p.

CULTURAL, O.I. A Inteligência Negra - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HjO38el16zI&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=13>. Acesso em 25/01/2020.

CULTURAL, O.I. A Política Além do Carnaval - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xsGp5G2RBrg&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=7>. Acesso em 25/01/2020.

CULTURAL, O.I. A religiosidade no Ilê Aiyê - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4Sl3cgpMqBI&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=10>. Acesso em 25/01/2020.

CULTURAL, O.I. Ah, Se Não Fosse o Ilê Aiyê - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ROxIn4ieC0c&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=15>. Acesso em 30/01/2020.

CULTURAL, O.I. Beleza Negra - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BdgvzVfa_1FY&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=11>, Acesso em 30/01/2020

CULTURAL, O.I. O Carnaval na Sala de Aula - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=usJhzWIdVaI&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=6>. Acesso em 30/01/2020.

CULTURAL, O.I. O Resgate da Ancestralidade e o Futuro – Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=l2PLhH1h0s4&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=9>. Acesso em 30/01/2020.

CULTURAL, O.I. O Samba Afro do Ilê - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xZiYu5HL8bE&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=14>. Acesso em 30/01/2020.

CULTURAL, O.I. Quem é Mãe Hilda Jitolú- Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=keyeaagUGis&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=5>. Acesso em 30/01/2020

CULTURAL, O.I. Quem é que Sobe a Ladeira do Curuzu – Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uInmOTyhYU&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=8>. Acesso em 30/01/2020.

CULTURAL, O.I. Ser Negro - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=15l02usmpKk&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=16>. Acesso em 30/01/2020.

- CULTURAL, O.I. Vovô do Ilê - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GZCgHarCcIs&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=12>. Acesso em 30/01/2020.
- DASKALAKI, M.; HJORTH, D.; MAIR, J. Are Entrepreneurship, Communities, and Social Transformation Related? **Journal of Management Inquiry**, v. 24, n. 4, p. 419 – 423, 2015.
- DAVEL, E.; CORÁ, M. A. J. Empreendedorismo cultural: cultura como recurso retórico, processo de criação e de consumo simbólico. **Políticas Culturais em Revista**, v. 9, n. 1, p. 363 – 387, 2016.
- DAVEL, Eduardo Paes Barreto; FANTINEL, Letícia Dias; OLIVEIRA, Josiane Silva de. Etnografia audiovisual: potenciais e desafios na pesquisa organizacional. **Organização e Sociedade**. Salvador, v. 26, n. 90, p. 579-606, 2019.
- EBONY Godness: Queen of Ilê Aiyê. Produção: Carolina Moraes-Liu. [S. l.: s. n.], 2010. DVD.
- ELIAS, S. R. S. T. A., CHILES, T. H., DUNCAN, C. M., *et al.* The Aesthetics of Entrepreneurship: How Arts Entrepreneurs and their Customers Co-create Aesthetic Value. **Organization Studies**, v. 39, n. 2–3, p. 345–372, 2018.
- ESCOLA Mãe Hilda do Ilê Aiyê. Produção: Na trilha da cultura. [S. l.: s. n.], 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qTn9caE9BsI&t=15s>. Acesso em: 20/04/ 2020.
- ESCOLA Mãe Hilda. TCC Ilê Aiyê. [S. l.: s. n.], 2012. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=eS_XEITyX-A&t=5s. Acesso em: 20/04/2020.
- FORMICA, P. Business, Innovation and the Arts: The Golden Encounter. *In: Innovation and the Arts: The Value of Humanities Studies for Business*. Bingley: Emerald Publishing Limited, 2020. p. 1-42.
- GEHMAN, J; SOUBLIÈRE, J. Cultural Entrepreneurship: from Making Culture to Cultural Making. **Innovation**. V19, n.1, p. 1-13, 2017.
- GORBUNTSOVA, T., DOBSON, S., PALMER, N. Rural entrepreneurial space and identity: A study of local tour operators and ‘the Nenets’ indigenous reindeer herders. **International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, v. 19, n. 4, p. 261–272, 2018.
- HAESBAERT, R. **Des-territorialização e identidade: A rede “gaúcha” no nordeste**. Rio de Janeiro: EDUFF, 1997. 293 p.
- HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2011. 396 p.
- HARTLEY, J., WEN, W., LI, H. S. **Creative Economy and Culture: Challenges, Changes and Futures for the Creative Industries**. London: SAGE Publications, 2015. 262 p.
- HAUSMANN, A; HEINZE, A. Entrepreneurship in the cultural and creative industries: insights from an emergent field. **Artivate: A Journal of Entrepreneurship in the Arts**, v. 2, ed. 5, p. 7-22, 2016.
- HEBERER, T. Entrepreneurs and Ethnic Identity. In: HEBERER, T. (Ed.). **Doing Business in Rural China: Liangshan’s new ethnic entrepreneurs**. Seattle: University of Washington Press, p. 186 – 205, 2007.
- HJORTH, D. "Public entrepreneurship: Desiring social change, creating sociality", **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 25, n. 1–2, p. 34–51, 2013.

HOW Ilê Aiyê brought blackness back to carnival. Produção: Okay Africa. [S. l.: s. n.], 2018. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_zYo1LxyBOM&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=17. Acesso em: 13/03/2020.

ILÊ Aiyê elege nova Deusa do Ébano. Produção: Conexão Salvador. [S. l.: s. n.], 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rHNDE5yvmYk&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=3>. Acesso em: 22/01/2020.

ILÊ AIYÊ OFICIAL. **Site Oficial do Bloco Afro Ilê Aiyê**. Disponível em: <http://www.ileaiyeoficial.com/>. Acesso em 01/10/2019.

ILÊ Aiyê. Produção: Eletrobras. [S. l.: s. n.], 2009. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=onWzWtbc8EA&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=9>. Acesso em: 13/03/2020.

ILÊ Aiyê: house of the World. Produção: Paint of the Globe Foundation. [S. l.: s. n.], 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=j5QEhobTvS8&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=11>. Acesso em: 13/03/2020.

IMAS, J. M.; WILSON, N.; WESTON, A. Barefoot entrepreneurs. **Organization**, v. 19, n. 5, p. 263 – 285, 2012.

INSTAGRAM oficial Ilê Aiyê. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/blocoileaiye/>. Acesso em: 26/01/2020.

ISLAM, G; ENDRISSAT, N; NOPPENNEY, C. Beyond ‘the Eye’ of the Beholder: Scent Innovation Through Analogical Reconfiguration. **Organization Studies**, v. 3, ed. 37, p. 1–27, 2016.

JUNG, Y. "Mindful Walking: The Serendipitous Journey of Community-Based Ethnography", **Qualitative Inquiry**, v. 20, n. 5, p. 621– 627, 2014.

KOKKRANIKAL, J.; MORRISON, A. Entrepreneurship and Sustainable Tourism: The Houseboats of Kerala. **Tourism and Hospitality Research**, v. 4, n. 1, p. 7 – 20, 2002.

KUHLKE, O., SCHRAMME, A., KOOYAMA, R. **Creating Cultural Capital: Cultural Entrepreneurship in Theory, Pedagogy and Practice**. Utrecht, Eburon Academic Publishers, 2, p. 982 – 1012, 2016.

LAWRENCE, T B; PHILLIPS, N. Understanding Cultural Industries. **Journal of Management Inquiry**, v. 4, ed. 11, p. 430-441, 2002.

LONDON, M.; MORFOPOULOS, P. R. G. **Social Entrepreneurship: How to Start Successful Corporate Social Responsibility and Community-Based Initiatives for Advocacy and Change**. Abingdon: Routledge, 2019. 258 p.

MÃE Hilda: Mulher da Liberdade. Produção: Povo de Axé. [S. l.: s. n.], 2012. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=m8_n9uelucU&t=26s. Acesso em: 20/03/2020.

MARINS, S.; DAVEL, E. P. B. Empreendedorismo na Cultura e na Arte: Passado e Futuro da Produção Acadêmica. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v 7. n. 3, p. 406-444 2020.

MILLS, Gisele Audrey. Ilê Aiyê: Performing Afro-Brazilian identity trough music. 2011. Tese (Doutorado) - University of Maryland, [S. l.], 2011. Disponível em: https://drum.lib.umd.edu/bitstream/handle/1903/11615/Mills_umd_0117E_11963.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 23/01/2020.

MUÑOZ, P.; COHEN, B. The Making of the Urban Entrepreneur. **California Management Review**, v. 59, n. 1, p. 79-91, 2016.

NEVES, J. N. d. R.; DAVEL, E. P. B. A Territorialidade do Empreendedorismo: Perspectivas e Desafios para o Empreendedorismo Cultural. **Gestão & Regionalidade**. No prelo.

OLIVEIRA, V. S. **Ara-ítan: A dança de uma rainha, de um carnaval, de uma mulher**. 184 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade federal da Bahia, Salvador, 2016.

PÁGINA oficial no Facebook Ilê Aiyê. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/ileaiye/>. Acesso em: 26/01/2020.

PEARSON, C. A. L.; HELMS, K. Indigenous Social Entrepreneurship: The Gumatj Clan Enterprise in East Arnhem Land. **The Journal of Entrepreneurship**, v. 22, n. 1, p. 43 – 70, 2013.

PEREDO, A. M.; CHRISMAN, J. J. Toward a Theory of Community-Based Enterprise. **Academy of Management Review**, v. 31, n. 2, p. 309 – 328, 2006.

QUE BLOCO é esse. Produção: Lourdes Fernandes. [S. l.: s. n.], 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IrkuTkvy2TA&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=5>. Acesso em: 13/03/2020.

QUE BLOCO é esse. Produção: Petrobras. [S. l.: s. n.], 2012. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=w6yayr0WHA4&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=8>. Acesso em: 13/03/2020.

QUEIROZ, M. S. de A.; PINHO, V. de S.; CARNEIRO, S. N. V. O Desafio do Empreendedorismo Local: Uma Perspectiva Cultural e Familiar em Narrativas. **Revista Expressão Católica**, v. 3, n. 1, p. 228 – 250, 2014.

RAVASI, D; RINDOVA, V; DALPIAZ, F. The cultural side of value creation. **Strategic Organization**, v. 3, ed. 10, p. 231– 239, 2012.

RITUAL de Saída do Ilê Aiyê. [S. l.: s. n.], 2010. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aLk3N5Yy6ew&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=1>. Acesso em: 22/03/2020.

SAÍDA do bloco Ilê Aiyê na Liberdade. Produção: Portal Ibahia. [S. l.: s. n.], 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cKWLL9t60ZQ&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=2>. Acesso em: 22/03/2020.

SANTOS, F. P., DAVEL, E. P. B. "Gestão De Equipamentos Culturais Com Base Na Identidade Territorial", **Revista Gestão & Conexões**, v. 7, n. 2, p. 7–42, 2018.

SAQUET, M. A.; BRISKIEVICZ, M. Territorialidade e identidade: um patrimônio no desenvolvimento territorial. **Caderno Prudentino de Geografia**, v. 1, n. 31, p. 3-16, 2009.

SCHIRAY, D. M.; CARVALHO, C. C.; AFONSO, R. Creative economy as a social technology approach: A case study in favela da Mangueira, Rio de Janeiro, Brazil. **Academia Revista Latinoamericana de Administración**, v. 30, n. 4, p. 508 – 528, 2017.

SILVA, C.A. **Os belos, o trânsito e a fronteira: um estudo sócio-antropológico sobre o discurso autoreferente do Ilê Ayê**. Vol. 6. Salvador: Pinaúna Editora, 2016.

SITE oficial Ilê Aiyê. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.ileaiye.com.br>. Acesso em: 26/01/2020.

STEYAERT, C.; KATZ, J. Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 16, n. 3, p. 179-196, 2004.

TRADICIONAL saída do Ilê Aiyê leva multidão à loucura no Curuzu. Produção: Governo da Bahia. [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=MJ1u_1vnbms&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=16. Acesso em: 13/03/2020.

TUAN, Y. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. Londrina: EDUEL, 2013. 248 p.

TVE. Ilê Aiyê – Do Axé Jitolú para o Mundo. 2014. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=QKGZtrsDEeg>

CAPÍTULO 4 – O EMPREENDEDORISMO DO ILÊ AIYÊ: CULTURA, IDENTIDADE E TERRITORIALIDADE (ARTIGO C⁴)

The territoriality of cultural entrepreneurship: the identity experience of Ilê Aiyê Organization

Resumo

Este caso para ensino tem como objetivo proporcionar uma aprendizagem voltada para: (a) entender a importância da relação entre empreendedorismo e território, (b) conhecer e discutir a experiência identitária como perspectiva territorial significativa para pensar o empreendedorismo e (c) identificar e discutir como a territorialidade pode ser promissora no desenvolvimento do empreendedorismo no campo das artes e da cultura. O caso consiste na experiência de um estudante de administração que estuda o empreendedorismo cultural e elege o Bloco Afro Ilê Aiyê. Assim, conversa com várias pessoas estratégicas da organização para compreender o que torna o Ilê Aiyê uma organização inovadora do ponto de vista da cultura. A cada diálogo, conhecemos melhor as inovações culturais do bloco, sobretudo as relações entre empreendedorismo, cultura, experiência, identidade e territorialidade no Ilê Aiyê e os conflitos decorrentes de um grande dilema: limitar o acesso ao bloco apenas para os moradores do bairro, a fim de preservar suas tradições ou abri-lo para o mundo e correr o risco de perder suas principais características derivadas do território

Palavras-chave: empreendedorismo, território, experiência identitária, empreendedorismo cultural, empreendedorismo artístico.

Abstract

This teaching case allow us to develop a learning process focused on: (a) understanding the importance of the relationship between entrepreneurship and territory, (b) knowing and discussing the identity experience as a significant territorial perspective to think about entrepreneurship and (c) identifying and discussing how territoriality can be promising in the development of entrepreneurship in the field of arts and culture. The case consists of the experience of a business student who studies cultural entrepreneurship and chooses the Afro Ilê Aiyê Block. Thus, he talks to several strategic people in the organization to understand what makes Ilê Aiyê an innovative organization from the cultural point of view. At each dialogue, we get to know the block's cultural innovations better, especially the relationships between

⁴ O artigo segue os padrões de formatação e referências exigidos pela revista Administração Pública e Gestão Social, a qual foi submetido para avaliação e publicação.

entrepreneurship, culture, experience, identity and territoriality at Ilê Aiyê and the conflicts arising from a major dilemma: limiting access to the block only to residents of the neighborhood, in order to preserve its traditions or open it to the world and risk losing its main characteristics derived from the territory.

Keywords: entrepreneurship, territory, identity experience, cultural entrepreneurship, artistic entrepreneurship.

4,1 Caso para ensino

4.1.1 De onde viemos

Robson tem 20 anos e cursa o quinto semestre de sua graduação em administração em uma prestigiada universidade local. Neste semestre, Robson escolheu cursar a matéria de “empreendedorismo cultural”, onde, ao final da matéria, os alunos devem apresentar um artigo sobre um empreendimento de sua escolha. Robson logo pensou no bloco fundado por seu avô Carlos. Embora o empreendimento tivesse sido fundado por seu avô, o jovem sabia pouco sobre como tudo começou e se desenvolveu. Antes de iniciar sua pesquisa, Robson resolveu conversar com seu professor sobre sua ideia para ter certeza de que havia escolhida um empreendimento cultural.

- Olá, professor Edson! Tudo bem?

- Tudo, Robson! Em que posso ajudar?

- Estou em dúvida se a organização que escolhi para a minha pesquisa é realmente um empreendimento cultural.

- Ok. Vamos começar relembrando o que é empreendedorismo cultural. Você consegue se lembrar do que discutimos em nossas primeiras aulas?

- Eu me lembro que você falou que empreendedorismo cultural se refere à criação e busca de novas ideias por aqueles que se engajam em atividades artísticas e culturais e quem aplicam, compartilham e distribuem o trabalho criativo e cultural.

- Muito bem. Na realidade, definir o que é empreendedorismo cultural não é fácil, mas essa é uma boa definição e podemos trabalhar com ela!

-Obrigada, professor, começarei meu trabalho agora mesmo!

Naquela tarde, Robson correu para casa de seu avô para conversar sobre como surgiu o bloco, já que ainda não conhecia a fundo a história de como o bloco virou o símbolo do bairro da Liberdade na cidade de Salvador, Bahia.

Ao chegar na casa do avô, Robson tocou a campainha e foi recebido por sua tia avó Hilda, irmã de Carlos. Ela também participaria da conversa naquela tarde. Robson tinha muito o que aprender com eles e estava bastante empolgado. Desde pequeno Robson estava acostumado a ouvir histórias de como tudo começou no bloco afro, mas nunca tinha tido a oportunidade de conhecer toda a história do Ilê Aiyê.

