
A territorialidade do empreendedorismo cultural: a experiência identitária no bloco cultural Ilê Aiyê

Joyce Neri dos Reis Neves (UFBA) - joyce.nrn@gmail.com

Eduardo Davel (UFBA) - davel.eduardo@gmail.com

Resumo:

Estudos sobre empreendedorismo têm se conectado cada vez mais com territórios em várias escalas, 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. O empreendedorismo cultural é um fenômeno territorial na medida em que depende de experiências identitárias para fazer sentido em 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 deste artigo é compreender a relevância da territorialidade na dinâmica do empreendedorismo cultural. A pesquisa é teórico-empírica, baseada em uma perspectiva teórica da experiência identitária da territorialidade e em uma etnografia audiovisual sobre as inovações culturais do bloco afro Ilê Aiyê da cidade de Salvador, Bahia. 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 been increasingly connected with territories in several scales, such as neighborhoods, cities and countries. However, discussions on the relationship between entrepreneurship and territoriality are scarce. When it comes to cultural entrepreneurship and territoriality, research is practically non-existent. Cultural entrepreneurship is a territorial phenomenon as it relies on identity experiences in order to make sense in a given locality. Therefore, it is necessary to adopt a perspective capable of understanding the particularities of the relationship between entrepreneurship and territoriality. The aim of this article is to assess the influence of territorial identity on the dynamics of cultural entrepreneurship. The research is theoretical and empirical, based on a theoretical perspective of the identity experience of territoriality and on an audiovisual ethnography about the cultural innovations of the afro block Ilê Aiyê in the city of Salvador, Bahia. The research results provide a theoretical perspective to rethink cultural entrepreneurship based on the relevance of territoriality, highlighting its identity and experiential dimensions.

Keywords: Cultural Entrepreneurship; Territoriality; Identity; Experience; Audiovisual Ethnography.

A territorialidade do empreendedorismo cultural: a experiência identitária no bloco cultural Ilê Aiyê

1. Introdução

Os estudos sobre empreendedorismo têm se conectado com territórios, buscando compreender como eles se desenvolvem e se tornam ambientes de crescimento econômico e industrial, centros de inovação e criatividade, arenas para profissionais criativos e para minorias (Steyaert, 2004). Embora a territorialidade seja um assunto emergente no campo do empreendedorismo (Marins & Davel, 2020), com estudiosos (Steyaert 2004; Kuhlke et al., 2015; Elias et al., 2018; Santos & Davel, 2018; Davel et al., 2016) 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 (Awatere et al., 2017; Pearson & Helms, 2013; Kokkraninal & 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, 2017; Calvet-Mir & March, 2019; Gorbuntsova et al., 2018; Choi, 2013; Heberer, 2007; Steayert& Katz, 2004; Schiray et al., 2017). 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, comunidade, cidade e bairro, espaço rural, grupos étnicos e espaço geográfico. No empreendedorismo nativo o território surge como um espaço a ser explorado de maneira sustentável (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 (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 (Muñoz & Cohen, 2015; Muñoz & Cohen, 2016; Cohen et al., 2016; Calvet-Mir & March, 2019). No empreendedorismo rural há um enfoque no aspecto econômico do empreendedorismo 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 (Choi, 2013; Henerer, 2007). No empreendedorismo geográfico o conceito de território está atrelado ao espaço geográfico, moldando o empreendedorismo (Steyaert & Katz, 2004; Schirayet al., 2017).

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 sendo necessário que se vislumbre a territorialidade também como parte do empreendedorismo cultural (Anderson et al., 2013).

Consequentemente, duas grandes carências se destacam nos estudos encontrados, no que diz respeito às relações entre empreendedorismo cultural e territorialidade. A primeira delas indica a ausência de uma análise da perspectiva territorial do empreendedorismo cultural. O empreendedor cultural precisa estar familiarizado com o contexto local, com suas particularidades e problemáticas, já que o objetivo é ser relevante e fazer sentido. 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 (Hartley et al., 2015). A relação das economias criativa e cultural é inegável, pois a mesma é o sistema de escala global que gera criatividade no setor (Hartley et al., 2015). A economia criativa, caracterizada como um ambiente híbrido onde indústria, cultura e criatividade se misturam (Hartley et al., 2015), 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). Com efeito, 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 (Kuhlke et al., 2015).

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, 2021). 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 (Saquet & Briskievicz, 2009). A experiência, por sua vez, consiste na forma pela qual o indivíduo conhece e constrói sua realidade, e a forma como nos movimentos no espaço é diferenciada por ela (Tuan, 2013). 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.

O objetivo deste artigo é compreender a relevância da territorialidade na dinâmica do empreendedorismo cultural. No plano teórico, a pesquisa se fundamenta em uma perspectiva teórica da experiência identitária da territorialidade. No plano metodológico, adotamos a abordagem da etnografia audiovisual para estudar empiricamente o empreendedorismo cultural do Ilê Aiyê. Trata-se de uma abordagem metodológica que envolve o uso de tecnologias de registro para capturar imagens como o movimento e o som. Se entendemos 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 (noite da beleza negra, samba-afro, indumentárias, escola Mãe Hilda, cadernos de educação) fortemente ligadas ao seu território de atuação e desenvolvimento do bairro. 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.

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 inaugurar um ramo inexistente de pesquisa no âmbito das pesquisas sobre empreendedorismo: 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 voltadas para a cultura.

2. 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 & Phillips, 2002). Em grande parte, os estudos sobre empreendedorismo ainda abordam o tema a partir de uma perspectiva economicista (Davel & Cora, 2016).