Ao saber que seu neto havia chegado, Carlos, também conhecido como “vô Carlinhos”, foi ao encontro de Robson na sala de sua casa.

- Robson, meu menino! Como está você?

- Estou bem, vô Carlinhos! – Disse o jovem animado. – Estou muito empolgado para conhecer mais sobre a história do bloco que o senhor ajudou a fundar. Acredito que vá me render um artigo muito bom! Vamos começar?

- É tanta história que não sei nem por onde começar! – Afirmou Carlos, enquanto ria. – Bem, vou começar contextualizando como era toda a coisa na época. Como você sabe, toda nossa família é adepta do candomblé e vivíamos no terreiro de sua bisavó, Mãe Estela. Era um lugar que nos reuníamos não só para nossos compromissos religiosos, mas também para festejar as datas comemorativas.

- Tipo o quê, vô? - Indagou o jovem.

- Todo tipo, Robson. Carnaval, São João...tudo que você possa imaginar. Sua bisavó era muito conhecida aqui no bairro. O terreiro dela, hoje comandado por sua tia avó Hilda, era como uma casa para todos. Eu, meus irmãos, meus amigos, muita gente do bairro frequentava lá. E foi lá que nossa história começou.

- Aqui no bairro tem bastante terreiro, não é?

- Sim, meu filho. Sua bisavó contava que quando ela chegou no bairro, lá em 1930 aos 7 anos de idade, a Liberdade era um bairro só de negros. Esses negros eram filhos de escravos libertos e era possível encontrar ainda alguns africanos aqui. Nosso bairro é essencialmente negro desde a sua origem.

Mãe Estela sempre contava essa história. Ela dizia que quando chegou lá, só haviam negros no bairro e foi assim por bastante tempo. Diante disso, o surgimento de terreiros pelo bairro aconteceu naturalmente, e ainda era possível encontrar vários pelo bairro, como o que pertenceu a Mãe Estela. Embora Mãe Estela já tivesse falecido, o terreiro continuava existindo e contando com a participação massiva dos integrantes do bloco afro.

- Então, Robson. – Continuou Carlos. – Com o tempo o bairro foi atraindo mais pessoas, de diferentes etnias, mas ainda é o bairro com a maior população negra do Brasil. Apesar de

Salvador ser uma cidade com o maior número de negros fora da África, nós não tínhamos acesso a quase nada na época em que o Ilê surgiu.

- Como assim, vô?

- Bom, existiam vários blocos de carnaval na cidade, todos compostos por pessoas brancas. Nós negros só podíamos participar se fosse para segurar as alegorias deles ou como cordeiros, um verdadeiro absurdo. Eles diziam que não existia racismo na cidade, mas faziam seleção para escolher seus integrantes e nós nunca éramos escolhidos. Foi então, em 1974, que eu e meu amigo Paulo tivemos a ideia de criar um bloco só pra negros. Na época isso não existia, o máximo que tinha eram os blocos de origem indígena e eles já estavam caindo no esquecimento. O que se via era um carnaval europeu em uma cidade repleta de negros.

Nesse momento, Hilda saiu da cozinha para se juntar ao irmão.

- Naquele ano, seu avô e Paulo resolveram criar um bloco afro como nunca visto. Começamos com poucas pessoas, cerca de 100 integrantes. Mais pessoas iriam sair, mas terminaram desistindo em cima da hora com medo de represália policial. A polícia acompanhou o bloco durante todo o desfile, com medo que causássemos problema. Um bloco somente de negros era algo que nunca havia sido visto nesse país, foi uma verdadeira revolução. – Afirmou Hilda.

-Tia, e o que mais inspirou vocês?

- Robson, a nossa maior inspiração foi a cultura negra que já era presente aqui no nosso bairro, mas que era negligenciada na sociedade. A população aqui era quase toda de origem africana, com uma forte presença das religiões dessa matriz. Nossa música, nossas roupas, nossos valores, tudo veio da religião. Naquela época isso não existia.

- Apesar disso, sua bisa sempre deixou claro que, embora a religião fosse uma de nossas inspirações, ela não deveria ser exposta sem necessidade. Nós respeitamos muita nossa religião e tem coisas que não devem ser públicas, expostas para todos. - Disse Carlos. – A Liberdade era um bairro muito rico culturalmente, com uma grande influência da cultura africana na religião, vestimentas, culinária e festividades.

- De onde vem o nome Ilê Aiyê?

- Foi mais uma ideia de sua Bisa. A princípio, Carlos pensou em colocar o nome “Poder Negro”, mas sua bisa disse que não era original, já que já era usado pelos movimentos afro-americanos nos Estados Unidos. Foi aí que ela sugeriu o nome Ilê Aiyê, que significa “casa do povo negro”. O terreiro de Mãe Estela era a grande casa que recebia a todos e ela queria que o Ilê fosse uma grande casa que recebesse todo esse povo negro excluído, nossa família e amigos.

- Poxa tia, que legal! E esse ritmo que vocês tocam, como surgiu, vô? - Perguntou o jovem.

- Aí é melhor você ir conversar com Paulo, aquele meu amigo que me ajudou lá no início. Ele é o responsável pelo ritmo que nos guia.

4.1.2 O ritmo que nos guia

Robson saiu da casa de vô Carlinhos ainda mais empolgado. Enquanto se dirigia a casa de Paulo, foi observando tudo o que seu avô havia falado sobre o bairro. Ele nunca tinha prestado atenção nos detalhes, mas agora as coisas pareciam mais claras. Toda a força da cultura negra se mostrava presente no bairro e Robson conseguia visualizar de onde veio a inspiração para a criação do Ilê agora.

Ao chegar na casa de Paulo, encontrou o homem sentado na varanda de casa a sua espera. Carlos já havia avisado que o menino estava a caminho.

- Oi, senhor Paulo! – Disse o jovem em tom de animação. – Estou fazendo um trabalho sobre o Ilê e vô Carlinhos me falou para vir conversar com o senhor.

- Pode entrar, meu filho. Em que posso te ajudar?

- Então, eu queria saber mais sobre o samba-afro, o ritmo que vocês tocam.

- Naquela época, em 1974, quando o Ilê surgiu, a musicalidade do carnaval era basicamente uma cópia do carnaval europeu, com marchinhas. Como você deve imaginar, marchinhas com inspiração europeia não representavam a ideia do Ilê em nada. Era um bloco de negros para negros, como iríamos tocar algo assim? Foi aí que eu e mais alguns amigos tivemos a ideia de criar o que chamamos de samba-afro.

- E como foi isso, senhor Paulo?

- Nós nos inspiramos em dois ritmos essencialmente negros que faziam parte da nossa vida aqui no bairro. Um dos ritmos era o samba, presente nas escolas de samba que existiam aqui no bairro, como os Filhos da Liberdade. Na época que a gente surgiu, as escolas não existiam mais, mas ainda eram lembradas e o samba era muito presente no bairro, em suas festividades. O outro ritmo foram as batidas de candomblé, como o ijexá.

- Que interessante! Você acha que essa iniciativa foi inovadora?

- Com certeza! Nós misturamos essas duas batidas, uma de origem africana e a outra de origem afro-brasileira e criamos o samba-afro, que é o ritmo que se tornou a cara do Ilê, mas, mais do que isso, esse nosso ritmo causou uma revolução no carnaval.

- Você poderia explicar mais detalhadamente o que isso significa?

- O samba-afro inspirou a criação de novos ritmos, como samba-reggae e o axé, mudando completamente a musicalidade baiana. Essa não era nossa intenção na época, nós só queríamos levar a cultura afro, que era forte aqui no bairro, para avenida... mostrar o quão rico culturalmente o nosso bairro era.

Paulo seguiu explicando a Robson como a cultura africana, presente no dia a dia do bairro, chegou até a avenida no primeiro ano que o Ilê saiu. Além do ritmo inovador, os integrantes saíram pelas ruas entoando músicas na linguagem nagô, presente nas músicas tradicionais africanas de candomblé, e que a mídia chamou de “língua embolada”.

- Para nós aqui, a linguagem nagô fazia parte da nossa religiosidade, das nossas festividades, mas, para a mídia, era uma coisa totalmente nova e inesperada. A cultura africana, forte aqui na Liberdade, ainda era desconhecida na cidade e no Brasil. Nós fomos pioneiros em levar essa cultura para o resto do país.

Paulo contou a Robson que para criar o samba-afro, foram necessários muitos anos de aprendizado nas batidas tradicionais do candomblé e do samba. Era algo que fazia parte da comunidade e que estava presente na vida de muitos deles desde a infância. As letras que acompanhavam a batida também não vinham do nada, eram fruto de muita pesquisa sobre a história africana.

- No primeiro ano que a gente saiu, a música tema foi “Que bloco é esse”. Foi tão marcante que virou a nossa música mais famosa. Com o passar dos anos, as músicas temas eram a forma de contar a história africana sob nossa ótica.

- Muita gente atualmente famosa veio daqui do Ilê, não é?

- Sim, filho. O criador do samba-reggae do Olodum, o criado da Timbalada, um dos vocalistas daquele grupo de pagode “É o Tchan”... Todos esses grupos ícones foram inspirados pelo Ilê Aiyê. Nós somos o primeiro bloco afro do Brasil, Robson.

Robson seguiu conversando um pouco mais com Paulo sobre o Ilê, até que começou a se questionar de onde surgiu a ideia das vestimentas. Embora Paulo soubesse bastante coisa sobre o Ilê, esse não era um assunto que dominava. Sendo assim, ele sugeriu que Robson procurasse Lara, uma das irmãs de vô Carlinhos e também sua tia avô.

Como já era tarde, Robson achou melhor visitar Lara no dia seguinte. Ele ligou para a tia avó e comentou sobre o trabalho que estava fazendo. Lara prontamente concordou em ajudar o jovem e combinou que ele fosse visita-la no dia seguinte pela manhã, antes de ir para a escola.

4.1.3 A cultura que nos veste

No dia seguinte, Robson acordou cedo. Não havia conseguido dormir direito pois estava ansioso para saber ainda mais sobre o Ilê Aiyê. Ele não pensou que fazer esse trabalho pudesse ser tão divertido assim. Além de saber mais sobre o bloco, podiam aprender mais sobre a origem do bairro e como a cultura africana influenciou as duas coisas.

O encontro foi marcado no terreiro de Mãe Estela. Robson já estava acostumado a ir lá, visto que toda sua família fazia parte do terreiro e muitas das reuniões familiares aconteciam lá. Assim que chegou, dirigiu-se a uma grande sala, onde Lara se encontrava sentada costurando.

- Oi, tia Lara! Vim te incomodar hoje! – Disse o jovem em meio a risadas.

- Pois pode incomodar! Vou te contar tudo que eu sei.

- Excelente! Ontem eu estive com senhor Paulo para saber mais sobre o samba-afro e hoje estou aqui porque quero saber de onde surgiu a ideia para as nossas vestimentas do Ilê. Tem alguma coisa a ver com as roupas que usamos aqui?

- Acertou em cheio, meu filho. Como você sabe, eu sou a responsável pelas nossas roupas até hoje. Desde pequena gostava de ver Mãe Estela vestir os orixás aqui, sempre achei fascinante. As cores, as amarrações, os turbantes... tudo me parecia fantástico.

Lara explicou que faltavam poucos dias para o bloco sair na avenida e ainda não se tinha uma ideia do que os integrantes iriam vestir. Foi quando Carlos a procurou e pediu ajuda. Logo ela se pôs a trabalhar e achou inspiração nas amarrações usadas nas roupas do candomblé e nas cores usadas pelas rainhas africanas que ela via nas revistas.

- Na época, o negro andava como se fosse invisível. Não se via nossa gente usar roupas coloridas como hoje em dia, era uma moda importada dos Estados Unidos, com calça boca de sino e *black power*, mas aqui no bairro nós já tínhamos pessoas que usavam com orgulho indumentárias de origem africana, como turbantes, tranças nagôs e dreads. Indo de encontro ao que a sociedade considerava aceitável para nós, nós escolhemos cores bem fortes e marcantes para nos representar.

- E como foi a reação das pessoas na avenida?

- Foi um verdadeiro choque. Nós chegamos lá com roupas africanas, cabelos trançados, cores fortes. Dançando coreografias com inspirações africanas ao som um ritmo nunca antes visto e com letras que eles não conseguiam entender. Todas essas características vieram das nossas experiências do nosso dia a dia aqui no bairro. Nossa maior inspiração foi a cultura afro

presente em cada detalhe daqui, dos conhecimentos pessoais de cada morador que estava presente no bloco.

- Isso tudo é muito interessante, tia Lara. – Disse o jovem.

- A partir daí a coisa evoluiu bastante, nós inovamos na forma de criar vestimentas carnavalescas. Criamos nossos tecidos e estampas, já que na época isso não existia aqui. Tudo feito com muita pesquisa e engajamento. Na época, não existia nada de origem africana, além do que nós carregávamos conosco de cultura. Hoje em dia, a cultura afro representa essa cidade. Na rua principal aqui do bairro você pode uma grande quantidade de lojas destinadas à cultura afro, vendendo todo tipo de item estético. Isso tudo é fruto do nosso trabalho.

- É verdade. No início, a cultura do bairro foi a inspiração de vocês para o Ilê, mas parece que com o tempo o Ilê que passou a inspirar o bairro.

- É, Robson, acho que podemos dizer que foi isso mesmo.

Robson saiu da casa de Lara bastante satisfeito com a conversa. Ao sair de lá, pensou em voltar a casa de seu avô Carlos para mais uma conversa. Ele já havia colhido uma grande quantidade de informações para o seu trabalho, mas achava que ainda faltava algo. Aproveitou que ainda tinha tempo sobrando antes de ir para o estágio e foi para casa do avô. Agora ele queria saber os impactos do empreendimento que é o Ilê no bairro da Liberdade.

4.1.4 O que nos tornamos

Robson chegou a casa do avô para colher as mais informações, a fim de finalizar seu trabalho. Ele já havia aprendido como tudo começou, mas agora queria compreender como o empreendimento havia mudado o bairro e a cidade. Para ajudar nessa tarefa, seu avô Carlos havia convidado seu amigo Roberto para lhe ajudar. Roberto era responsável por um dos principais empreendimentos culturais do Ilê, a Noite da Beleza Negra. Além disso, estava por dentro dos outros empreendimentos do grupo e era a pessoa mais adequada para ajudar Robson com seu trabalho.

-Robson, convidei Roberto para lhe ajudar hoje. – Disse Carlos ao se aproximar do Neto. Eu vou começar conversando um pouco mais com você sobre o que sei e Roberto irá complementar com tudo que ele sabe. Está bem assim?

- Está sim, vô Carlinhos. Podemos começar.

- Então, filho... Toda a ideia do Ilê surgiu em 1974, mas nós só saímos de fato no carnaval de 75. A nossa saída evidenciou a fragilidade do conceito de igualdade social que existia na época. Não foi fácil, fomos muito julgados pela população dominante e pela mídia. Um jornal chegou até a nos chamar de bloco racista porque éramos um bloco apenas para

negros. Claramente isso nunca havia acontecido com os blocos que eram só para brancos, já que eles negavam que isso ocorria.

- É verdade. – Enfatizou Roberto. – Ainda estávamos na ditadura, então, a presença policial era muito forte e algumas pessoas tinham medo, mas, no geral, nós não ligamos para isso. Saímos mesmo assim, levando toda a cultura presente na Liberdade para a avenida.

- E depois desse primeiro desfile, como a coisa se desenrolou? - Perguntou o menino.

- Depois disso o bloco cresceu muito, Robson. O que começou como uma brincadeira, virou uma verdadeira força política. Como você sabe, hoje temos uma série de empreendimentos culturais de valorização da cultura afro-brasileira e de desenvolvimento social e educacional local. – Comentou Carlos. – Um exemplo disso é a Noite da Beleza Negra criada por Roberto.

- Eu tive a ideia de criar a Beleza Negra inspirado pelas rainhas africanas. Quando começamos, existiam concursos de beleza, mas nenhum permitia mulheres negras, então, pensei que poderíamos inovar com a criação de um concurso totalmente diferente dos tradicionais. Diante disso, resolvi criar um concurso que enaltescesse a mulher negra e sua beleza tão única, aliando isso à cultura e à história afro. Tínhamos mulheres lindas aqui no bairro que nunca tiveram a oportunidade de participar de um concurso por puro preconceito.

- Que triste, senhor Roberto.

- Pois é, Robson. O concurso começou aqui no bairro com o objetivo de enaltecer a beleza negra muito presente aqui. Com o tempo, o concurso foi crescendo e ganhando espaço na sociedade até chegarmos no nível que é hoje. O primeiro concurso de beleza negra do país e o maior do mundo.

- Você falou que inovaram com a criação desse concurso... O que diferencia a Noite da Beleza Negra de um concurso de beleza tradicional?

- É o primeiro concurso de beleza negra do país e o maior do mundo. O concurso se tornou uma ferramenta de transformação da mentalidade das mulheres negras do país, que passaram a se enxergar como merecedoras de um lugar de destaque. A Noite da Beleza Negra promove a visibilidade dessas mulheres afro-brasileiras marginalizadas, indo muito além do carnaval. Mais do que um concurso de beleza, é uma ação política contra a marginalização da mulher negra, acostumada a ter sua beleza altamente sexualizada.

- Muito interessante! E no que mais vocês acham que o Ilê contribuiu no bairro e na cidade?

- A Liberdade é um lugar muito rico culturalmente, sempre foi, mas, apesar disso, sofre com a precariedade de serviços básicos, como a educação. Por conta desses problemas, nós buscamos oferecer acesso à educação, arte e cultura para os moradores do locais e adjacências. Queremos que as crianças de agora cresçam orgulhosas do bairro de onde vieram, da cultura afro que aqui vive. – Disse Roberto.

- O Ilê virou o símbolo do bairro, não se fala da Liberdade sem se citar o bloco. Tem até essa obra nova agora do governo, que quer revitalizar nosso bairro.

- É verdade, vô Carlinhos. Eu soube até que vão pintar com as ruas cores do nosso bloco.

- Pois é, Robson. A ideia é que nosso bairro seja um corredor cultural cada vez mais reconhecido, capaz de atrair visitantes de todo o mundo. O Ilê se tornou a marca registrada do bairro, oferecendo arte, cultura, educação e o desenvolvimento de políticas públicas com base na nossa descendência africana. – Comentou Carlos.

Roberto seguiu explicando a Robson como a riqueza plástica e sonora do Ilê Aiyê foi capaz de expressar toda a riqueza afro-brasileira, traduzindo tudo isso para o contexto específico da realidade baiana. Através de seus empreendimentos, o Ilê busca desenvolver seu território de atuação, ao passo em que é inspirado pelas características culturais, sociais e históricas do bairro.

Após a conversa, Roberto se ausentou pois tinha um outro compromisso, deixando Robson sozinho com seu avô. O jovem já tinha coletado uma grande quantidade de informações interessantes para seu trabalho, até que se deu conta de que havia um tópico que fora esquecido.

-Vô Carlinho, tem mais uma coisa que gostaria de saber.

- Do que se trata, Robson: - Disse o senhor, enquanto se sentava em uma cadeira,

- Dentro de todo esse processo do Ilê, tive a impressão de que tudo fluiu com bastante tranquilidade entre os membros. Vocês não tiveram nenhum conflito nesses anos todos?

- Meu neto, tivemos muitos. Tem um em questão que sempre paira em nossas mentes.

- Do que se trata? – Questionou o jovem, atento.

- Embora o bloco lute para que a cultura negra seja divulgada, alguns integrantes temiam que expandir nossas fronteiras fosse terminar descaracterizando o Ilê.

- Como assim, vô?

- Sabe Paulo, que te explicou mais sobre o samba afro? Ele era um dos defensores ferrenhos de que não deveríamos permitir que pessoas de fora do bairro entrassem no bloco. Você sabe que hoje em dia isso não se aplica, já tivemos até deusas do ébano de outros estados, mas no início foi uma grande problemática.

- Entendo...

- Era como se, caso nós aceitássemos pessoas de fora, nossas características seriam perdidas.

Após a conversa na casa do avô, Robson seguiu para o estágio, animado com tudo que havia aprendido até agora. A última entrevista havia lhe rendido uma informação crucial para o desenvolvimento do seu trabalho.

Depois do estágio, o jovem voltou para casa e, após um breve descanso, pegou suas anotações e se sentou à frente do computador. Agora era a hora de pegar tudo que aprendeu com seus parentes e amigos e fazer um belo artigo sobre o Ilê e o seu empreendedorismo cultural. Para ajudar a escrever o artigo, o jovem escreveu o estudo de caso sobre o bloco. Com o estudo, Robson conseguiria visualizar melhor a história do bloco e suas inovações culturais, bem como os conflitos trazidos pela expansão do bloco. Agora que tinha todas as informações organizadas, chegou a hora de escrever o tão esperado artigo. Mãos à obra!

4.2 Informações complementares

Sofrendo influência do posicionamento dos negros norte-americanos entre os anos 60 e 70, através de movimentos como *Black Panthers* e *Black Power*, a Associação Bloco Carnavalesco Cultural Ilê Aiyê (figura 19) nasce em 1º de novembro de 1974, no Curuzu, bairro da Liberdade em Salvador, Bahia (Ilê Aiyê, 2020). O bairro da Liberdade conta com a maior população negra do país, com mais 600 mil habitantes, tendo sido batizado com tal nome em homenagem aos esforços pela independência da Bahia. O bairro da Liberdade também era local de concentração de muitos quilombos, no período que antecedeu a abolição da escravatura, em 1988 (Afolabi, 2016). Atualmente, o território da Liberdade é conhecido por suas expressões culturais de origem africana, sendo considerado um local de vanguarda da negritude (Afolabi, 2016).

Fundado por Antônio Carlos dos Santos, conhecido como Vovô do Ilê, juntamente com Apolônio de Jesus e outros, o Ilê surgiu como o primeiro bloco afro do Brasil, com um discurso baseado na autoafirmação através de representações culturais africanas (Silva, 2016). Politicamente representativo, o bloco se destacou em um cenário onde o negro não se posicionava, sendo a primeira instituição brasileira a enaltecer a identidade negra (Afolabi, 2016).

O nascimento do bloco afro Ilê Aiyê aparece como uma das consequências mais evidentes da mudança de cenário político-econômico do Brasil e da Bahia nas décadas de 60 e 70. No final do século XIX ocorre a estagnação e decadência econômica das elites locais, bem

como, o reposicionamento do Estado no cenário econômico nacional. Tal reposicionamento se deu na década de 70, graças a implementação da infraestrutura petro-industrial local, onde os negros não possuíam acesso em termos de trabalho (Silva, 2016).

Outro fator inspirador de mudanças nos hábitos culturais dos baianos foi a instalação do primeiro canal de televisão, a TV Itapoan, tornando-se a principal fonte de ligação da cidade com o resto do mundo. No plano político, o país vivenciava um período antidemocrático, graças a ditadura militar, instaurada em 1964. Silva (2016) afirma que “a dinâmica permitida pela capilarização técnico-comunicacional dos anos 70 permitiu aos espaços marginais de algumas regiões do planeta a percepção necessária à produção e publicização de seus sentidos étnicos” (Silva, 2016, p.113)

O bloco nasce na sede do terreiro Ilê Axé Jitolú, terreiro comandado por Mãe Hilda Jitolú, guia espiritual da entidade e mãe de Vovô, tendo papel fundamental na escolha do nome do bloco. Inicialmente intitulado “Poder Negro”, Mãe Hilda considerou o nome sem autenticidade, pois já era utilizado pelos norte-americanos para representarem sua própria luta por direitos civis. Com base em seus conhecimentos sobre a cultura africana, Mãe Hilda sugeriu o nome “Ilê Aiyê”, que pode ser entendido como “casa do mundo negro”, pois ela enxergava a entidade como uma “grande casa negra”, onde seriam recebidos amigos, colegas e todo tipo de gente (Afolabi, 2016)

Figura 19 - Logo oficial do Ilê Aiyê



Fonte: Ilê Aiyê (2020)

A forte presença africana na Bahia, embora não fosse negada pela sociedade na época, estava longe de ser considerada uma referência em termos de cultura. A decadência da elite local fez com que, a princípio, a mesma adotasse uma postura de pacificidade com os afrodescendentes (Silva, 2016). Tal postura tinha como objetivo controlar os manifestos dos negros para que eles fossem moralmente aceitáveis. Embora a elite decadente estivesse acostumada com a participação de alguns grupos de negros com postura pacífica no carnaval de baiano, ela não estava preparada para a presença de um grupo com uma postura radical,

fortemente política e ideológica (Afolabi, 2016). A pacificidade cai por terra (figura 20) em 8 de fevereiro de 1975, dia em que o Ilê Aiyê saiu pela primeira vez nas ruas, marcando o carnaval como o mais emblemático de todos para a comunidade negra.

A concentração ocorreu em frente à casa de Mãe Hilda Jitolú, indo até outro ponto emblemático para os negros de Salvador: o Pelourinho (Silva, 2016). Entoando sua primeira música, “Que Bloco é Esse”, de autoria de Paulinho Camafeu, o Ilê ganhou as ruas da cidade e gerou a revolta da elite local ao quebrar o padrão europeu do carnaval baiano que perpetuava até então. Em uma de suas entrevistas, Vovô declarou que os poucos integrantes do bloco temiam a brutalidade da polícia. O bloco, que contaria com a presença de crianças, viu muitos dos pais retirarem seus filhos do desfile, temendo uma reação violenta da elite branca a um desfile exclusivamente negro na avenida (Afolabi, 2016)

Figura 20 - Matéria do Jornal A Tarde criticando a primeira saída do Ilê no Carnaval Jornal A Tarde



Fonte: Itaú Cultural (2018)

O movimento rítmico musical inventado pelo Ilê Aiyê foi responsável pela transformação do carnaval baiano, impactando diretamente na musicalidade do evento, inspirando a criação de novos ritmos oriundos da tradição africana. Além disso, o surgimento do Ilê influenciou a criação de novos blocos afro, como Malê de Balê, Muzenza e Olodum. Diferentemente dos outros blocos, as mulheres sempre tiveram papel fundamental na entidade,

sendo maioria em quantidade e ocupando papéis de destaque (Afolabi, 2016).

Contando atualmente com cerca de três mil associados, o Ilê Aiyê é considerado patrimônio da cultura baiana, desfilando tradicionalmente todos os anos no carnaval de Salvador. Iniciado com objetivo de ser uma opção a comunidade negra no carnaval, cujo acesso era negado, hoje o bloco ampliou suas frentes de ação e busca fortalecer a autoestima na comunidade negra de Salvador, propagar a cultura afro-baiana para todo o Brasil e mundo e combater o preconceito étnico-racial (Ilê Aiyê, 2020).

4.2.1 Estrutura

Atualmente, a Associação Cultural Bloco Carnavalesco Ilê Aiyê conta com diversas atividades, divididas entre as categorias social e cultural, destacando-se pelas suas ações de caráter inovador. No setor cultural, a associação conta com A Noite da Beleza Negra, Ensaio do Ilê, Cortejo da Negritude Semana da Mãe Preta, novembro Azeviche e Ilê Aiyê Construindo o Futuro. No setor social, a associação conta com a Escola Mãe Hilda, Band'Erê e a Escola Profissionalizante do Ilê Aiyê. A associação também conta com a Band'Aiyê, banda responsável pela batida inconfundível do bloco afro.

Inicialmente, a sede do bloco funcionava no mesmo espaço do terreiro Ilê Axé Jitolu, terreiro comandado por Mãe Hilda Jitolú. Desde o ano de 2003 a associação conta com uma sede localizada na Rua do Curuzu, no bairro da Liberdade, território de atuação do bloco. A construção, que foi patrocinada pela Petrobrás, leva o nome de Senzala do Barro Preto (figura 21), em homenagem às senzalas onde os escravos viviam, sendo considerado pelo Ilê um espaço de resistência (Santana, 2019). O “barro preto” refere-se ao solo da região do bairro da liberdade, que originalmente era composto por roças de mato fechado (Itaú Cultural, 2020).

Figura 21 - Senzala do Barro Preto



Fonte: Acervo pessoal (2020)

4.2.2 Principais inovações culturais

O bloco afro Ilê Aiyê ocupa posição de destaque no estado da Bahia graças as suas várias inovações culturais de sucesso. Tendo sido o primeiro bloco afro do país, o Ilê possui uma série de atividades empreendedoras nos campos cultural e social. Dentre elas, podemos destacar o samba afro da Band' Aiyê, a Noite da Beleza Negra e Escola Mãe Hilda, além de sua vestimenta inconfundível.

4.2.3 Samba Afro da Band' Aiyê

A Band' Aiyê (figura 22) é a banda oficial do Ilê Aiyê, formada atualmente por 10 músicos em shows menores e mais de 100 músicos durante o carnaval. Famosa por suas batidas marcantes, iniciou sua trajetória sob tutela do Mestre Bafo, o primeiro mestre da percussão do bloco. O mestre é responsável pela criação do “samba afro”, ritmo tocado exclusivamente pelo Ilê Aiyê (Itaú Cultural, 2018). O ritmo surgiu a partir da fusão do samba tocado nas antigas escolas de samba e blocos de índio de Salvador, com os toques dos tambores do candomblé (Ilê Aiyê, 2020). É importante ressaltar que o samba afro é diferente do samba reggae, criado pelo Mestre Neguinho do samba (ex-integrante do Ilê Aiyê e Olodum). O samba afro do Ilê provocou uma revolução na musicalidade do carnaval baiano, inspirando outros blocos afros como Araketu, Olodum, Muzenza e Malê de Balê em suas batidas (Ilê Aiyê, 2020).

Figura 22 – Band' Aiyê



Fonte: Ocupação Ilê Aiyê (2018)

A banda já revelou nomes como Beto Jamaica, Lazzo, Mestre Neguinho do Samba (criado do samba reggae do Olodum e da Banda Didá), Mestre Prego (do grupo Meninos do Pelô) e Carlinhos Brown (Afolabi, 2016). Atualmente a banda é regida pelos mestres Marivaldo Paim, Kehinde dos Santos e Reginaldo Aragão. Em suas apresentações, a banda conta com os músicos Guiguio, Graça Onasilê, Reizinho, Altair, Adelson, Cristiano, com o suporte dos percussionistas. Em seus 46 anos de história, a Band' Aiyê lançou 4 CD's, todos intitulados

“Canto Negro”, tendo visitado cerca de 20 países e a maioria das cidades brasileiras.

Ao longo de sua trajetória, a Band’Aiyê já realizou parcerias com diversos artistas nacionais e internacionais. Dentre eles a cantora Bjork (Finlândia), Yerba Buena (Cuba e Estados Unidos), Nass Marrakech (Marrocos), Daniela Mercury, Arto Lyndsey (Estados Unidos), Cheikh Lô Lamp Fall (Senegal), Martinho da Vila e Leci Brandão (Afolabi, 2016). Tradicionalmente, a banda toca todos os anos no carnaval de Salvador (quadro 11), acompanhado pelo grupo de dança afro do Ilê Aiyê,

Quadro 11- Temas dos carnavais do Ilê Aiyê

Ano	Temas dos Carnavais
1975	Ilê Aiyê
1976	Watutsi
1977	Alto - Volta
1978	Congo - Zaire
1979	Rwanda
1980	Camerun
1981	Zimbabwe
1982	Mali - Dogons
1983	Ghana - Ashanti
1984	Angola
1985	Daomè
1986	Congo - Brazzaville
1987	Nigéria
1988	Senegal
1989	Palmares
1990	Costa do Marfim
1991	Revolta dos Búzios
1992	Azânia
1993	América Negra - O Sonho Africano
1994	Uma Nação Africana Chamada Bahia
1995	Organizações de Resistência Negra
1996	Civilização Bantu
1997	Pérolas Negras do Saber
1998	Guiné Conakry
1999	A Força das Raízes Africanas
2000	Terra de Quilombo
2001	África Ventre Fértil do Mundo
2002	Malês - A Revolução
2003	A Rota dos Tambores no Maranhão
2004	Mãe Hilda Jitolu - Guardiã da Fé
2005	Moçambique Vutlari
2006	O Negro e o Poder
2007	Abdjan, Abuja, Harare e Dakar Há! Salvador, Se Você Fosse Assim
2008	Candaces - Rainhas do Império Meroe
2009	Esmeraldas - Pérola Negra do Equador
2010	Uma Nação Africana

2011	Símbolo de Resistência Negra
2012	Negros do Sul, Lá Também Tem!
2013	Guiné Equatorial: Da Herança Pré-Colonial À Geração Atual
2014	Do Ilê Axé Jitolu Para o Mundo - “Ah, Se Não Fosse o Ilê Aiyê”
2015	Diáspora Africana - Jamaica - Os Afrodescendentes
2016	O Recôncavo é Afrodescendente - Cara Preta
2017	Os Povos Ewe Fon - A Influência do Gegê Para os Afro Descendentes
2018	Mandela. A Azânia Celebra o Centenária do Seu Madiba
2019	Afrofuturismo
2020	Botswana: Uma História de Êxito no Mundo

Fonte: Ilê Aiyê

4.2.4 A indumentária do Ilê Aiyê

As roupas do Ilê Aiyê são famosas por suas cores vibrantes e chamativas, tendo se tornado uma assinatura do grupo ao longo do tempo. O bloco surge com uma estética diferenciada em uma época em que não era comum que negros utilizassem roupas com cores fortes ou acessórios que pudessem chamar a atenção. As atitudes racistas da sociedade brasileira apareciam de forma muito clara no carnaval baiano, onde o governo do Estado repassava instruções específicas aos blocos, proibindo fantasias e tambores de origem africana (Afolabi, 2016). Em resposta à censura, o Ilê Aiyê protesta através da sua estética, africanizando o carnaval com suas vestimentas e levando para avenida peças que exaltam a identidade do povo negro. O bloco foi pioneiro não só em sua fundação, mas também em adotar uma identidade visual fora dos padrões exigidos pelo governo do Estado.