Com base no conceito de cultura, o empreendedorismo cultural ainda explora pouco a diversidade de teorias sobre a cultura. Apesar da cultura ser um conceito antropológico (Laraia, 1986), múltiplas são suas dimensões e perspectivas: hibridismo (Canclini, 1997), ambivalência (Bhadha, 1994), ação prática (Swidler, 1986), universo interpretativo (Geertz, 1973), simbólico (Hamlin & Krois, 2004), político (Coelho, 2000; Durham, 1984), econômico (Heilbrunn & Gray, 2001; Throsby, 2001), material (Ingold, 2000; Woodward, 2007). No campo dos Estudos Organizacionais, a cultura é examinada há mais de 30 anos e ganha múltiplas faces (Giorgi et al., 2015).

Dentro da variada fundamentação do conceito de cultura, o objetivo principal do empreendedorismo cultural permanece voltado para 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 (Kuhlke et al., 2015). 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, precisamos melhor compreender o contexto local do empreendedorismo (Kuhlke et al., 2015). Para que seja viável, o empreendedorismo cultural requer a interação das experiências vividas e crenças pessoais com um ambiente (Elias et al., 2017).

O território possui uma dimensão simbólica e cultural, fruto de uma identidade atribuída a ele pelos indivíduos que ali habitam (Saquet & 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 (Saquet & 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 desse 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, 2021).

Embora ainda pouco abordada nos estudos organizacionais, 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, 2021: 8). O ser humano responde ao espaço de maneiras complexas (Tuan, 2013). 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 (Tuan, 2013). Não é possível definir o indivíduo, a comunidade e a sociedade sem inseri-los num determinado contexto territorial (Haesbaert, 2011).

O ser humano é uma espécie produtora de símbolos, tendo como uma de suas características o apego a lugares (Neves & Davel, 2021). 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 (Tuan, 2013). 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. A 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, 2021). 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, 2021). 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, algumas questões precisam ser aprofundadas nos estudos sobre empreendedorismo: cultura, territorialidade, identidade e experiência (Neves & Davel, 2021). Considerando que dentro do campo do empreendedorismo não há estudos suficientes que nos permitam desenvolver as discussões sob esta perspectiva, mergulharemos nos estudos de outras áreas do conhecimento, como a Geografia, que possui discussões promissoras sobre territorialidade e identidade, como as ideias de Haesbaert (1997 e 2011) e Tuan (2013). 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 informações variadas e sutis 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 identificar suas singularidades (Neves & Davel, 2021).

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

3.1. O território do Ilê Aiyê

A Associação Cultural Bloco Carnavalesco Ilê Aiyê – primeiro Bloco Afro do Brasil – foi escolhida para a realização desta pesquisa devido ao seu forte caráter inovador no campo da cultura. Influenciada pelo posicionamento dos negros norte-americanos entre as décadas de 1960 e 1970, através de movimentos como o *Black Panthers* e *Black Power*, a Associação Bloco Carnavalesco Cultural Ilê Aiyê nasceu em 1/11/1974, no bairro do Curuzu – antes uma rua do bairro da Liberdade e alçado à condição de bairro em 2017, cidade de Salvador, Estado da Bahia (Ilê Aiyê, 2020). O bairro da Liberdade (Figura 1) conta com a maior população negra do país, com mais de 600 mil habitantes (Silva, 2016). O local concentrava um grande número de quilombos no período que antecedeu a abolição da escravatura, em 1988 (Afolabi, 2016).

Figura 1. Vista Panorâmica do Bairro da Liberdade



Fonte: Itaú Cultural (2018).

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 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 (Ilê Aiyê, 2020). Politicamente representativo, o bloco se destacou em um cenário no qual o negro não se posicionava e foi 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. Esses empreendimentos impactaram diretamente na construção da identidade dos moradores do território da Liberdade. Através do surgimento do Ilê Aiyê, aspectos culturais da cultura negra passaram a ser enaltecidos, como a estética, religião e música, gerando uma identidade compartilhada dentro da comunidade. Diante disso, a comunidade passa a possuir uma identidade única e marcante (Afolabi, 2016).

Tendo suas expressões culturais popularmente reconhecidas graças ao pioneirismo do Ilê Aiyê, o Curuzu iniciou em 2019 um processo de ressignificação patrocinado pela prefeitura da cidade de Salvador (Correio da Bahia, 2019). 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 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 (Correio da Bahia, 2019). 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.

Inicialmente conhecido como Linha Oito, no período em que os bondinhos eram o principal meio de transporte de Salvador, o bairro possuía proximidade como a Rua Chile, o então centro financeiro da cidade (Silva, 2016). Isso atraiu um grande número de moradores para a Liberdade, graças à facilidade de se chegar ao local de trabalho. Entretanto, a ocupação do bairro se deu de forma desordenada, crescendo com um número grande de invasões (Silva, 2016). A Liberdade sofreu com um vertiginoso processo de favelização, provocando carências em termos de condições sanitárias e de infraestrutura (Silva, 2016). O bairro é uma zona de grande concentração populacional de origem afrodescendente, de forma geral pertencente à faixa de baixa renda do município de Salvador (Silva, 2016).

Em seus primórdios (1974), a sede do bloco funcionava no mesmo espaço do terreiro Ilê Axé Jitolu, comandando por Mãe Hilda Jitolú (Afolabi, 2016). Desde 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). Motivado pelo movimento de afirmação política dos negros norte-americanos na década de 1970, o Ilê deu início a um movimento de afirmação da identidade negra na Bahia, em busca de um carnaval antirracista (Afolabi, 2016). A fundação do Ilê Aiyê provocou uma onda de surgimento de blocos afros, como Malê de Balê (1975) e Olodum (1979), compostos por jovens negros, moradores de regiões periféricas, interessados no movimento cultural, político e social (Afolabi, 2016). Atualmente, a Liberdade abriga mais dois outros blocos afros: Vulcão da Liberdade e Muzenza.