A responsável pelas indumentárias do bloco desde a sua fundação é a estilista Hildete Valdelina dos Santos Lima, mais conhecida como Dete Lima (figura 23), irmã de Vovô. Dete costumava ver sua mãe vestir os orixás no terreiro desde pequena e daí veio a inspiração para as roupas do bloco. As peças são feitas somente com amarração e adotam os componentes básicos das vestimentas Ioruba (Afolabi, 2016). Para os homens, são utilizadas as mesmas estampas das mulheres, em batas e calças. A ideia da amarração vem da impaciência da estilista, que tinha pressa em ver o resultado final das peças e por isso começou a amarrar os panos até que tomassem forma.

Todo ano uma nova estampa para os tecidos é criada de acordo com o tema do carnaval do Ilê, sempre em homenagem a algum país africano (figura 24). Após um extenso processo de pesquisa, as estampas são criadas pelo artista plástico Mundão, depois executadas em Recife em tecido de algodão. As peças, embora sempre com estampas diferentes, sempre são produzidas nas cores oficiais do Ilê: amarelo, vermelho, preto e branco. As vestimentas do Ilê impactaram na forma como os negros se vestiam e vestem-se atualmente. Na época do

surgimento do bloco não existiam lojas em Salvador que vendessem tecidos com estampas africanas e negros não utilizavam cores chamativas como o vermelho e amarelo, presentes nas peças do Ilê.

Figura 23 - Dete Lima e ajudante arrumando candidata à Deusa do Ébano



Fonte: Acervo próprio (2020)

Anualmente o bloco elabora peças novas através de pesquisas, recriando a civilização africana no contexto baiano, por consequência, criando um arquivo histórico afro-baiano documentado em suas peças (Afolabi, 2016). Cada peça criada define os atributos do tema e as particularidades do ano em questão, representando as características e valores do país homenageado em suas estampas. Diante disso, o Ilê deve ser visto como original e empreendedor, servindo como uma embaixada africana, onde a estética e história africana são preservadas e reinventadas para o novo mundo (Afolabi, 2016).

Figura 24 – Estampa do Ilê Aiyê



Fonte: Ocupação Ilê Aiyê (2018)

4.2.5 Noite da Beleza Negra

A Noite da Beleza Negra é um evento pré-carnavalesco de promoção da cultura e beleza afro, sendo o primeiro concurso de beleza do país voltado somente para mulheres negras. O concurso, que elege a Deusa do Ébano, começou de forma simples, em um terreno próximo à casa de Mãe Hilda Jitolú, com a participação de algumas poucas mulheres do bairro. Ainda sem nome, as candidatas trajaram vestimentas simples, improvisadas com lençóis por Dete Lima, estilista da entidade.

A vencedora, Maria de Lourdes Cruz, conhecida como Mirinha, eleita em 1976, saiu como Deusa do Ébano em um Jipe pela avenida. Em 1979, Sérgio Roberto, primo de Vovô, vendo o potencial do concurso, teve a ideia de criar um modelo de concurso similar aos tradicionais de carnaval, como “a rainha do carnaval”, porém, com modelos diferentes (Afolabi, 2016). Os blocos de carnaval da época possuíam suas próprias rainhas, mas nenhuma delas era negra, assim como não havia candidatas negras nos outros concursos de beleza do país. Em suas três primeiras edições, o evento não teve nome, tendo seu primeiro nome somente em 1980. Antes de chegar ao nome final, Deusa do Ébano, o concurso se chamou “A Noite da Mais Bonita Crioula”, “A Crioula do Ilê” e “A Negra do Ilê”.

O evento, que escolhe a Deusa do Ébano, surge em uma cidade majoritariamente negra, cerca de 80%, mas que adotava o modelo de beleza europeu difundido como o ideal no Brasil (Afolabi, 2016). Diante disso, a Noite da Beleza Negra é pensada como uma estratégia pelo Ilê Aiyê para combater o modelo de beleza vigente no país, promovendo o empoderamento das mulheres negras e a sensação de orgulho em relação a sua beleza natural. Mais do que promover a beleza física, o concurso da Deusa do Ébano espera que sua rainha represente uma educadora local e internacional, uma professora de história e uma contadora de estórias (Afolabi 2016). O concurso da Noite da Beleza Negra é a maior política pública de afirmação da mulher negra já criada no país, sendo uma ação pioneira.

O primeiro evento aconteceu no forte de Santo Antônio, em Salvador. A medida em que o evento foi crescendo e se popularizando, novos locais mais estratégicos e maiores passaram a receber o evento. Atualmente o evento ocorre na sede do Ilê Aiyê, a Senzala do Barro Preto, no Curuzu. Na época, o principal evento pré-carnavalesco era o Baile dos Internacionais, seguido pela Noite da Beleza Negra. A princípio, a intenção do concurso não era concorrer com o baile e, por isso, os eventos aconteciam em datas distintas. Em determinado ano, por conta de um conflito de datas, a Noite da Beleza Negra ocorreu na mesma data do Baile do Internacionais, desbancando o tradicional baile como o maior evento pré-carnavalesco da

Bahia. O concurso permanece como o maior evento pré-carnavalesco do estado até os dias atuais.

As inscrições do concurso são feitas através de formulário online ou na sede do Ilê Aiyê, no bairro da Liberdade. Dentre as candidatas inscritas (figura 25), que já chegaram a mais de 120, são selecionadas 15. A escolha é feita através de um júri, composto por diretores do Ilê Aiyê, organizadores da festa, ex- deusas do ébano e profissionais da área de dança. Como critério de seleção, espera-se que as candidatas possuam algumas qualidades, sendo elas: 1) mostrar e reafirmar a cultura e valores estéticos do povo negro; 2) mostrar como beleza e dignidade a beleza da mulher negra; 3) competir e demonstrar a beleza negra conscientemente; 4) dançar no modo tradicional afro-brasileiro e conectar-se com o público sem quaisquer inibições; 5) tratar o concurso de beleza com toda seriedade e respeito; 6) expressar orgulho na raça negra (Afolabi, 2016). A partir dos critérios de seleção é possível perceber que, mais do que bonitas, as candidatas devem ter conceito de moralidade, cultura e valores políticos da identidade afro-brasileira.

Figura 25 - Candidata à Deusa do Ébano 2020



Fonte: Acervo próprio (2020)

Apesar disso, o Ilê Aiyê possui uma postura de luta ideológica e política que não se encontra nos outros blocos afro, trazendo dificuldades para a entidade. Embora o concurso seja conhecido em todo o mundo, anualmente passa por dificuldades financeiras graças a falta de patrocínio e apoio.

Em seus primórdios, o concurso contava com a participação massiva de mulheres negras

discriminadas, acostumadas a ocupar lugares menos privilegiados. O concurso se tornou uma ferramenta de transformação da mentalidade das mulheres negras do país, que passaram a se enxergar como merecedoras de um lugar de destaque. A Noite da Beleza Negra (figura 26) promove a visibilidade dessas mulheres afro-brasileiras marginalizadas, indo muito além do período carnavalesco (Afolabi, 2016). Mais do que um concurso de beleza, a Noite da Beleza Negra é uma ação política contra a marginalização da mulher negra, acostumada a ter sua beleza altamente sexualizada.

Figura 26 - Candidatas à Deusa do Ébano 2020



Fonte: Acervo próprio (2020)

O concurso da Deusa do Ébano conta a participação de mulheres negras das mais variadas regiões da cidade, incluindo o bairro da Liberdade. Com o passar dos anos, o concurso atingiu um alto grau de popularidade, chegando a ter concorrentes de outros estados e até de outro país. No ano de 2018, o concurso contou com a participação da primeira candidata estrangeira, a norte-americana Sheraland Oneal. Considerada fora do padrão de beleza americano, Sheraland viu na Noite da Beleza Negra candidatas com as quais podia se identificar. Em 2018, ano em que Sheraland participou, as finalistas vieram dos bairros do Curuzu, Plataforma, Garcia, Cosme de Farias, Cabula, Sussuarana, Engenho Velho de Brotas e Nazaré, além das cidades de Camaçari, Lençóis e Pensilvânia, cidade da norte-americana.

Em 2020, o Ilê Aiyê elegeu a sua 45ª Deusa do Ébano (quadro 12), na 41ª edição da Noite da Beleza Negra.

Quadro 12 - Deusas do Ébano

Ano	Deusa do Ébano	Ano	Deusa do Ébano
1976	Mirinha	2000	Natalice
1977	Patrícia	2001	Priscila
1978	Rita	2002	Taís
1979	Sandra	2003	Lucinete

1980	Auxiliadora	2004	Talita
1981	Peninha	2005	Ivana
1982	Itaguara	2006	katia
1983	ainda	2007	Fernanda
1984	Aidil	2008	Adriana
1985	Rosimeire	2009	Edilene
1986	Telma	2010	Gisele (Pernambuco)
1987	Mirinha	2011	Lucimar (Minas Gerais)
1988	Eunice	2012	Edjane
1989	Heide	2013	Daiana do
1990	Florisnalda	2014	Cynthia
1991	Rovania	2015	Alexandra
1992	Regina	2016	Larissa
1993	Raimunda	2017	Gisele
1994	Cátia	2018	Jessica
1995	Rose	2019	Daniele
1996	Soraya	2020	Gleiciele
1997	Mônica		
1998	Gerusa		
1999	Suely		

Fonte: Ilê Aiyê

4.2.6 Escola Mãe Hilda

A escola Mãe Hilda iniciou oficialmente suas atividades no ano de 1988 dentro do terreiro de candomblé Ilê Axé Jitolú (figura 27), comandado por Mãe Hilda Jitolú que sempre viu o terreiro como um espaço de educação. A ideia da escola surge como uma forma de dar continuidade ao seu trabalho de orientação, bem como regularizar o que já acontecia dentro do terreiro, onde suas filhas ministravam aulas de reforço para crianças a comunidade.

A escola adota os valores do candomblé, sendo eles: 1) respeito pelos mais velhos; 2) respeito às divindades, independentemente de sua ordem cronológica de idade; 3) respeito às crianças; 4) respeito pelos cumprimentos, para receber bênção dos mais velhos; 5) respeito pela natureza; 6) respeito ao próximo; 7) respeito por todas as religiões. Embora utiliza os princípios do candomblé, a religião não é ensinada na escola. Mãe Hilda acreditava que religião é responsabilidade da família, enquanto o papel da escola é ensinar o respeito a todas religiões. Na escola, as crianças aprendiam sobre a história dos orixás, suas lendas, comidas e animais preferidos (MOREIRA, 2019). Em seu início, a escola atendia cerca de 5 alunos.

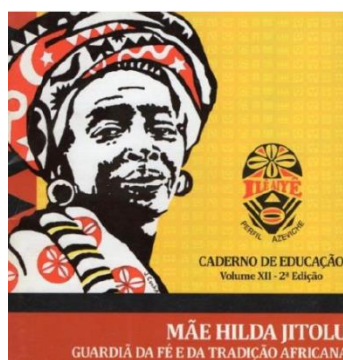
Figura 27- Escola Mãe Hilda funcionando no terreiro Ilê Axé Jitolú



Fonte: Itaú Cultural (2018)

A escola oferece educação para os níveis de ensino infantil e fundamental, ministrados nos turnos matutino e vespertino, para crianças na faixa etária de 7 a 12 anos, da primeira à quarta série. A escola oferta hoje 240 vagas e muitas vezes precisa rejeitar novos alunos, por conta da grande procura. Com o objetivo de tornar os cidadãos consciente e capazes, a escola trabalha com material pedagógico específico, de acordo com a lei 11.645/08 que torna obrigatório o ensino sobre História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena nos estabelecimentos de ensino fundamental e médio (Ilê Aiyê, 2020). A escola trabalha com aspectos da cultura afro-brasileira, com textos extraídos dos Cadernos de Educação (figura 28), provenientes no projeto de extensão pedagógica do Ilê Aiyê. Em geral, os cadernos contam o tema do carnaval do Ilê do referido ano, apresentando riqueza de conteúdo, imagens e símbolos relacionados à cultura afro (Santana, 2019). Os cadernos são patrocinados pela Comissão Municipal de Educação e Cultura, servindo não só para a educação da comunidade baiana, como também para professores e escolas fora do Brasil (Afolabi, 2016).

Figura 28 - Capa do volume 12 dos Cadernos de Educação



Fonte: Ilê Aiyê (2020)

O corpo discente da escola é formado por crianças vindas de lares organizados, porém, de baixo poder aquisitivo e pouca instrução, onde os pais são preocupados com o futuro de seus filhos. Há uma grande participação da comunidade nas atividades da escola, especialmente em momentos de dificuldade. No ano de 2017, a escola paralisou suas atividades por conta da falta de recursos da entidade, precisando demitir alguns de seus funcionários. A crise afetou também a escola Band'erê (escola de música para jovens) e o projeto de extensão pedagógica do Ilê Aiyê. Ao longo de sua trajetória, a escola atendeu mais de 2.000 crianças da comunidade do Curuzu e bairros vizinhos, como IAPI, Pero Vaz, Caixa D'Água, São Caetano, Fazenda Grande do Retiro e Largo do Tanque (Ilê Aiyê, 2020).

4.3 Notas de ensino

4.3.1 Sinopse

O caso narra a jornada de Robson, estudante de administração, em busca do histórico do Ilê Aiyê para a realização de um texto sobre empreendedorismo cultural. Através de entrevistas com membros estratégicos da organização, Robson coleta informações cruciais sobre o bloco afro para compreender o caráter empreendedor do Ilê Aiyê e de suas atividades culturais. A cada diálogo, conhecemos melhor as inovações culturais do bloco, sobretudo as relações entre empreendedorismo, cultura, experiência, identidade e territorialidade no Ilê Aiyê e os conflitos decorrentes de um grande dilema: limitar o acesso ao bloco apenas para os moradores do bairro, a fim de preservar suas tradições ou abri-lo para o mundo e correr o risco de perder suas principais características derivadas do território. Ao discutir a experiência identitária do Ilê Aiyê através de suas inovações culturais, o caso suscita reflexão sobre identidade, experiência territorial e empreendedorismo cultural em uma organização emblemática na cidade de Salvador, deixando os desafios propostos bem nítidos para a análise e a discussão em sala de aula.

4.3.2 Objetivos educacionais

O público-alvo do caso é variado, incluindo estudantes de Administração, empreendedorismo e gestão cultural.

O objetivo geral do caso é fomentar aprendizagem e discussão sobre a relação entre empreendedorismo, cultura e território. A partir do caso, pretende-se:

- Entender a importância da relação entre empreendedorismo e território;

- Conhecer e discutir a experiência identitária como perspectiva territorial significativa para pensar o empreendedorismo;
- Identificar e discutir como a territorialidade pode ser promissora no desenvolvimento do empreendedorismo no campo das artes e da cultura.

4.3.3 Fonte de Informações

O caso do empreendedorismo cultural do Ilê Aiyê foi escrito com situações e personagens fictícios, baseados em informações da realidade empírica, obtidas através de uma pesquisa qualitativa, com base em uma etnografia audiovisual. O objetivo da pesquisa foi estabelecer e discutir as relações entre empreendedorismo cultural, territorialidade e identidade a partir de do empreendedorismo cultural do bloco afro Ilê Aiyê. A etnografia audiovisual produz e comunica conhecimento sobre cultura, gerando uma compreensão etnográfica mais ampla e focada (Davel et al., 2019). Mais do que uma simples representação da realidade, o registro audiovisual potencializa a compreensão das experiências humanas, propiciando a produção de documentos culturais densos e ricos (Davel et al., 2019).

Para guiar a etnografia audiovisual, a pesquisa foi dividida em três fases: contextualização, concepção global e concepção focada. Na fase de contextualização, recolhemos informações sobre o bloco, buscando compreender sua história, seus objetivos e valores. Para a fase de concepção global, buscamos compreender a história do grupo, porém, com foco nas inovações culturais ligadas à territorialidade. Na terceira fase, de concepção focada, buscamos compreender o empreendedorismo cultural e territorial do bloco afro focado no Samba-afro, indumentárias, Noite da Beleza Negra e Escola Mãe Hilda.