3.2. Metodologia de Pesquisa

Para alcançar o objetivo de compreender a relevância da territorialidade na dinâmica do empreendedorismo cultural, realizamos uma pesquisa qualitativa de caráter indutivo e exploratório, com base na abordagem metodológica da etnografia audiovisual. Nesta abordagem, é privilegiado uso de tecnologias de registro para capturar imagens como movimento e som, sendo superiores a imagens estáticas (Davel et al., 2019). Trata-se de uma abordagem que permite captar com melhor sutileza e fineza os aspectos territoriais e identitários dentro das iniciativas inovadoras do bloco afro Ilê Aiyê. Além disso, facilita o armazenamento audiovisual e representação de uma alta carga de informações, como comportamentos e rituais de um determinado grupo social (Davel et al., 2019). Assim sendo, a etnografia audiovisual se mostra uma abordagem eficaz para a análise da territorialidade do empreendedorismo do bloco afro Ilê Aiyê e suas iniciativas inovadoras.

A escolha do Ilê Aiyê como objeto de pesquisa decorre de seu caráter inovador, com forte ligação ao seu território de origem, onde 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: (a) o samba afro da Band'Aiyê, (b) as indumentárias, (c) a Noite da Beleza Negra e (d) a Escola Mãe Hilda. As atividades escolhidas se destacam como iniciativas culturais inovadoras. Todas as inovações foram idealizadas com bases nas experiências vividas pelos participantes do bloco no território do Curuzu, provocando, mudanças culturais, sociais e políticas significativas não só no bairro de origem, mas também em escala estadual e nacional.

A pesquisa foi estruturada em três fases: contextualização, concepção global e concepção focada. A primeira fase, de contextualização (duração de 10 meses, de janeiro a outubro de 2019), teve como objetivo recolher informações sobre o bloco, buscando compreender sua história, seus objetivos e valores. A segunda fase, de concepção global (duração de 16 meses, de abril de 2019 a julho de 2020), buscou compreender a história do grupo, porém com foco nas inovações culturais ligadas à territorialidade. A terceira fase, de concepção focada (duração de 7 meses, de agosto de 2020 a fevereiro de 2021) teve como objetivo compreender o empreendedorismo cultural e territorial do bloco afro, com ênfase para as quatro inovações culturais selecionadas.

Através dos documentos contextuais, buscamos analisar 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, como vídeos e imagens disponíveis em plataformas públicas (Youtube e redes sociais). Os vídeos analisados foram produzidos por diversas organizações e indivíduos: 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 tratavam 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 caminhada consciente (*mindfull walking*) proposto por Jung (2014). A caminhada consciente é uma forma interativa de conhecimento, permitindo que não só 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 e capture os sentimentos espontâneos que emergem dos atores sociais e do território. Durante as caminhadas, foram observados a sede do bloco, a 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 audiovisual foram contemplados 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 na sede do bloco. Além dos registros do Ilê Aiyê, foi registrado o bairro da Liberdade, região onde se situa o 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 foram utilizadas de forma complementar na etnografia audiovisual, ajudando a compreender o funcionamento da organização e de seus empreendimentos culturais. Os entrevistados foram escolhidos a partir da técnica de bola de neve: um entrevistado indica outro para a formação de relação de pessoas capazes de serem entrevistadas (Vergara, 2009). As entrevistas foram divididas em três etapas. Na primeira, o presidente e fundador do bloco foi entrevistado. 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 tem como objetivo compreender o empreendedorismo cultural e territorial do Ilê Aiyê, foram entrevistados os responsáveis pelas atividades empreendedoras 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.

3.3. 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. 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 (Afolabi, 216).

O ritmo surgiu através das mãos de Mestre Bafo, primeiro mestre de percussão do bloco. No material empírico, observamos que o ritmo possui forte ligação com aspectos identitários e experienciais do território do Curuzu (Itaú Cultural, 2018; Silva, 2018; Afolabi, 2016; Mills, 2011; Ilê Aiyê, 2020). A inspiração da parte do “samba” no nome do ritmo

surgiu a partir da influência das antigas escolas de samba da Liberdade (Afolabi, 2016). As escolas, compostas por integrantes negros, foram parte fundamental na formação da identidade local, embora estivessem em declínio quando o Ilê Aiyê surgiu (Afolabi, 2016). O “afro” se refere à conexão do ritmo com as batidas tradicionais de Candomblé, como o ijexá (Itaú Cultural, 2018). O Candomblé e suas batidas estão presentes desde a formação do território do Curuzu e constitui 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 essa fusão ocorreu graças ao conhecimento de muitos anos e domínio do mestre sobre os dois ritmos, presentes no cotidiano do território.

Embora as escolas de samba não façam mais parte do bairro, o mesmo não ocorre com o Candomblé. Ao longo de uma das caminhadas conscientes pelo bairro, conversamos com uma moradora, dona de um bar local, que nos informou que o território é repleto de terreiros de Candomblé. O terreiro de Mãe Hilda, sede inicial do bloco, é um dos mais conhecidos e frequentado por grande parte dos integrantes do bloco que são adeptos da religião. No terreiro, as batidas afro se fazem presentes diariamente.

O samba afro foi um dos passos mais importantes para a consolidação da identidade negra no cenário musical baiano (Afolabi, 2016). Ele 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 reggae e suas derivações. Ao se apoiar em crenças pessoais e experiências vividas em seu território de ação, o Ilê promoveu uma inovação cultural responsável pela mudança nos cenários musical e cultural baianos. Além disso, a inovação é responsável pela transformação educacional de centenas de crianças do Curuzu através das ações da Banda Erê (Figura 2), 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 (Itaú Cultural, 2018).