Os dados foram coletados através de três tipos de técnica, sendo elas: pesquisa documental, dividida em documentos contextuais e documentos audiovisuais; observação, dividida em observação pela caminhada e observação pelo audiovisual e entrevistas semiestruturadas. Os documentos contextuais foram utilizados para recolher informações sobre o bloco, afim de compreender sua história, seus objetivos e valores. Para isso, foram coletados e analisados documentos textuais, como livros, dissertações de mestrado, teses de doutorado e releases sobre o bloco afro, públicos e fornecidas pela própria organização, para complementar a etnografia audiovisual. Para a observação pela caminhada, foi utilizado o método chamado de “caminhada consciente”. A caminhada consciente é uma forma interativa de conhecimento, permitindo que não só a observação, mas todos os sentidos experimentem o entorno (JUNG, 2014). Através da caminhada foi observada a dinâmica de funcionamento do bairro da

Liberdade/Curuzu, bem como a forma pela qual o território e seus habitantes se conectam com o Ilê Aiyê.

No caso da observação pelo audiovisual, a observação foi feita através dos documentos audiovisuais disponíveis online e de registros audiovisuais feitos pela pesquisadora durante as visitas ao bloco afro Ilê Aiyê e ao bairro da Liberdade/Curuzu. Os vídeos analisados foram produzidos por diversas organizações e indivíduos, sendo eles: TVE Bahia, Val Benvindo, Itaú Cultural, Geilson Souza, Portal Ibahia, Conexão Salvador, Governo da Bahia, Lourdes Fernandes, Petrobras, Okay Africa, Eletrobras. Carolina Moraes-Liu. Paint of the Globe Foundation, Povo de Axé, Na Trilha da Cultura e Ilê Aiyê. Os vídeos tratam de assuntos diversos, como a história do Ilê Aiyê, Noite da Beleza Negra, saída do Ilê no carnaval, blocos afro-baianos, samba-afro do Ilê e Escola Mãe Hilda.

As entrevistas semiestruturadas serviram como material auxiliar da etnografia audiovisual, ajudando a compreender o funcionamento da organização e de seus empreendimentos culturais. O objetivo da entrevista foi investigar história do bloco afro, a fim de compreender os objetivos do grupo e sua influência em seu território de atuação. Além disso, buscamos compreender como o bloco surgiu e se desenvolveu ao longo dos anos, bem como as influências do território sobre o Ilê Aiyê.

A análise das informações ocorreu de acordo com a abordagem da análise de narrativas. Se explora o conteúdo de uma história para identificar conceitos chaves ou conceitos comuns entre narrativas (Maitlis, 2012). O processo de análise verificou a história do Ilê Aiyê, bem como a história de pessoas estratégicas na organização. Tal análise permitiu compreender como o Ilê se desenvolveu como um empreendimento cultural baseado em aspectos identitários e experienciais e como esses aspectos influenciaram suas inovações.

4.3.4 Uso pedagógico

O caso para ensino é adequado ao ensino em disciplinas que desejem discutir questões ligadas ao empreendedorismo cultural, territorialidade e identidade. O caso para ensino contribui para enriquecer o ensino teórico e estimular o pensamento crítico dos estudantes.

Para o uso do caso em sala de aula, sugerimos as seguintes atividades:

- a) Dividir a sala em grupos para a leitura do caso.
- b) Solicitar leitura do texto de Neves & Davel (2020) e elaboração, a cada equipe, de uma resposta para a Questão #1, a ser apresentada para a turma.

- c) Apresentar as respostas que cada equipe elaborou para a Questão #1. As discussões podem ser realizadas logo após a apresentação de cada equipe ou no final de todas as apresentações.
- d) Solicitar leitura dos textos de Neves & Davel (2020), Saquet & Briskievicz (2009) e Tuan (2013, cap.2) e, em seguida, solicitar elaboração, a cada equipe, de uma resposta para a Questão #2, a ser apresentada para a turma.
- e) Apresentar as respostas que cada equipe elaborou para a Questão #2. As discussões podem ser realizadas logo após a apresentação de cada equipe ou no final de todas as apresentações.
- f) Solicitar leitura do texto de Marins & Davel (2020) e Neves & Davel (2020), e elaboração, a cada equipe, de uma resposta para a Questão #3, a ser apresentada para a turma. Nessa questão, os estudantes devem assumir o papel do estagiário e propor uma estratégia de gestão para a organização.
- g) Apresentar as propostas que cada equipe desenvolveu a partir da Questão #3. As discussões podem ser realizadas logo após a apresentação de cada equipe ou no final de todas as apresentações.

4.3.5 Questões para Discussão

Questão #1 – *Territorialidade do empreendedorismo*

- Com base em Neves & Davel (no prelo), qual é a importância da relação entre empreendedorismo e territorialidade no caso estudado?

Questão #2 – *A perspectiva da territorialidade como experiência indenítária*

- Com base em Neves & Davel (no prelo), Saquet & Briskievicz (2009) e Tuan (2013, cap. 2), por que e como a perspectiva da experiência indenítária melhora a compreensão da territorialidade do empreendedorismo?

Questão #3 – *Territorialidade do empreendedorismo no campo da arte e da cultura*

- Com base em Marins & Davel (2020) e Neves & Davel (no prelo), qual é a importância da territorialidade para o empreendedorismo no campo da arte e da cultura?

4.4 Análise do caso e conexão com a literatura

4.4.1 Questão #1

Empreendedorismo cultural refere-se a criação e implementação de ideias por indivíduos engajados em atividades artísticas e que aplicam, compartilham e distribuem trabalho criativo (Elias et al., 2018). A relação entre empreendedorismo, cultura e arte torna-se

estratégica, a partir do momento em que a cultura passa a ocupar um lugar vital no desenvolvimento das sociedades e economia contemporânea (Marins & Davel, 2020; Gehman & Soublière, 2017; Hausmann & Heinze, 2016). As artes e cultural podem ser considerados instrumentos capazes de auxiliar no fomento a sustentabilidade das organizações culturais e artísticas, como fonte de independência para indivíduos envolvidos com a economia criativa, além de serem componentes chave para o desenvolvimento de cidades criativas (Kuhlke et al., 2016). O empreendedorismo cultural e artístico apresenta grande potencial, pois enfrenta mudanças em maior velocidade do que outras áreas (Marins & Davel, 2020). Através do empreendedorismo cultural, os atores sociais conseguem atingir grande autonomia ao desenvolver sua capacidade de adaptação e sustentabilidade, produzindo com seu trabalho não só valor econômico, como cultural, social e comunitário (Kuhlke et al., 2016).

O Ilê se destaca como uma organização empreendedora do ponto de vista da cultura, graças as suas iniciativas inovadoras que geraram impactos culturais, sociais e políticos no território da Liberdade/Curuzu e na cidade de Salvador desde o seu surgimento. Entre as atividades do bloco, quatro são destacadas no texto por seu caráter cultural inovador, onde a relação entre empreendedorismo e territorialidade se faz presente, sendo elas: o samba afro, as indumentárias, a noite da beleza negra e a escola mãe Hilda. O samba afro pode ser considerado uma inovação cultural graças a sua originalidade e impactos gerados no cenário musical baiano, principalmente no carnaval. O ritmo inovou ao misturar batidas de matriz africana, tradicionais do candomblé, com batidas do samba, gerando um novo ritmo baseado em aspectos característicos do território da Liberdade/Curuzu. O ritmo inspirou a criação de novos ritmos, como o samba reggae e o axé, que se tornaram marca registrada da musicalidade baiana. O samba afro do Ilê provocou uma revolução musical, no que o bloco chama de “reafricanização” do carnaval baiano, ao imprimir a identidade negra na musicalidade que, até então, era baseada em padrões europeus.

As indumentárias do Ilê inovam ao inserir no contexto baiano a estética, história e identidade africana em suas roupas. As experiências de vida da comunidade negra do território da Liberdade/Curuzu e os aspectos culturais do território do continente africano serviram de inspiração para a criação de uma estética que ajudasse na construção e fortalecimento da identidade dessas pessoas. A festa da Noite da beleza Negra se destaca como inovação cultural graças ao seu caráter visionário. Sendo o primeiro concurso de beleza negra do país, o evento é reconhecido mundialmente como referência na luta pelo fortalecimento da identidade e beleza da mulher negra. A Noite da Beleza Negra pode ser compreendida como uma estratégia do

bloco afro para combater o modelo de beleza vigente em Salvador e no país, promovendo o empoderamento das mulheres negras e a sensação de orgulho em relação a sua beleza natural, valorizando os aspectos culturais e estéticos da comunidade negra. A Escola Mãe Hilda se destaca como inovação cultural ao romper o com modelo tradicional de ensino, inserindo a cultura negra e seus valores como base da educação. A escola inova ao desenvolver atividades culturais e socioeducativas com base na cultura negra, buscando capacitar escolas do território da Liberdade/Curuzu e bairros vizinhos com o novo modelo educacional.

Diante disso, é possível visualizar como empreendedorismo e territorialidade se relacionam no caso do Ilê Aiyê. A relação entre os temas se mostra importante, pois os empreendimentos se desenvolvem e são caracterizados pelo território. O desenvolvimento de tais inovações apenas se faz viável graças a uma compreensão profundo dos aspectos territoriais, culturais, sociais e políticos da Liberdade/Curuzu e da cidade de Salvador. Para o Ilê Aiyê, empreendedorismo e territorialidade se misturam de forma intuitiva, até atingirem um patamar de profissionalismo, onde a relação entre os dois campos se torna a chave da inovação do bloco.

Podemos identificar duas vias de relacionamento que demonstram a importância da relação entre empreendedorismo e territorialidade no caso do Ilê Aiyê. A primeira via diz respeito a importância de se compreender o contexto com o qual se trabalha. Para o empreendedor cultural, é necessário conhecer o quadro político, econômico, social e cultural do território de atuação. O contexto local é um composto das particularidades da comunidade local e do território, sendo necessário que o empreendedor cultural se familiarize com esse contexto (Neves & Davel, no prelo). No caso da construção do lugar, o processo significativo é centrípeto, com os valores provenientes de indivíduos, grupos e entidades envolventes e fluxos (Duarte, 2017).

No exemplo do Ilê, conhecer o contexto cultural, social e político não só do bairro da Liberdade/Curuzu, como da cidade de Salvador, foi fundamental para o estabelecimento do bloco e de suas inovações. Através da percepção da ausência de representatividade negra em contextos como as festas populares, música, moda, beleza e educação, o bloco enxerga uma oportunidade de inovar. Além disso, fica clara a influência de características do território de origem nas inovações culturais do bloco, como o uso de vários elementos do candomblé e samba. Tais características mostram como conhecer a fundo o território, seus pontos positivos e negativos, fez do Ilê um empreendimento cultural de sucesso. O candomblé é a religião predominante entre a comunidade negra do território do Curuzu, como o grande número de

terreiros no local. Em relação ao samba, o território do Curuzu possuía escolas de samba tradicional, sendo uma das referências culturais do local, mas que com o tempo caiu em desuso.

A segunda via diz respeito ao campo da economia criativa. As economias criativas são abordadas do ponto de vista territorial, uma vez que ocorrem em territórios como bairros, cidades e países. No caso estudado, o Ilê possui papel fundamental no fomento às economias criativas no território da Liberdade/Curuzu e na cidade de Salvador, fazendo dele um ponto de referência cultural. Sua criação terminou por influenciar no surgimento de diversos blocos afro, como Olodum, Filhos da Liberdade e Arateku, além de suas inovações culturais terem gerado impactos profundos na cultura baiana. Um exemplo disso é o surgimento do samba-afro, fruto da união de dois rimos característicos do território da Liberdade/Curuzu, que provocou uma revolução na musicalidade baiana, influenciando no surgimento de ritmos como o samba-reggae e o axé.

Outro momento em que essa via se faz presente é na obra de requalificação do território do Curuzu, onde o Ilê Aiyê influencia na transformação do território em um corredor cultural, fomentando as econômicas criativas no bairro. A influência do bloco aparece inclusive na decoração do corredor, que deve ser pintado com as cores do bloco. A influência do bloco no território também pode ser amplamente vista no campo da estética, uma vez que o Ilê Aiyê foi responsável pela introdução de influências africanas na moda da comunidade negra local, mudando completamente a forma como essas pessoas se apresentam diante da sociedade.

4.4.2 Questão #2

A perspectiva da territorialidade como experiência identitária considera que o território é uma dimensão crucial para a construção identitária, ao passo que a construção e fortalecimento da identidade dependem da forma como ser o humano experimenta o território que ocupa (Neves & Davel, no prelo). Dentro dessa perspectiva, entende-se que a identidade territorial é fruto das experiências vividas pelos atores sociais que o compõe. No contexto do empreendedorismo cultural, a territorialidade como experiência identitária considera que empreendimentos culturais se apoiam em experiências vividas e crenças pessoais, buscando compreender o processo pelo qual os empreendedores experimentam e interagem com um ambiente. Diante disso, no contexto da territorialidade como experiência identitária, a territorialidade, identidade e experiência, quando compreendidas em conjunto, são capazes de influenciar e caracterizar os empreendimentos culturais (Neves & Davel, no prelo).

A perspectiva da territorialidade como experiência identitária melhora a compreensão da territorialidade do empreendedorismo através de dois aspectos principais. O primeiro deles é auxiliar na compreensão das dimensões territorial e identitária para o empreendedorismo. Dentro da perspectiva, a territorialidade pode ser compreendida como um processo de relações sociais, políticas e culturais e econômicas de um grupo social (Saquet & Briskievicz, 2009). A força política e cultural dos grupos sociais que habitam um território influencia diretamente na formação da sua identidade territorial, ao passo em que a cultura possui a capacidade de moldar a identidade ao dar sentido às escolhas identitárias (Neves & Davel, no prelo).

No caso do Ilê Aiyê, o primeiro aspecto se faz presente a partir do momento em que a perspectiva da experiência identitária se apresenta tanto na ideia da criação do bloco, como em suas inovações desenvolvidas ao longo do tempo. Para o Ilê Aiyê, as experiências vividas pelos indivíduos do território da Liberdade/Curuzu foram fundamentais para a formação e fortalecimento da identidade local e das inovações culturais. Através da compreensão da dimensão territorial, O Ilê Aiyê desenvolveu inovações culturais representativos, baseados nas experiências da comunidade, ajudando na solução de uma série de preocupações culturais, políticas e sociais. No caso, isso pode ser visto nos momentos em Carlos explica a Robson quais aspectos do território influenciaram na formação da identidade do bloco, bem como nos momentos em que as iniciativas empreendedoras são caracterizadas pelos personagens.

O segundo aspecto é a compreensão de que a experiência é parte fundamental para a compreensão dos aspectos identitários de um território. A experiência é constituída de sentimento e pensamento, sendo definida como a capacidade de aprender a partir das próprias vivências (Tuan, 2013). Para compreender de forma ampla um território, é necessário analisar os aspectos identitários inerentes ao local. Por sua vez, para compreender os aspectos identitários, é necessário analisarmos as experiências vividas pelos atores sociais que compõe e dão vida ao território. A forma como esses indivíduos se movimentam e compreendem um território é diferenciada pela experiência, não sendo possível definir o indivíduo, a comunidade e a sociedade sem inseri-los num determinado contexto territorial (Neve & Davel, 2020).

O segundo aspecto se faz presente no caso do Ilê Aiyê através de suas inovações culturais. As questões identitárias ligadas ao território serviram de base para o desenvolvimento das principais inovações do bloco, não sendo possível compreender tais inovações desassociados do seu território de origem. O aprendizado a partir das experiências vividas pelos atores sociais do bloco e a compreensão ampla do contexto cultural, social e político do território permitiu o desenvolvimento de atividades inovadoras, com forte ligação com o

território. Através dessas atividades, o bloco afro dissemina a cultura local, angariando novos seguidores e fortalecendo a identidade dos moradores locais.

4.4.3 Questão #3

O empreendedorismo apresenta uma série de impactos no campo da arte e da cultura. O empreendedorismo artístico apresenta um grande potencial, graças a grande velocidade de mudanças que enfrenta em comparação com outras áreas (Marins & Davel, 2020). Os impactos envolvem não só organizações, como pessoas, regiões, gestores culturais, artistas, críticos, educadores, líderes comunitários, formadores de políticas e acadêmicos (Marins & Davel, 2020).

Os impactos podem ser divididos em econômico, cultural, artístico, social e político (quadro 13).

Quadro 13 – Impactos do empreendedorismo no campo da arte e da cultura

Tipo	Impactos
Econômico	<p>Positivos diretos: Criação de micro, pequenas e médias empresas. Aumento e diferenciação de empregos como aqueles intermediários. Produção criativa. Investimentos públicos e privados. Mitigação de falhas de mercado. Lucro e riqueza individual.</p> <p>Positivos indiretos: Aumento do PIB. Desenvolvimento e crescimento endógeno em pequenas e rurais comunidades de países em desenvolvimento. Mudanças regionais urbanas. Incremento de setores como o do turismo.</p> <p>Negativos: Precarização do trabalho e exploração pelo mercado: baixa remuneração, alta carga de trabalho, riscos. Aumento de custos. Competição. Imposição de ideologias econômicas não reconhecidas.</p>
Cultural	<p>Positivos diretos: Realização e sustentabilidade de valores culturais e sociais. Estímulo à manutenção de tradições como parte da identidade. Fortalecimento de laços sociais. Difusão da cultura popular. Formação de organizações populares sem fins lucrativos. Experiências cognitivas, emocionais e multissensoriais de longa duração para diferentes públicos.</p> <p>Positivos indiretos: Alteração de paisagens culturais. Agregação de valor cultural em produtos tradicionais. Criação de empresas com valor social e cultural. Geração de mudança, valorização e transformação. Inovação cultural e estética.</p> <p>Negativos: Desproteção, mercantilização, empreendedorização e economização da cultura e do patrimônio cultural. Perpetuação de valores excludentes e opressores. Possível entorpecimento e perda de autenticidade em produtos, serviços e organizações. Influência negativa em atitudes e comportamento dos consumidores. Valores como impositores de empecilhos ao comportamento empreendedor.</p>

Artístico	<p>Positivos diretos: Ampliação e diversificação de manifestações artísticas locais. Criação de organizações. Oferta de artistas independentes. Alteração das redes locais. Fortalecimento de identidades artísticas. Resposta emocional positiva: alegria, felicidade, gentileza. Geração de interpretações, significados e habilidades criativas. Preservação de valores. Autenticidade. Formação de senso crítico e engajamento social.</p> <p>Positivos indiretos: Externalidades como capital humano criativo. Mudanças ecológicas, sociais, tecnológicas, identitárias, ambientais, pessoais, comunitárias. Imbricação de perspectivas consolidando a arte empreendedora.</p> <p>Negativos: Restrita e supervalorizada seleção de artistas. Restrição de limites à criatividade, autenticidade, senso crítico e engajamento social. Desrespeito à diversidade com imposição de valores homogêneos. Competição e homogeneização de projetos. Redução da atmosfera criativa frente à projetos de urbanização. Tensões entre artistas e estruturas de apoio com aumento de disputas de poder. Fortalecimento de dicotomias: nicho ou massa, bem ou performance, sustento ou riqueza, padrão e experiência íntima.</p>
Social	<p>Positivos diretos: Projeção, retorno social e coesão social. Diversificação da oferta de entretenimento local, questionamento e transformação de valores sociais. Ampliação da sensação de prazer e felicidade.</p> <p>Positivos indiretos: Qualidade de vida e desenvolvimento comunitário. Cidadania. Mudança qualitativa de espaços vulneráveis. Integração.</p> <p>Negativos: Ampliação da exclusão de setores e indivíduos marginalizados: idosos, mulheres, etnias. Precarização e exploração do trabalho. Concentração em áreas centrais, desatenção às periferias. Falta de diversidade.</p>
Político	<p>Positivos diretos: Geração e atualização de políticas de estímulo e regulação para o empreendedorismo, arte e cultura, educação empreendedora e territórios.</p> <p>Positivos indiretos: Mitigação de falhas do mercado. Estímulo à educação empreendedora especializada. Estímulo à identidade local, regional, nacional.</p> <p>Negativos: Redução de responsabilidades financeiras do Estado. Aumento da pressão por obtenção de lucro em instituições culturais. Homogeneidade e desatualização de políticas. Desarticulação institucional. Seletividade e favoritismo de setores e projetos.</p>

Fonte: Marins & Davel (2020).

O caso apresenta um conflito, que pode ser encaixado nos impactos negativos do empreendedorismo artístico. No relato de Carlos, é possível identificar o desrespeito à diversidade com imposição de valores homogêneos por parte de alguns integrantes, que acreditavam que a expansão do bloco e popularização de suas inovações culturais descaracterizaria o Ilê Aiyê. Ou seja, a expansão do bloco para outros territórios poderia causar um processo de desterritorialização, onde os valores homogêneos e inerentes aos atores sociais do território do Curuzu poderiam ser modificados, perdendo suas características iniciais.

No caso do Ilê, é possível observar como os impactos se dão na prática. O destaque se dá nos impactos culturais positivos diretos, como realização e sustentabilidade de valores culturais e sociais, estímulo à manutenção de tradições como parte da identidade, fortalecimento de laços sociais, difusão da cultura popular e formação de organizações populares sem fins

lucrativos, que podem ser percebidos na criação, desenvolvimento e manutenção das inovações culturais do bloco.

Também se fazem presentes no caso os impactos artísticos positivos diretos, como ampliação e diversificação de manifestações artísticas locais; criação de organizações, oferta de artistas independentes, alteração das redes locais e fortalecimento de identidades artísticas; artísticos positivos indiretos, como externalidades como capital humano criativo, mudanças sociais, identitárias, pessoais e comunitárias; sociais positivos diretos, como projeção, retorno social e coesão social, diversificação da oferta de entretenimento local, questionamento e transformação de valores sociais; sociais positivos indiretos, como qualidade de vida e desenvolvimento comunitário., cidadania e mudança qualitativa de espaços vulneráveis; políticos positivos diretos, como geração e atualização de políticas de estímulo e regulação para o empreendedorismo, arte e cultura, educação empreendedora e territórios; e políticos positivos indiretos, como estímulo à identidade local, regional, nacional.

Podemos também apontar discutir a importância da territorialidade no contexto das artes e empreendedorismo cultural a partir de dois pontos principais. O primeiro aspecto diz respeito ao fato de a relação entre empreendedorismo e território estar intimamente ligado às economias criativas (Marins & Davel, 2020). As economias criativas e culturais são abordadas do ponto de vista territorial, uma vez que ocorrem em territórios como bairros, 25 cidades e países. O território é uma porção de espaço onde entidades e fluxos, ou objetos e ações, estão impregnados de valores que refletem a cultura de uma pessoa ou grupo (Duarte, 2017). Diante disso, os estudos sobre empreendedorismo têm se conectado com territórios como bairros, cidades e países buscando compreender como eles se desenvolvem e se tornam locais de crescimento econômico e industrial, centros de inovação e criatividade, arena para profissionais criativos e para minorias (Neves & Davel, 2020).

No caso do Ilê Aiyê, a cultura e as artes estão intimamente ligadas ao território, uma vez que as principais manifestações culturais e artísticas do bloco são fruto das dinâmicas diárias do bairro da Liberdade e Curuzu. O empreendedorismo cultural requer a interação das experiências vividas e crenças pessoais com um ambiente, fazendo da territorialidade parte importante da caracterização desse empreendimento (Neves & Davel, 2020). Uma característica importante do território é que ele é constituído desde que haja um sistema de valores compartilhados por aqueles ocupando essa parte do espaço. É este sistema de valores que determina filtros culturais e a forma como as entidades e fluxos devem ser organizados para marcar esta parte do espaço de uma maneira particular (Duarte, 2017). No caso do Ilê, a

existência desse sistema de valores compartilhado foi fundamental para que o empreendimento obtivesse sucesso. Os valores compartilhados pelos moradores do território do Curuzu caracterizaram as inovações culturais do bloco, com os mesmos se adaptando ao desenvolvimento e fortalecimento desses valores ao longo de sua existência.

O segundo aspecto refere-se às artes e empreendedorismo cultural servirem de dispositivos para ajudar a solucionar preocupações da sociedade, como chave no desenvolvimento de territórios criativos, como uma forma de fomentar a sustentabilidade das artes e como fonte de independência para indivíduos na economia criativa (Neves & Davel, 2020). Muitas empresas artísticas e culturais podem ser vistas como parte do panorama de empresas sociais, onde a estratégia de negócios metas sociais e culturais (Kuhlke et al., 2016).

A cultura impacta positivamente organizações e territórios onde a economia criativa é crucial. Isso se faz presente na história do empreendedorismo cultural e territorial do Ilê, onde a Liberdade e o Curuzu deixam de ser vistos como locais estigmatizados e se tornam um território de economia criativa e cultural. Para abordar isso, os alunos devem observar as medidas adotadas pela prefeitura em conjunto com o Ilê para revitalização do território do Curuzu, transformando-o em corredor cultural.

Outro aspecto importante a se observar é o fato de as cidades terem a capacidade de desenvolver o papel das artes e da cultura no desenvolvimento da economia, turismo e agendas de qualidade de vida por meio da criação planos. Um plano cultural é um processo estratégico para o desenvolvimento artístico e cultural de uma cidade, tendo como objetivo final aumentar a consciência da arte e da cultura e identificar oportunidades na economia criativa nas cidades e regiões (Kuhlke et al., 2016). No caso estudado, o empreendedorismo cultural e territorial do Ilê é reconhecido pelo governo como importante para o desenvolvimento das econômicas criativas da cidade de Salvador.

Referências Afolabi, N. (2016). *Ilê Aiyê in Brazil and the Reinvention of Africa* (1st ed.). Palgrave Macmillan.

Steyaert, C., & Katz, J. (2004). Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(3), 179-196.

Silva, C. A. (2016). *Os belos, o trânsito e a fronteira: um estudo sócio-antropológico sobre o discurso autoreferente do Ilê Aiyê*. Pinaúna.

Duarte, F. (2017). *Space, Place and Territory: A critical review on spatialities*. Routledge.

Elias, S. R. S. T. A., Chiles, T. H., Duncan, C. M., & Vultee, D. M. (2018). The aesthetics of entrepreneurship: How arts entrepreneurs and their customers co-create aesthetic

value. *Organization Studies*, 39(2-3), 345–37

Gehman, J., & Soublière, J. (2017). Cultural Entrepreneurship: from Making Culture to Cultural Making. *Innovation*, 1–13.

Haesbert, R. (2011). *O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade*. Bertrand.

Hartley, J., Wen, W., & Li, H. S. (2015). *Creative Economy and Culture: Challenges, Changes and Futures for the Creative Industries*. Sage Publications Ltd.

Hausmann, A., & Heinze, A. (2016). Entrepreneurship in the cultural and creative industries: insights from an emergent field. *Artivate: A Journal of Entrepreneurship in the Arts*, 5(2), 7–22.

Ilê Aiyê. (n.d.). Retrieved January 16, 2020, from <http://www.ileaiyeoficial.com>

Itaú Cultural. *Ocupação Ilê Aiyê*. Retrived January 20, 2020, from https://www.itaucultural.org.br/ocupacao/ile-aiye/o-carnaval/?content_link=5

Itaú Cultural. (2018). *Ocupação Ilê Aiyê*. Itaú Cultural.

Kuhlke, O., & Kooyman, R., & Schramme, A., & Poprawski, M. (2016). *Creating Cultural Capital: Cultural Entrepreneurship in Theory, Pedagogy and Practice*.

Maitlis, S. (2012). Narrative Analysis. In Symon, G. & Cassell, C. *Qualitative Organizational Research: core methods and current challenges*. Sage Publications.

Marins, S. R., & Davel, E. P. B. (2020). Revista Pensamento Contemporâneo em Administração. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 3 (7). 406-444.

Neves, J. N. d. R., & Davel, E. P. B. (2021). A Territorialidade do Empreendedorismo: Perspectivas e Desafios para o Empreendedorismo Cultural. *Gestão & Regionalidade*.

Saquet, M. A., & Briskievicz, M. (2009). Territorialidade e identidade: um patrimônio no desenvolvimento territorial. *Caderno Prudentino de Geografia*, 1(31), 3-16.

Oliveira, S.V. (2016). *Ara-iTan: A dança de uma rainha, de um carnaval, de uma mulher* (Dissertação de mestrado, Salvador: Universidade Federal da Bahia).

Tuan, Y.-F. (2013). *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*. Londrina: EDUEL

CAPITULO 5 – DISCUSSÕES E IMPLICAÇÕES

5.1 Contribuição Para o Campo de Estudos sobre Empreendedorismo Cultural

A presente pesquisa se propôs a compreender o empreendedorismo cultural a partir de suas relações com a territorialidade. Embora a cultura se apresente como um fator fundamental para o desenvolvimento de empreendimentos territoriais, identificamos que a cultura aparece de forma pontual nos estudos existentes, apesar da crescente preocupação de estudos mais recentes em compreender o empreendedorismo cultural e suas particularidades (DAVEL; CORA, 2016). Diante das limitações, desenvolvemos uma nova perspectiva, a fim de ajudar a sanar as carências encontradas em nossa revisão. A maior parte dos estudos aborda os empreendedorismo e cultura baseados no turismo, com apenas um estudo (SCHIRAY et al., 2017) abordando o tema do ponto de vista das economias criativas.

Compreender o empreendedorismo cultural e suas relações com a territorialidade a partir da ótica da economia criativa se faz fundamental, uma vez que a mesma é abordada a partir do ponto de vista territorial, ocorrendo principalmente em territórios como bairros, cidades e países (HARTLEY et al., 2015). A pesquisa busca fomentar as discussões sobre o papel do empreendedorismo, cultura e territorialidade nas economias criativas,

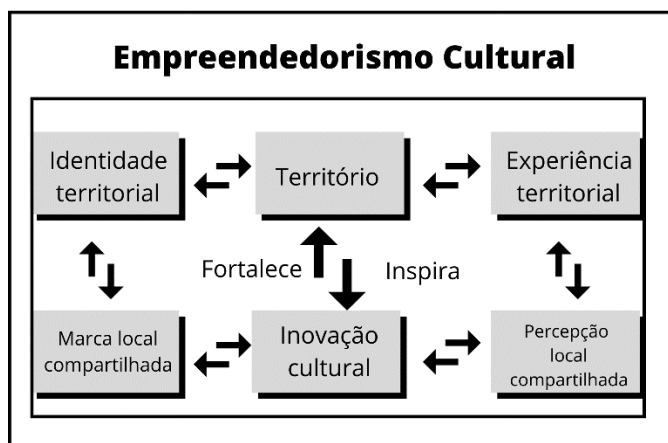
Através da identidade e experiência territorial, buscamos abrir novos caminhos de pesquisa, com um olhar que busca compreender de onde a cultura vem, como ela se conecta com os atores sociais e territórios. Bens culturais possuem a capacidade de mudar a forma como as pessoas pensam (KHAIRE, 2017), moldando assim sua identidade, interferindo diretamente na construção de uma identidade territorial compartilhada. As economias criativas combinam os níveis mais íntimos da identidade pessoal e expressão dos atores sociais ao sistema de escala global que é a cultura, sendo o empreendedorismo cultural fundamental para compreender e dinamizar as economias criativas (KUHLKE et al., 2016).

A economia criativa está presente em todos os lugares, com a cultura cada vez mais sendo disseminada, deixando de pertencer a grupos específicos, como artistas profissionais e críticos, passando a ser propriedade de pessoas comuns (HARTLEY et al., 2015). Diante disso, compreender o papel dos atores sociais na dinâmica do empreendedorismo cultural é necessário para que se compreenda a economia criativa como um todo. A pesquisa se mostra relevante para o campo, uma vez que promove a compreensão dos aspectos identitários e experienciais dos atores sociais que compõe um território, buscando entender o papel do território na formação identitária desses indivíduos, bem como o papel dos atores sociais na formação do território e das inovações que ali se desenvolvem.

Diante disso, desenvolvemos a perspectiva da territorialidade como experiência identitária, a fim de compreender como as relações entre empreendedorismo, cultura e territorialidade se dão na prática. Compreendemos que a identidade territorial como construção social, resultado das relações culturais, sociais e políticas que os grupos sociais estabelecem em um território (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009), enquanto na experiência os atores sociais conferem conteúdo ao território a partir de suas vivências (TUAN, 2013). Dentro dessa perspectiva, o ser humano e o território estão intimamente ligados, sofrendo influência mútua. A perspectiva é inovadora e se mostra um instrumento importante para auxiliar na compreensão da dinâmica do empreendedorismo cultural e territorial. Além disso, a presente pesquisa trás um exemplo empírico rico, sendo capaz de mostrar como tal dinâmica de fato acontece, permitindo a criação de uma referência analítica (figura 29) de como os elementos se misturam e se complementam. No centro, encontramos o território e a inovação cultural.

Os dois se relacionam de forma dinâmica, onde o território inspira a inovação cultural, enquanto a inovação cultural fortalece o território. Através da referência, buscamos promover a compreensão da importância dos aspectos territoriais, identitários e experienciais do empreendedorismo. Embora o modelo se refira ao empreendedorismo cultural, sua proposta se aplica ao campo do empreendedorismo como um todo, onde compreender as singularidades da territorialidade também se faz necessário.