Figura 2. Aula de Percussão na Banda Erê



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 percussão do Ilê passaram grandes nomes, como Negoinho do Samba (criador do samba reggae e da Banda Didá) e Carlinhos Brown (criador da Timbalada).

3.4 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. O bloco afro inova ao criar e difundir uma estética diferenciada numa época em que não era comum negros com roupas de cores fortes ou acessórios que pudessem chamar a atenção (Ilê Aiyê, 2020). 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 (Afolabi, 2016). As cores do bloco foram escolhidas para representarem a cultura, história e estética africana: branco, preto, amarelo e vermelho (Figura 3). Essas cores 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 3. Estampa do Carnaval (2012) com as Cores do Ilê



Fonte: Acervo pessoal (2021).

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 (Ilê Aiyê, 2020). Durante as visitas à sede do bloco, observamos que as cores e estampas se fazem presentes por todos os lados da 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 ao longo de sua história. Caminhando conscientemente 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 quanto à aceitação desta estética étnica.

Ao analisarmos o material empírico audiovisual (Itaú Cultural, 2018; Tve Bahia, 2013; Okay Africa, 2018; Ilê Aiyê, 2020; Afolabi, 2016; Petrobras, 2012), percebemos que as experiências de vida da comunidade negra, baiana e africana serviram de inspiração para a criação de uma estética que ajudou 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 cotidiano 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 eurocêtricos exigidos pelo governo da Bahia na época, conforme observamos na Figura 4. 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 no mesmo estilo estético.

Figura 4. Integrantes do Ilê Aiyê trajando uma das primeiras indumentárias criadas



Fonte: Acervo do 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).

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

3.5. 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, pois é o primeiro concurso de beleza do país voltado somente para mulheres negras. O concurso é a inovação cultural mais famosa do bloco afro e é amplamente reconhecida pela comunidade negra como referência na luta pelo fortalecimento da identidade e beleza da mulher negra, inclusive no cenário internacional (Ilê Aiyê, 2020). 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.

O material empírico audiovisual (Oliveira, 2016; Itaú Cultural, 2018; Benvindo, 2016; Conexão Salvador, 2020; Liu, 2010; Ilê Aiyê, 2020) indicou que os blocos de carnaval da época possuíam suas próprias rainhas. Entretanto, nenhuma delas era negra, assim como não havia candidatas negras nos outros concursos de beleza do país. Diante disso, o Ilê criou uma forma cultural inovadora para 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 5), conhecida como Mirinha. Na época, ela desfilou como Deusa do Ébano em um Jipe pelas ruas da cidade.

Figura 5. Primeira Deusa do Ébano



Fonte: Itaú Cultural (2018).

“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). Assim, o concurso busca inovar entre os concursos de beleza tradicionais, nos quais a beleza física é o foco. O concurso, que começou buscando valorizar a beleza negra local, conquistou grande popularidade e passou a fortalecer a identidade das mulheres negras como um todo.

Um dos momentos mais importantes do concurso é a arrumação das candidatas (Figura 6). 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 é pungente e 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 6. Dete Lima e ajudantes arrumam candidatas

Fonte: Acervo pessoal (2021).

A Noite da Beleza Negra é um evento que muda a dinâmica do Curuzu e de todo o bairro da Liberdade. Quando chegamos de carro ao evento, observamos que, 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. 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.

Quando se chega na ladeira do Curuzu, ponto emblemático do território e local onde se localiza a sede do bloco, podemos observar pessoas nas janelas que contemplamos acontecimentos. Enquanto isso, outros moradores se aglomeram para acompanhar de longe o evento que eles consideram como extremamente importante. 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 valorizava ao mesmo tempo a beleza negra e o território do Curuzu. O evento, televisionado ao vivo, permite que a identidade do bloco que foi construída e fortalecida pela música e pela estética seja divulgado pelas mídias televisivas 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 cultural étnico-territorial, fruto dos processos históricos e relacionais.

3.6. 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, conforme registrado na Figura 7. Comandado por Mãe Hilda Jitolú, o terreiro é considerado

como um espaço de educação (Itaú Cultural, 2018). 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. Trata-se 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 sempre (Afolabi, 2016).

Figura 7. Escola Mãe Hilda quando funcionava no terreiro



Fonte: Acervo Ilê Aiyê (2021).

Com base no material empírico audiovisual (Afolabi, 2016; Itaú Cultural, 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 estudantes 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 índice de aprovação

escolar acima dos 80%, obtido por meio 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 participava 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. Ela foca em celebrar datas marcantes para a história afro-brasileira (Ilê Aiyê, 2020). Em conversa com a diretora da escola, Hildelice dos Santos, fomos informados que a instituição busca valorizar a história e cultura negra para formar estudantes 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 as religiões. Novamente, observamos que a religião permeia a inovação, desta vez com base em seus valores e datas comemorativas.

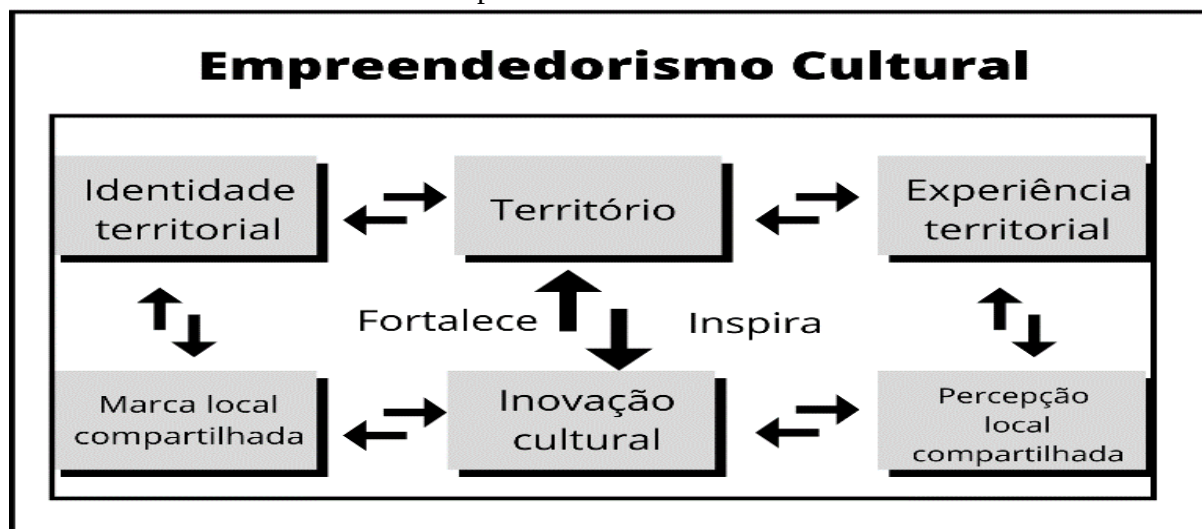
A análise do material empírico audiovisual permite compreender que o Ilê, através da escola, busca fomentar o conhecimento da cultura negra na educação, com o objetivo de fortalecer a identidade das crianças do território do Curuzu e comunidades próximas. Com base nas experiências de vida dos moradores 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 estudantes já possuem, criando momentos de troca de informações e percepções, 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.

4. 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 para explicar a relação entre territorialidade e empreendedorismo cultural. Esta referência está esquematizada na Figura 8. 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 determinado território (Bell & De-Shalit, 2011; Zardomo, 2005), baseado 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 8. Referência analítica da perspectiva territorial da experiência identitária do empreendedorismo cultural



Fonte: Elaboração própria (2021).

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. Mediados pelos 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 que são 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 (Davel et al., 2016). Assim, a identidade territorial se desenvolve quando um determinado grupo social busca recuperar sua história e uma cultura partilhada que é representada pela identidade.

As relações estabelecidas na referência analítica representam a dinâmica do empreendedorismo cultural, fonte imprescindível das economias criativas. Como parte dela, o empreendedorismo cultural se distingue a partir de bens com maior valor simbólico que material. Empreendedorismo cultural e economias criativas são inseparáveis e a inovação cultural um de seus principais pilares (Hartley et al., 2015). No contexto das inovações culturais, a criatividade é fruto do coletivo e é caracterizada 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 orgânica 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.

5. Discussão

Os resultados da análise do material empírico permitiram: (a) a elaboração de uma descrição de como a experiência identitária da territorialidade ocorreu na prática empreendedora do Ilê Aiyé, (b) a categorização de quatro experiências de inovação cultural (inovação musical, inovação estética, inovação festiva e inovação educacional) e (c) a elaboração de uma referência analítica que explica a importância da territorialidade (perspectiva da experiência identitária) para o empreendedorismo cultural. O conjunto desses resultados suscita uma reflexão sobre as potenciais implicações para a pesquisa futura e prática em empreendedorismo cultural.

A **primeira implicação** é de ordem teórica e consiste em repensar o empreendedorismo cultural a partir do contexto territorial. Nossa pesquisa apresentou como a territorialidade opera como experiência identitária em uma organização. Com esta apresentação, buscamos fornecer um novo olhar sobre as pesquisas no campo do empreendedorismo cultural através da adoção de uma perspectiva que integra as dimensões da identidade e da territorialidade. Até o momento as pesquisas sobre empreendedorismo cultural se apresentam de forma escassa com pouca ou nenhuma relação explícita com a territorialidade. Quando associamos o empreendedorismo cultural e a territorialidade com as dimensões da identidade e da experiência, as pesquisas inexistem. Assim, buscamos fomentar discussões e pesquisas futuras que reconheçam a importância da territorialidade no empreendedorismo cultural, considerando as potencialidades teórico-conceituais da dimensão da experiência identitária.

Propomos uma referência analítica para auxiliar na compreensão da perspectiva territorial da experiência identitária do empreendedorismo cultural. Embora o foco da referência seja no empreendedorismo cultural, a mesma pode ser ampliada, adaptada e utilizada para compreender como tais relações acontecem dentro das dinâmicas de outros tipos de empreendedorismo. Com efeito, 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.

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. Em nossa pesquisa empírica, a etnografia audiovisual foi um método relevante 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 fecundos para uma observação participante, sendo capazes de concentrar, 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, ação necessária mediante a vasta, sutil, detalhada e diversificada gama de informações existente sobre o bloco. 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 sensíveis (Davel et al., 2019). Outro recurso utilizado foi a caminhada consciente (Jung, 2014). A caminhada consciente é uma forma interativa de pesquisa, permitindo que o pesquisador(a) mobilize não só a visão, mas todos os sentidos

durante a experimentação do entorno (Jung, 2014). O método é uma técnica de observação fértil e precisa, apropriada para estudos sobre territorialidade. O ato de caminhar permite que o(a) pesquisador(a) compreenda as experiências vividas, sendo fundamental capturar os sentimentos espontâneos que emergem dos atores sociais e do território pesquisado.