Figura 29 – Referência analítica da perspectiva territorial da experiência identitária do empreendedorismo cultural



Fonte: elaboração própria

Embora a pesquisa busque fomentar as discussões sobre a temática e seja mais uma opção de estudo, é fato que o volume de estudos sobre empreendedorismo se mostra incipiente diante do vasto universo de estudos sobre empreendedorismo, além de haver uma convergência

para preocupações territoriais voltadas sobretudo para questões econômicas, sociais e ambientais. Os estudos com enfoque no empreendedorismo e suas relações entre cultura e territorialidade praticamente inexistem, se fazendo necessário discutir tais relações se faz necessário, uma vez que o empreendedorismo cultural requer a interação de experiências vividas e crenças pessoais com um ambiente (ELIAS et al., 2018).

Outra contribuição importante da pesquisa é sua abordagem metodológica. Adotamos como metodologia de pesquisa a etnografia audiovisual. A metodologia se mostrou eficaz para compreender as particularidades da perspectiva proposta pela pesquisa, ao permitir o armazenamento e representação de uma alta carga de informações, como comportamentos e rituais de um determinado grupo social (DAVEL et al., 2019) Esse aspecto faz da etnografia audiovisual uma excelente ferramenta para compreender a perspectiva da territorialidade como experiência identitária, uma vez que a mesma pode ser utilizada pra compreender as relações entre indivíduos, experiências e identidade territoriais.

Embora ainda seja pouco utilizada no campo da administração, especialmente nos estudos organizacionais. Apesar disso, a relevância da metodologia vem sendo recolhendo. O campo se mostra um terreno fértil para fomento da etnografia audiovisual como metodologia de pesquisa, apresentando alto potencial de contribuição. Os recursos audiovisuais permitem documentar o contexto estudado e ser analisado repetidas vezes, gerando múltiplas interpretações (DAVEL et al., 2019). Diante disso, a metodologia consegue captar uma grande quantidade de dados, gerando um processo de análise extremamente rico e interativo, fundamental na perspectiva da territorialidade como experiência.

A pesquisa também se propôs a utilizar uma técnica de coleta de dados inovadora. A *mindfull walking* (caminhada consciente) é uma técnica de coleta inovadora (JUNG, 2014), A caminhada consciente é uma forma interativa de pesquisa, onde todos os sentidos são utilizados no processo de coleta. A técnica permite o pesquisador compreender vivenciar um ambiente através da caminhada, sendo ideal capturar os sentimentos espontâneos que emergem dos atores sociais e do território. A caminhada consciente é uma forma física de explorar o objeto de pesquisa, principalmente aqueles em que lidam com relacionamento entre pessoas, organizações, lugares, comunidades e ambientes. Diante disso, a técnica se mostra um excelente instrumento de coleta de dados para os estudos de empreendimentos culturais ligados a territorialidade. A mesma se mostra pertinente para a compreensão dos aspectos experienciais e identitários do empreendedorismo, através a observação direcionada.

5.2 Contribuição para o Campo de Estudos Sobre Empreendedorismo

Identificamos que a identidade, assim como a experiência, possui papel fundamental no avanço dos aspectos territoriais do empreendedorismo. Embora a identidade não seja um tema novo dentro do campo dos estudos organizacionais, pouco se sabe sobre suas relações com o território de origem. Considerando que a identidade é fruto das relações entre os atores sociais e tais relações necessitam de um lugar para se desenvolver, se faz necessário compreender o território para, assim, compreender o processo de construção identitária (SAQUET; BRISKIEVICZ, 2009). De outro lado, a experiência corresponde as diferentes maneiras pelas quais o ser humano percebe um lugar e se movimento nele, conferindo-lhe conteúdo através de suas vivencias, transformado esse lugar em um território (TUAN, 2013).

Dentro dos estudos que relacionam empreendedorismo com a territorialidade, há a predominância de uma concepção econômica, social e ambiental da territorialidade (NEVES; DAVEL, No prelo). Através da associação do território com aspectos identitários e experienciais, os resultados da pesquisa podem ajudar a minimizar as limitações teóricas e empíricas encontradas nos estudos existentes. O território é abordado de forma limitada e fora do foco, além de o empreendedorismo ser abordado a partir de uma perspectiva mais próxima da tradicional, voltado para a geração de riquezas econômicas (AWATERE et al., 2017; PEARSON; HELMS, 2013; KOKKRANIKAL; MORRISON, 2002; APRIL, 2008; LONDON; MORFOPOULOS, 2009; PEREDO; CHRISMAN, 2006; IMAS et al., 2012; QUEIROZ et al., 2014; LOBO et al., 2016; BARRAGAN; AYAVIRI, 2017; WANG; MORRELL, 2015; MUÑOZ; COHEN, 2015; MUÑOZ; COHEN, 2016; COHEN et al., 2016; CARVALHO et al., 2017; CALVET-MIR; MARCH, 2019; GORBUNTSOVA et al., 2018; CHOI, 2013; HEBERER, 2007; STEYAERT; KATZ, 2004; SCHIRAY et al., 2017).

Além da perspectiva da territorialidade como experiência identitária, a pesquisa apresenta uma referência analítica de como as relações entre cada um dos aspectos se desenvolve. Embora o foco da referência seja no empreendedorismo cultural, a mesma pode ser adaptada e utilizada para compreender como tais relações acontecem dentro das dinâmicas do empreendedorismo como um todo. Diante disso, a referência proposta pela pesquisa é o primeiro passo para o desenvolvimento de um modelo teórico-analítico, capaz de compreender as singularidades das relações entre empreendedorismo e territorialidade, bem como o papel da identidade e experiência nesse contexto.

Ao identificar como a identidade e experiência se relacionam com a territorialidade, os resultados da pesquisa fomentam os estudos sobre a temática. A pesquisa se propõe a iniciar as discussões sobre a territorialidade do empreendedorismo, inserindo novas perspectivas teóricas do campo da geografia e estudos organizacionais. As discussões ainda podem ser bastante enriquecidas, uma vez que há uma grande gama de estudos que abordam as temáticas separadamente, mas que podem ser integradas através da territorialidade como experiência identitária.

Alertamos para a necessidade de o pesquisador ter cuidado com a alta carga teórica existente sobre os assuntos. Embora possa ser compreendida como um ponto positivo, também se mostra um desafio para os pesquisadores, uma vez que há uma vasta gama de possibilidades que podem levar o pesquisador a se perder na discussão. Apesar disso, os resultados da pesquisa se mostram um caminho promissor para incentivar o futuro das discussões, servindo não só como base teórica, mas também como um exemplo metodológico, analítico e prático para novas discussões.

5.3 Contribuição Socioprática

A pesquisa pode auxiliar professores, formadores de empreendedores, empreendedores culturais e não culturais, além de gestores de políticas públicas. Para professores do campo do empreendedorismo, a pesquisa se mostra uma nova fonte de informações, apresentando discussões relevantes sobre a territorialidade do empreendedorismo. Através da perspectiva da territorialidade como experiência identitária, os professores têm acesso a uma nova perspectiva do empreendedorismo, capaz de melhorar a compreensão sobre os aspectos territoriais de um empreendimento. Os resultados da pesquisa ajudam a gerar professores mais capacitados e sintonizados com a importância dos aspectos territoriais do empreendedorismo. Ao capacitar os professores, a pesquisa afeta diretamente na formação dos estudantes de empreendedorismo.

Os estudantes sofrem influência dos professores, se beneficiando do processo de capacitação dos mesmos. Ao ter acesso a professores sintonizados com novas perspectivas de ensino e teorias atualizadas no campo do empreendedorismo, o estudante tem acesso a uma formação consciente da importância dos aspectos territoriais e identitários do empreendedorismo. Os estudantes são futuros gestores e se beneficiam da pesquisa ao terem acesso a uma perspectiva inovadora, capaz de lhes auxiliar a compreender a importância da territorialidade do empreendedorismo, bem como a influência da identidade e experiência territorial nas inovações culturais.

Ao estudar a relação do empreendedorismo com o território, identidade e experiência, a pesquisa busca ajudar na melhora da formação, capacitação e conscientização dos profissionais ao apresentar um campo diferenciado de atuação - o território, ambiente extremamente rico e com inúmeras oportunidades de empreendimento. Ao atuar no campo da territorialidade, o empreendedor cultural pode vir a ajudar no desenvolvimento social, econômico e político dos seus territórios de atuação.

É importante ressaltar que os resultados da pesquisa também podem auxiliar na capacitação de gestores que não tiveram acesso ao ensino superior. Por ser um material aberto e de domínio público, a pesquisa é de fácil acesso, sendo um instrumento importante para a conscientização desses gestores sobre a territorialidade e seus aspectos identitários e experienciais. Além disso, a pesquisa auxilia tais gestores a compreender como a perspectiva da territorialidade como experiência funciona, seus impactos e benefícios para o empreendedorismo.

Embora o foco da pesquisa seja no empreendedorismo cultural, é importante ressaltar que os benefícios dos seus resultados não se limitam a essa área. O presente estudo pode ser utilizado para complementar a formação de gestores envolvidos com empreendedorismo em geral, uma vez que as discussões sobre territorialidade se fazem pertinentes para o campo como um todo

Outro grupo beneficiado pelos resultados da pesquisa é o de formadores de políticas públicas. Os resultados podem auxiliar os formuladores da importância das questões territoriais nas políticas públicas. Formadores de políticas públicas possuem papel fundamental no desenvolvimento de territórios. Os estudos encontrados sobre empreendedorismo e territorialidade deixam claro os malefícios da negligência do Estado no desenvolvimento de territórios. Diante disso, capacitar formadores de políticas públicas se faz necessário, para gerar profissionais conscientes dos aspectos territoriais do empreendedorismo, promovendo a elaboração de políticas públicas capazes de auxiliar na resolução de desafios enfrentados nos territórios urbanos. Diante disso, os resultados da pesquisa podem auxiliar na melhora da capacidade crítica e argumentativa dos formadores de políticas públicas, gerando profissionais capazes de propor soluções adequadas para diferentes contextos e considerando o dinamismo dos territórios.

5.4 Contribuição educacional

Programas educacionais de empreendedorismo artístico tendem a se concentrar em as habilidades e táticas de gestão específicas necessárias nas indústrias criativas (KUHLKE et al., 2016). Tais programas estão menos focados no fato de que os empreendedores das artes tendem a empregar uma variedade maior de estratégias do que o programa de negócios típico. Diante disso, a presente pesquisa fornece instrumentos de ensino capazes de abordar as particularidades inerentes ao empreendedorismo cultural e como um todo.

O uso do caso para ensino na pesquisa se mostra interessante por colocar o estudando no papel do gestor. O método é considerado em todo o mundo como um dos mais adequados ao ensino na área de Administração, trazendo benefícios não só para os alunos, professores, gestores e organizações. Apesar disso, há uma grande escassez do material no Brasil. Atualmente, a quantidade de material disponível sobre empreendedorismo e cultura é escassa, onde a territorialidade ainda não se faz presente. A pesquisa se mostra relevante por tratar de uma perspectiva ainda não abordada e utilizar um material metodológico diferente do modelo tradicional de educação. O caso para ensino auxiliar a compreender como a experiência identitária da territorialidade acontece na prática, colocando os alunos na posição de gestores com poder de tomada de decisão.

Embora a quantidade de material teórico existente sobre as relações do empreendedorismo com a territorialidade seja pequena, a presente pesquisa visa estimular os estudantes a irem além da teoria já existente e explorarem as novas dimensões levantadas pela inserção dos aspectos identitários e experienciais da territorialidade do empreendedorismo. A presente pesquisa busca também juntar-se aos estudos já existentes sobre os temas, fomentando avanço nas discussões sobre a importância da territorialidade do empreendedorismo, além de servir como fonte para trabalhos futuros sobre as temáticas.

CONCLUSÕES

Esta pesquisa teve como objetivo definir e discutir as relações entre empreendedorismo e territorialidade, buscando compreender suas particularidades a partir da análise de um caso empírico emblemático na cidade de Salvador. Ela se mostra relevante não só para os estudos sobre empreendedorismo cultural, mas também para as discussões sobre o campo do empreendedorismo em geral, ao apresentar uma perspectiva inovadora. Tal perspectiva busca compreender o empreendedorismo e a territorialidade a partir de aspectos identitários e experienciais. A pesquisa se mostra relevante também para o avanço das discussões sobre identidade e experiência territorial, além de contribuir para o avanço das discussões sobre a importância do empreendedorismo cultural e territorialidade para as economias criativas.

Baseada em uma abordagem qualitativa, com base em uma etnografia audiovisual foi analisada a territorialidade como experiência identitária no caso do bloco afro Ilê Aiyê. A análise das informações ocorreu através da análise de narrativas temática, onde se analisa o conteúdo de uma história para identificar conceitos-chaves da narrativa. A análise deu origem a um artigo teórico-empírico e um caso para ensino. Faz-se importante ressaltar a falta de casos para ensino em português, principalmente na área das artes e cultura. Através da pesquisa, buscamos fomentar que futuras pesquisas tragam exemplos de outras organizações, sejam elas da área de cultura ou não, uma vez que os temas abordados são extremamente ricos e podem ser aplicados nos mais diversos tipos de empreendedorismo.

Através da análise do caso do Ilê Aiyê, foi possível a elaboração do modelo analítico, graças a forte relação do bloco com seu território, permitindo compreender as particularidades das relações entre empreendedorismo e territorialidade, bem como o papel da inovação cultural nesse contexto. A partir do exemplo do bloco, foi possível observar como o território influencia a inovação cultural, ao passo em que a mesma é caracterizada pelo território.

O caso do Ilê Aiyê apresenta-se como um campo fértil não só para as discussões sobre empreendedorismo e territorialidade, mas também no campo político e religioso. O bloco firma-se como uma entidade de protesto contra o racismo, buscando promover a cultura negra a partir de uma perspectiva positiva. Ao adotar uma posição altamente política em suas inovações culturais, o bloco termina por sofrer com uma maior resistência por parte do Estado do que outros grupos afros. Ao contrário de grupos como Olodum e Timbalada, o Ilê opta por adotar uma postura reclusa, impedindo a entrada de indivíduos que não compactuam com seus valores, o que interfere diretamente no processo de expansão de suas inovações.

No campo religioso, o Ilê se apoia em práticas do candomblé para suas inovações. É importante ressaltar que a inovação não consiste na religião em si, mas sim no uso de suas principais características, comuns aos integrantes do bloco, como base para as inovações culturais. Em cada uma das inovações, aspectos do candomblé se fazem presentes e são características marcantes das atividades, embora ser praticante da religião não seja uma obrigatoriedade para participar do bloco.

Os artigos elaborados possibilitaram o alcance dos objetivos da pesquisa, pois apresentam a maneira como os contextos estudados podem contribuir para o avanço das discussões sobre empreendedorismo e territorialidade, bem como contribui para uma melhor gestão dos aspectos identitários e experiências do empreendedorismo. Através dos artigos, levantamos uma discussão extremamente relevante para o campo dos estudos sobre empreendedorismo. Compreender as particularidades do empreendedorismo cultural, bem como suas relações com a territorialidade se faz fundamental, uma vez que o mesmo possui forte ligação com as economias criativas. Tais economias tem crescido cada vez mais na sociedade contemporânea, se conectando com territórios, auxiliando em seu desenvolvimento e sendo um dos responsáveis pelo crescimento econômico de muitos países, como Brasil e China (HARTLEY et al., 2015).

A pesquisa possui implicações tanto para o futuro das pesquisas acadêmicas, como para a prática do empreendedorismo geral e no campo da cultura. Através da perspectiva da territorialidade como experiência identitária, buscamos contribuir para a capacitação de professores e profissionais do campo da gestão, gerando gestores mais capacitados e conscientes da importância dos aspectos territoriais do empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

A QUESTÃO racial: da ditadura à democracia. Produção: TVBrasil. [S. l.: s. n.], 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UHCQpM2IK14&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=13>. Acesso em: 13/03/2020.

AFOLABI, Niyi. **Ilê Aiyê in Brazil and the Reinvention of Africa**. 1. ed. New York: Palgrave Macmillan, 2016. 304 p.

APRIL, W. I. "Experiential Learning from the Khoi-Khoi (Namibia) and Maori (New Zealand) Communities", **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, v. 9, n. 2, p. 103–110, 2008.

AWATERE, S., MIKA, J., HUDSON, M., PAULING, C., LAMBERT, S., REID, J. Whakatipu Rawa Ma Nga Uri Whakatipu: Optimising the ‘Maori’ in Maori Economic Development. **AlterNative: An International Journal of Indigenous Peoples**, v. 13, n. 2, p. 80 – 88, 2017.

BAHIA, berço da Cultura Afro-Brasileira. Produção: TVE Brasil. [S. l.: s. n.], 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WflxTpbTrC8&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=12>. Acesso em: 13/03/2020.

BANKS, M; GILL, R; TAYLOR, S. **Theorizing Cultural Work: Labour, Continuity and Change in the Cultural and Creative Industries**. New York: Routledge, 2014. 210p.