A **terceira implicação** consiste no auxílio à formação de empreendedores culturais, no desenvolvimento de territórios e políticas públicas, além da prática dos empreendedores culturais. Os resultados de nossa pesquisa servem como fonte de capacitação de professores e formadores de empreendedores culturais ao fornecerem uma melhor compreensão sobre a relevância das dimensões 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 da territorialidade do empreendedorismo e de suas dimensões identitárias e experienciais. A pesquisa também pode impactar políticas públicas, ao conscientizar formuladores de políticas públicas sobre a importância das dimensões territoriais do empreendedorismo e ao promover a formulação de políticas públicas que considerem plenamente a formação de empreendedores indissociável do desenvolvimento sociocultural de territórios e do enfrentamento de seus desafios.

6. Conclusões

O objetivo deste artigo foi compreender a relevância da territorialidade na dinâmica do empreendedorismo cultural. Ao se fundamentar teoricamente na perspectiva da experiência identitária da territorialidade e ao analisar empiricamente o empreendedorismo cultural do Ilê Aiyê, esta pesquisa produziu vários resultados: (a) descrição detalhada da territorialidade do empreendedorismo do Ilê Aiyê, (b) categorização de quatro experiências de inovação cultural (musical, estética, festiva e educacional) e (c) produção de referência analítica que explica a territorialidade para o empreendedorismo cultural.

Assim, os resultados da pesquisa nos permitem 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. Os resultados sustentam uma contribuição para o avanço do conhecimento em empreendedorismo geral e, em específico, em empreendedorismo cultural, ao inaugurar um ramo inexistente de pesquisa: o empreendedorismo cultural a partir da perspectiva da territorialidade, destacando as dimensões identitárias e experienciais da territorialidade. Assim, os resultados estimulam os pesquisadores na realização de pesquisas futuras, ao abrir esse novo encaminhamento teórico-conceitual. Além disso, ao serem acessados por educadores, empreendedores e formuladores de políticas públicas, os resultados apresentam potencial de contribuição na melhoria da formação e na prática de empreendedores culturais, bem como no desenvolvimento de territórios com base na promoção de políticas públicas voltadas para a cultura.

Referências

A Inteligência Negra - Ocupação Ilê Aiyê. (2018). *Itaú Cultural*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=HjO38el16zI&list=PLaV4cVMp_ody7R1lKgUG77AOpxtd8MBv&index=13. Acesso em: 25/01/2020.

A Política Além do Carnaval - Ocupação Ilê Aiyê. (2018). *Itaú Cultural*. Disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=xsGp5G2RBrg&list=PLaV4cVMp_ody7R1lKgUG77AOpuXtd8MBv&index=7. Acesso em: 25/01/2020.

A Questão Racial: Da Ditadura à Democracia. (2014). *TV Brasil*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UHCQpM2IK14&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=13>. Acesso em: 13/03/2020.

A religiosidade no Ilê Aiyê - Ocupação Ilê Aiyê. (2018). *Itaú Cultural*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=4Sl3cgpMqBI&list=PLaV4cVMp_ody7R1lKgUG77AOpuXtd8MBv&index=10. Acesso em: 25/01/2020.

Afolabi, N. (2016). *Ilê Aiyê in Brazil and the Reinvention of Africa*. First edition, New York: Palgrave Macmillan.

Ah, Se Não Fosse o Ilê Aiyê - Ocupação Ilê Aiyê. (2018). *Itaú Cultural*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ROxIn4ieC0c&list=PLaV4cVMp_ody7R1lKgUG77AOpuXtd8MBv&index=15. Acesso em: 30/01/2020.

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

Awatere, S., Mika, J., Hudson, M., Pauling, C., Lambert, S., & Reid, J. (2017). Whakatipurawa ma Ngāuriwhakatipu: Optimising the “Māori” in Māori Economic Development. *AlterNative: na International Journal of Indigenous Peoples*, 13(2), 80–88.

Bahia, Berço da Cultura Afro-Brasileira. (2014). *TVE Brasil*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WflxTpbTrC8&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=12>. Acesso em: 13/03/2020.

Barragán, Milton C, & Ayaviri, Victor D. (2017). Innovación y Emprendimiento, y su Relación com el Desarrollo Local del Pueblo de Salinas de Guaranda, Provincia Bolívar, Ecuador. *Información tecnológica*, 28(6), 71-80.

Beleza Negra - Ocupação Ilê Aiyê. (2018). *Itaú Cultural*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=BdgzVFafIFY&list=PLaV4cVMp_ody7R1lKgUG77AOpuXtd8MBv&index=11. Acesso em: 30/01/2020.

Benvindo, V. (Director). (2018). Outra Face [Film]. *Benvindo Produções*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ik31xFZEhbk>. Acesso em: 20/01/2020.

Bhabha, H. K. (1994). *The Location of Culture*. London: Routledge.

Bourdieu, P., & Johnson, R. (1993). *The field of cultural production: Essays on art and literature*. New York: Columbia University Press.

Canclini, N. G. (1997). *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp.

Choi, H. (2010). Religious Institutions and Ethnic Entrepreneurship: The Korean Ethnic Church as a Small Business Incubator. *Economic Development Quarterly*, 24(4), 372–383.

Coelho, T. (2000). *Guerras Culturais: Arte e Política no Novecentos Tardio*. São Paulo: Iluminuras.

Cohen, B., & Muñoz, P. (2015). Toward a Theory of Purpose-Driven Urban Entrepreneurship. *Organization & Environment*, 28(3), 264-285.

Cohen, B., Almirall, E., & Chesbrough, H. (2016). The City as a Lab: Open Innovation Meets the Collaborative Economy. *California Management Review*, 59(1), 5-13.

Conversando sobre o Ilê. (2019). Lourdes Fernandes. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1C1IyR5YC0g&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=7>. Acesso em: 13/03/2020.

Daskalaki, M., Hjorth, D., & Mair, J. (2015). Are Entrepreneurship, Communities, and Social Transformation Related? *Journal of Management Inquiry*, 24(4), 419-423.

Davel, E., & Corá, M. A. (2016). Empreendedorismo Cultural: Cultura como Recurso Retórico, Processo de Criação e de Consumo Simbólico. *Políticas Culturais em Revista*, 9(1), 363-387.

Davel, E., Fantinel, L., & Oliveira, J. S. O. (2019). Etnografia Audiovisual: Potenciais e Desafios na Pesquisa Organizacional. *Organização & Sociedade*, 26(90), 579-606.

Durham, E. R. (1984). Cultura e ideologia. *Dados, Revista de Ciências Sociais*, 27(1), 71-89.

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), 345-372.

Escola Mãe Hilda do Ilê Aiyê. (2013). Na Trilha da Cultura. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qTn9caE9BsI&t=15s>. Acesso em: 20/04/2020.

Escola Mãe Hilda. (2012). TCC Ilê Aiyê. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=eS_XEITyX-A&t=5s. Acesso em: 20/04/2020.
eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=9. Acesso em: 13/03/2020.

Formica, P. (2020). Reinventing education for an entrepreneurial culture. *Industry and Higher Education*, 34(2), 65-68

Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. New York: Basic books.

Gehman, J., & Soublière, J. (2017). Cultural Entrepreneurship: from Making Culture to Cultural Making. *Innovation*, 19(1), 1-13.

Giorgi, S., Lockwood, C., & Glynn, M. A. (2015). The Many Faces of Culture: Making Sense of 30 Years of Research on Culture in Organization Studies. *Academy of Management Annals*, 9(1), 1-54.

Gorbuntsova, T., Dobson, S., & Palmer, N. (2018). Rural Entrepreneurial Space and Identity: A Study of Local Tour Operators and 'the Nenets' Indigenous Reindeer Herders. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 19(4), 261-272.

Haesbert, R. (1997). *Des-territorialização e Identidade: A Rede "Gaúcha" no Nordeste*. Rio de Janeiro: EDUFF.

Haesbert, R. (2011). *O Mito da Desterritorialização: Do "Fim dos Territórios" à Multiterritorialidade*. São Paulo: Bertrand.

Hamlin, C., & Krois, J. M. (Eds.). (2004). *Symbolic Forms and Cultural Studies: Ernst Cassirer's Theory of Culture*. New Haven: Yale University Press.

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

Heberer, T. (2007). *Doing Business in Rural China: Liangshan's New Ethnic Entrepreneurs*. Seattle; London: University of Washington Press.

Heilbrun, J., & Gray, C. M. (2001). *The Economics of Art and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hjorth, D. (2013). Public Entrepreneurship: Desiring Social Change, Creating Sociality. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(1-2), 34-51.

How Ilê Aiyê brought Blackness back to Carnival. (2018). *Okay Africa*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_zYo1LxyBOM&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=17. Acesso em: 13/03/2020.

Ilê Aiyê – *Do Axé Jitolú para o Mundo*. (2014). TVE. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QKGZtrsDEeg>. Acesso em: 22/01/2019.

Ilê Aiyê elege nova Deusa do Ébano. (2018). *Conexão Salvador*. 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: House of the World. (2019). Paint of the Globe Foundation. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=j5QEhobTvS8&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=11>. Acesso em: 13/03/2020.

- Ilê Aiyê. (2009). *Eletrobras*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=onWzWtbc8EA&list=PL->
- Imas, J. M., Wilson, N., & Weston, A. (2012). Barefoot entrepreneurs. *Organization*, 19(5), 563-585.
- Ingold, T. (2000). Making Culture and Weaving the World. In: Graves-Brown, P. (Ed.), *Matter, Materiality and Modern Culture*. London: Routledge.
- Instagram Oficial Ilê Aiyê. 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/blocoileaiye/>. Acesso em: 26/01/2020.
- Itaú Cultural. (2018). *Ocupação Ilê Aiyê*. São Paulo: Itaú Cultural.
- Jung, Y. (2014). Mindful Walking: The Serendipitous Journey of Community-Based Ethnography. *Qualitative Inquiry*, 20(5), 621-627.
- Kokkranikal, J., & Morrison, A. (2002). Entrepreneurship and Sustainable Tourism: The Houseboats of Kerala. *Tourism and Hospitality Research*, 4(1), 7-20.
- Kuhlke, O., Kooyman, R., Schramme, A., & Poprawski, M. (2015). *Creating Cultural Capital: Cultural Entrepreneurship in Theory, Pedagogy and Practice*. Utrecht: Eburon Academic Publishers.
- Laraia, R. D. B. (1986). *Cultura: Um Conceito Antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Lawrence, T. B., & Phillips, N. (2002). Understanding Cultural Industries. *Journal of Management Inquiry*, 11(4), 430-441.
- London, M., & Morfopoulos, R. G. (2019). *Social Entrepreneurship: How to Start Successful Corporate Social Responsibility and Community-Based Initiatives for Advocacy and Change*. Abingdon: Routledge.
- Mãe Hilda: Mulher da Liberdade. (2012). *Povo de Axé*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=m8_n9uelucU&t=26s. Acesso em: 20/03/2020.
- Marins, S. R., & Davel, E. P. B. (2020). Empreendedorismo cultural e artístico: veredas da produção acadêmica. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 14(4), 115-140.
- Banks, M., Gill, R., & Taylor, S. (2014). Theorizing Cultural Work: Labour, Continuity and Change in the Cultural and Creative Industries. *European Journal of Communication*, 29(5), 646-646
- Mills, G. A. (2011). *Ilê Aiyê: Performing Afro-Brazilian Identity through Music*. Master's Thesis, University of Maryland. 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.