BARRAGAN, M. C.; AYAVIRI, V. D. **Información tecnológica, La Serene**, v. 28, n. 6, p. 71 – 80, 2017.

BENVINDO, V. Outra Face. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ik31xFZEhbk>, Acesso em 20 de jan. 2020.

BOURDIEU, P. **The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature**. New York: Columbia University Press. 1993. 322 p.

CARVALHO, C. D. M. B., CUTRIM, K. D. G., COSTA, S. R. "Empreendedorismo cultural e turismo: Perspectivas para desenvolvimento das indústrias criativas no bairro da Madre Deus, São Luís (Maranhão, Brasil)", **Boletim do Museu Paraense Emilio Goeldi: Ciências Humanas**, v. 12, n. 2, p. 629–646, 2017.

CAVEDON, N. R. Método etnográfico: da etnografia clássica às pesquisas contemporâneas. In: MOULIN DE SOUZA, E. (Ed.). **Metodologias e análíticas qualitativas em pesquisa organizacional**. Vitória: EDUFES, 2014. 296 p.

CEZÁRIO, H., DAVEL, E., SANCHO QUEROL, L. "Tecnologia social das mobilizações: identidade e participação na gestão de iniciativas museológicas comunitárias", **Museologia e Patrimônio**, v. 10, n. 2, p. 261–282, 2017.

CHOI, H. Religious Institutions and Ethnic Entrepreneurship: The Korean Ethnic Church as a Small Business Incubator. **Economic Development Quarterly**, v. 24, n. 4, p. 372 – 383, 2010.

COHEN, B.; ALMIRALL, S.; CHESBROUGH, H. The City as a Lab: Open Innovation Meets the Collaborative Economy. **California Management Review**, v. 59, n. 1, p. 5 – 13, 2016.

COHEN, B.; MUÑOZ, P. Toward a Theory of Purpose-Driven Urban Entrepreneurship. **Organization & Environment**, v. 28, n. 3, p. 264 – 285, 2015.

CONVERSANDO sobre o Ilê. Produção: Lourdes Fernandes. [S. l.: s. n.], 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1C1IyR5YC0g&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=7>. Acesso em: 13/03/2020.

CULTURAL, O. I. **Ocupação Ilê Aiyê**. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. 80p.

CULTURAL, O.I. A Inteligência Negra - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HjO38el16zI&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=13>. Acesso em 25/01/2020.

CULTURAL, O.I. A Política Além do Carnaval - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xsGp5G2RBrg&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=7>. Acesso em 25/01/2020.

CULTURAL, O.I. A religiosidade no Ilê Aiyê - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4Sl3cgpMqBI&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=10>. Acesso em 25/01/2020.

CULTURAL, O.I. Ah, Se Não Fosse o Ilê Aiyê - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ROxIn4ieC0c&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=15>. Acesso em 30/01/2020.

CULTURAL, O.I. Beleza Negra - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BdgvVFfa_1FY&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=11>, Acesso em 30/01/2020

CULTURAL, O.I. O Carnaval na Sala de Aula - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=usJhzWIdVaI&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=6>. Acesso em 30/01/2020.

CULTURAL, O.I. O Resgate da Ancestralidade e o Futuro – Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=l2PLhH1h0s4&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=9>. Acesso em 30/01/2020.

CULTURAL, O.I. O Samba Afro do Ilê - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xZIYu5HL8bE&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=14>. Acesso em 30/01/2020.

CULTURAL, O.I. Quem é Mãe Hilda Jitolú- Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=keyeaagUGis&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuxtd8MBv&index=5>. Acesso em 30/01/2020.

CULTURAL, O.I. Quem é que Sobe a Ladeira do Curuzu – Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <

https://www.youtube.com/watch?v=uInmOTyhYU&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuXtd8MBv&index=8>. Acesso em 30/01/2020.

CULTURAL, O.I. Ser Negro - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=15lo2usmpKk&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuXtd8MBv&index=16>. Acesso em 30/01/2020.

CULTURAL, O.I. Vovô do Ilê - Ocupação Ilê Aiyê. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GZCgHarCcIs&list=PLaV4cVMp_ody7R11KgUG77AOpuXtd8MBv&index=12>. Acesso em 30/01/2020.

DASKALAKI, M.; HJORTH, D.; MAIR, J. Are Entrepreneurship, Communities, and Social Transformation Related? **Journal of Management Inquiry**, v. 24, n. 4, p. 419 – 423, 2015.

DAVEL, E.; CORÁ, M. A. J. Empreendedorismo cultural: cultura como recurso retórico, processo de criação e de consumo simbólico. **Políticas Culturais em Revista**, v. 9, n. 1, p. 363 – 387, 2016.

DAVEL, Eduardo Paes Barreto; FANTINEL, Letícia Dias; OLIVEIRA, Josiane Silva de. Etnografia audiovisual: potenciais e desafios na pesquisa organizacional. **Organização e Sociedade**, Salvador, v. 26, n. 90, p. 579-606, 2019.

EBONY Godness: Queen of Ilê Aiyê. Produção: Carolina Moraes-Liu. [S. l.: s. n.], 2010. DVD. ELIAS, S. R. S. T. A., CHILES, T. H., DUNCAN, C. M., *et al.* The Aesthetics of Entrepreneurship: How Arts Entrepreneurs and their Customers Co-create Aesthetic Value. **Organization Studies**, v. 39, n. 2–3, p. 345–372, 2018.

ESCOLA Mãe Hilda do Ilê Aiyê. Produção: Na trilha da cultura. [S. l.: s. n.], 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qTn9caE9BsI&t=15s>. Acesso em: 20/04/ 2020.

ESCOLA Mãe Hilda. TCC Ilê Aiyê. [S. l.: s. n.], 2012. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=eS_XEITyX-A&t=5s. Acesso em: 20/04/2020.

FORMICA, P. Business, Innovation and the Arts: The Golden Encounter. *In: Innovation and the Arts: The Value of Humanities Studies for Business*. Bingley: Emerald Publishing Limited, 2020. p. 1-42.

GEHMAN, J; SOUBLIÈRE, J. Cultural Entrepreneurship: from Making Culture to Cultural Making. **Innovation**. V19, n.1, p. 1-13, 2017.

GOBO, G., MOLLE, A. **Doing Ethnography**. 2. ed. London, SAGE Publications Ltd, 2016.

GORBUNTSOVA, T., DOBSON, S., PALMER, N. Rural entrepreneurial space and identity: A study of local tour operators and ‘the Nenets’ indigenous reindeer herders. **International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, v. 19, n. 4, p. 261–272, 2018.

HAESBAERT, R. **Des-territorialização e identidade: A rede “gaúcha” no nordeste**. Rio de Janeiro: EDUFF, 1997. 293 p.

HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2011. 396 p.

HARTLEY, J., WEN, W., LI, H. S. **Creative Economy and Culture: Challenges, Changes and Futures for the Creative Industries**. London: SAGE Publications, 2015. 262 p.

HAUSMANN, A; HEINZE, A. Entrepreneurship in the cultural and creative industries: insights from an emergent field. **Artivate: A Journal of Entrepreneurship in the Arts**, v. 2, ed. 5, p. 7-22, 2016.

HEBERER, T. Entrepreneurs and Ethnic Identity. In: HEBERER, T. (Ed.). **Doing Business in Rural China: Liangshan’s new ethnic entrepreneurs**. Seattle: University of Washington Press, p. 186 – 205, 2007.

HJORTH, D. "Public entrepreneurship: Desiring social change, creating sociality", **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 25, n. 1–2, p. 34–51, 2013.

HOLT, D; CAMERON, D. **Cultural Strategy: Using Innovative Ideologies to Build Breakthrough Brands**. Oxford: Oxford University Press, 2010.

HOW Ilê Aiyê brought blackness back to carnival. Produção: Okay Africa. [S. l.: s. n.], 2018. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_zYo1LxyBOM&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=17. Acesso em: 13/03/2020.

ILÊ Aiyê elege nova Deusa do Ébano. Produção: Conexão Salvador. [S. l.: s. n.], 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rHNDE5yvmYk&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=3>. Acesso em: 22/01/2020.

ILÊ AIYÊ OFICIAL. **Site Oficial do Bloco Afro Ilê Aiyê**. Disponível em: <http://www.ileaiyeoficial.com/>. Acesso em 01/10/2019.

ILÊ Aiyê. Produção: Eletrobras. [S. l.: s. n.], 2009. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=onWzWtbc8EA&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=9>. Acesso em: 13/03/2020.

ILÊ Aiyê: house of the World. Produção: Paint of the Globe Foundation. [S. l.: s. n.], 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=j5QEhobTvS8&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=11>. Acesso em: 13/03/2020.

IMAS, J. M.; WILSON, N.; WESTON, A. Barefoot entrepreneurs. **Organization**, v. 19, n. 5, p. 263 – 285, 2012.

INSTAGRAM oficial Ilê Aiyê. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/blocoileaiye/>. Acesso em: 26/01/2020.

ISLAM, G; ENDRISAT, N; NOPPENY, C. Beyond ‘the Eye’ of the Beholder: Scent Innovation Through Analogical Reconfiguration. **Organization Studies**, v. 3, ed. 37, p. 1–27, 2016.

JONES, C; LORENZEN, M; SAPSED, J. Creative Industries: A Typology of Change. *In: The Oxford Handbook of Creative Industries*. United Kingdom: Oxford University Press, 2015. p. 3-31.

JUDICE, V. M. M.; FURTADO, S. C. Gestão de empreendimentos criativos e culturais: estudo de uma organização de ensino e difusão de ritmos afro-brasileiros em São João Del-Rei (MG). **Organizações & Sociedade**, v. 21, n. 69, p. 293-314, 2014.

JUNG, Y. "Mindful Walking: The Serendipitous Journey of Community-Based Ethnography", **Qualitative Inquiry**, v. 20, n. 5, p. 621– 627, 2014.

KHAIRE, M. Culture and Commerce: The Value of Entrepreneurship in Creative Industries. Stanford: Stanford University Press, 2017.

KIM, J-H. **Understanding narrative inquiry**. Los Angeles: Sage Publications, 2016.

KLAMER, A. A pragmatic view on values in economics. **Journal of Economic Methodology**, v. 2, ed. 10, p. 37-41, 2003.

KOKKRANIKAL, J.; MORRISON, A. Entrepreneurship and Sustainable Tourism: The Houseboats of Kerala. **Tourism and Hospitality Research**, v. 4, n. 1, p. 7 – 20, 2002.

KUHLKE, O., SCHRAMME, A., KOOYAMA, R. **Creating Cultural Capital: Cultural Entrepreneurship in Theory, Pedagogy and Practice**. Utrecht, Eburon Academic Publishers, 2, p. 982 – 1012, 2016.

LAWRENCE, T B; PHILLIPS, N. Understanding Cultural Industries. **Journal of Management Inquiry**, v. 4, ed. 11, p. 430-441, 2002.

LINGO , E L; TEPPER, S J. Looking Back, Looking Forward: Arts-Based Careers and Creative Work. **Work and Occupations**, v. 4, ed. 40, p. 337-363, 2013.

LONDON, M.; MORFOPOULOS, P. R. G. **Social Entrepreneurship: How to Start Successful Corporate Social Responsibility and Community-Based Initiatives for Advocacy and Change**. Abingdon: Routledge, 2019. 258 p.

MÃE Hilda: Mulher da Liberdade. Produção: Povo de Axé. [S. l.: s. n.], 2012. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=m8_n9uelucU&t=26s. Acesso em: 20/03/2020.

MAITLIS, S. **Narrative analysis. In:** Symon G and Cassell C (eds) *Qualitative organizational research: core methods and current challenges*. Los Angeles: Sage Publications, 2012.

MARINS, S.; DAVEL, E. P. B. Empreendedorismo na Cultura e na Arte: Passado e Futuro da Produção Acadêmica. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v 7. n. 3, p. 406-444 2020.

MARRIOTT, L; MILLER, A. Accounting for Cultural Well-Being: an Exploratory Study of New Zealand Regions. **Pacific Accounting Revie**, v. 2, ed. 24, p. 112-137, 2012.

MILLS, Gisele Audrey. *Ilê Aiyê: Performing Afro-Brazilian identity through music*. 2011. Tese (Doutorado) - University of Maryland, [S. l.], 2011. Disponível em: https://drum.lib.umd.edu/bitstream/handle/1903/11615/Mills_umd_0117E_11963.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 23/01/2020.

MUÑOZ, P.; COHEN, B. The Making of the Urban Entrepreneur. **California Management Review**, v. 59, n. 1, p. 79-91, 2016.

NEVES, J. N. d. R.; DAVEL, E. P. B. A Territorialidade do Empreendedorismo: Perspectivas e Desafios para o Empreendedorismo Cultural. **Gestão & Regionalidade**. No prelo.

OLIVEIRA, V. S. **Ara-itan: A dança de uma rainha, de um carnaval, de uma mulher**. 184 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade federal da Bahia, Salvador, 2016.

PÁGINA oficial no Facebook Ilê Aiyê. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/ileaiye/>. Acesso em: 26/01/2020.

PEARSON, C. A. L.; HELMS, K. Indigenous Social Entrepreneurship: The Gumatj Clan Enterprise in East Arnhem Land. **The Journal of Entrepreneurship**, v. 22, n. 1, p. 43 – 70, 2013.

PEREDO, A. M.; CHRISMAN, J. J. Toward a Theory of Community-Based Enterprise. **Academy of Management Review**, v. 31, n. 2, p. 309 – 328, 2006.

QUE BLOCO é esse. Produção: Lourdes Fernandes. [S. l.: s. n.], 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IrkuTkvy2TA&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=5>. Acesso em: 13/03/2020.

QUE BLOCO é esse. Produção: Petrobras. [S. l.: s. n.], 2012. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=w6yayr0WHA4&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=8>. Acesso em: 13/03/2020.

QUEIROZ, M. S. de A.; PINHO, V. de S.; CARNEIRO, S. N. V. O Desafio do Empreendedorismo Local: Uma Perspectiva Cultural e Familiar em Narrativas. **Revista Expressão Católica**, v. 3, n. 1, p. 228 – 250, 2014.

RAVASI, D.; RINDOVA, V.; DALPIAZ, F. The cultural side of value creation. **Strategic Organization**, v. 3, ed. 10, p. 231– 239, 2012.

RIESSMAN, C.K. **Narrative Methods for the human sciences**. Los Angeles: Sage Publications, 2008.

RITUAL de Saída do Ilê Aiyê. [S. l.: s. n.], 2010. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aLk3N5Yy6ew&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=1>. Acesso em: 22/03/2020.

SAÍDA do bloco Ilê Aiyê na Liberdade. Produção: Portal Ibahia. [S. l.: s. n.], 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cKWLL9t60ZQ&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=2>. Acesso em: 22/03/2020.

SANTOS, F. P., DAVEL, E. P. B. "Gestão De Equipamentos Culturais Com Base Na Identidade Territorial", **Revista Gestão & Conexões**, v. 7, n. 2, p. 7–42, 2018.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: EDUSP, 2006. 392 p.

SAQUET, M. A.; BRISKIEVICZ, M. Territorialidade e identidade: um patrimônio no desenvolvimento territorial. **Caderno Prudentino de Geografia**, v. 1, n. 31, p. 3-16, 2009.

SCHERDIN, M; ZANDER, I. **Art entrepreneurship**. Northampton: Elgar Publishing Limited, 2011.

SCHIRAY, D. M.; CARVALHO, C. C.; AFONSO, R. Creative economy as a social technology approach: A case study in favela da Mangueira, Rio de Janeiro, Brazil. **Academia Revista Latinoamericana de Administración**, v. 30, n. 4, p. 508 – 528, 2017.

SILVA, C.A. **Os belos, o trânsito e a fronteira: um estudo sócio-antropológico sobre o discurso autoreferente do Ilê Ayê**. Vol. 6. Salvador: Pinaúna Editora, 2016.

SITE oficial Ilê Aiyê. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.ileaiye.com.br>. Acesso em: 26/01/2020.

STEYAERT, C.; KATZ, J. Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 16, n. 3, p. 179-196, 2004.

TOGHRAEE, M T; MONJEZI, M. Introduction to Cultural Entrepreneurship: Cultural Entrepreneurship in Developing Countries. **International Review of Management and Marketing**, v. 4, ed. 7, p. 37-41, 2017.

TRADICIONAL saída do Ilê Aiyê leva multidão à loucura no Curuzu. Produção: Governo da Bahia. [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=MJ1u_1vnbms&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=16. Acesso em: 13/03/2020.

TUAN, Y. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. Londrina: EDUEL, 2013. 248 p.

TVE. Ilê Aiyê – Do Axé Jitolú para o Mundo. 2014. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=QKGZtrsDEeg>