Moraes-Liu, C. (2019). *Ebony Godness: Queen of Ilê Aiyê*. (2019).

Neves, J. N. d. R., & Davel, E. P. B. (2021). Cultura, Territorialidade e Empreendedorismo: Balanço e Proposições para Pesquisas Futuras. *Anais do XVII ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (GT3 - Culturas e Desenvoltimentos)*. Salvador, Universidade Federal da Bahia, 27 a 30 de julho.

O Carnaval na Sala de Aula - Ocupação Ilê Aiyê. (2018). *Itaú Cultural*. Disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=usJhzWIdVaI&list=PLaV4cVMp_ody7R1lKgUG77AOpuXtd8MBv&index=6. Acesso em: 30/01/2020.

O Resgate da Ancestralidade e o Futuro – Ocupação Ilê Aiyê. (2018). *Itaú Cultural*. Disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=l2PLhH1h0s4&list=PLaV4cVMp_ody7R1lKgUG77AOpuXtd8MBv&index=9. Acesso em: 30/01/2020.

O Samba Afro do Ilê - Ocupação Ilê Aiyê. (2018). *Itaú Cultural*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=xZIYu5HL8bE&list=PLaV4cVMp_ody7R1lKgUG77AOpuXtd8MBv&index=14. Acesso em: 30/01/2020.

Oliveira, S.V. (2016). *Ara-ì Tan: A Dança de uma Rainha, de um Carnaval, de uma Mulher*. Dissertação de Mestrado, Salvador: Universidade Federal da Bahia.

Pearson, C. A. L., & Helms, K. (2013). Indigenous Social Entrepreneurship: The Gumatj Clan Enterprise in East Arnhem Land. *The Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 43-70.

Peredo, A., & Chrisman, J. (2006). Toward a Theory of Community-Based Enterprise. *The Academy of Management Review*, 31(2), 309-328.

Que Bloco Esse. (2012). Petrobras. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=w6yayr0WHA4&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=8>. Acesso em: 13/03/2020.

Que Bloco Esse. (2019). Lourdes Fernandes. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IrkuTkvy2TA&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=5>. Acesso em: 13/03/2020.

Queiroz, M., Pinho, V., & Carneiro, S. (2014). O Desafio do Empreendedorismo Local: Uma Perspectiva Cultural e Familiar em Narrativas. *Revista Expressão Católica*, 3(1), 1-20.

Quem é Mãe Hilda Jitolú- Ocupação Ilê Aiyê.(2018). *Itaú Cultural*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=keyeaagUGis&list=PLaV4cVMp_ody7R1lKgUG77AOpuXtd8MBv&index=5. Acesso em: 30/01/2020.

Quem é que Sobe a Ladeira do Curuzu – Ocupação Ilê Aiyê. (2018). *Itaú Cultural*. Disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=uInmOTyhYU&list=PLaV4cVMp_ody7R1lKgUG77AOpuXtd8MBv&index=8. Acesso em: 30/01/2020.

Ritual de Saída do Ilê Aiyê. (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. (2018). Portal Ibahia. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cKWLL9t60ZQ&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=2>. Acesso em: 22/03/2020.

Santos, F. P., & Davel, E. (2018). Gestão de Equipamentos Culturais com Base na Identidade Territorial. *Revista Gestão & Conexões*, 7(2), 1-18.

Saquet, M. A., & Briskievicz, M. (2009). Territorialidade e Identidade: Um Patrimônio no Desenvolvimento Territorial. *Caderno Prudentino de Geografia*, 1(31), 3-16.

Schiray, D. M., Carvalho, C. C., & Afonso, R. (2017). Creative Economy as a Social Technology Approach: A Case Study in Favela da Mangueira, Rio de Janeiro, Brazil, *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 30(4), 508-528.

Ser Negro - Ocupação Ilê Aiyê. (2018). Itaú Cultural. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=15lo2usmpKk&list=PLaV4cVMp_ody7R1lKgUG77AOpuXtd8MBv&index=16. Acesso em 30/01/2020.

Silva, C. A. (2016). Os Belos, o Trânsito e a Fronteira: Um Estudo Sócio-Antropológico sobre o Discurso Autoreferente do Ilê Aiyê. *Salvador: Pinaúna*.

Steyaert, C., & Katz, J. (2004). Reclaiming the Space of Entrepreneurship in Society: Geographical, Discursive and Social Dimensions. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(3), 179-196.

Swidler, A. (1986). Culture in Action: Symbols and Strategies. *American Sociological Review*, 51(2), 273-286.

Throsby, D. (2001). Economics and Culture. *Cambridge: Cambridge University Press*.

Tradicional saída do Ilê Aiyê leva Multidão à Loucura no Curuzu. (2020). *Governo da Bahia*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=MJ1u_1vnbms&list=PL-eX3beH42W9W0Mk3q3jjH3y4aIGfu8ZO&index=16. Acesso em: 13/03/2020.

Tuan, Y. F. (2013). *Espaço e lugar: A Perspectiva da Experiência*. Londrina: EDUEL.

Vovô do Ilê - Ocupação Ilê Aiyê. (2018). Itaú Cultural. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=GZCgHarCcIs&list=PLaV4cVMp_ody7R1lKgUG77AOpuXtd8MBv&index=12. Acesso em: 30/01/2020.

Woodward, I. (2007). *Understanding Material Culture*. London: Sage Publications.