

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
INSTITUTO DE FILOSOFIA, ARTES E CULTURA (IFAC)  
DEPARTAMENTO DE ARTES CÊNICAS (DEART)  
BACHARELADO EM ARTES CÊNICAS**

**GABRIELLA DE OLIVEIRA SEABRA**

**EMPREENDEDORISMO DAS MULHERES NAS ARTES:  
UMA QUESTÃO EM ABERTO**

**Ouro Preto  
2020**

**Gabriella de Oliveira Seabra**

**Empreendedorismo das Mulheres nas Artes**

**Uma questão em aberto**

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Artes Cênicas no Instituto de Filosofia, Arte e Cultura da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Artes Cênicas.

Professor orientador: Prof. Dr. Paulo Marcos  
Cardoso Maciel



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
REITORIA  
INSTITUTO DE FILOSOFIA ARTES E CULTURA  
DEPARTAMENTO DE ARTES

**FOLHA DE APROVAÇÃO****Gabriella de Oliveira Seabra**

O Empreendedorismo das Mulheres nas Artes – Uma Questão em Aberto

Membros da banca

Pr. Dr. Paulo Marcos Cardoso Maciel - Universidade Federal de Ouro Preto  
Pr. Dr. Clóvis Domingos dos Santos - Universidade Federal de Ouro Preto  
Pra. Dra. Nina Caetano (Elvina Maria Caetano Pereira) - Universidade Federal de Ouro Preto

Versão final  
Aprovado em 14 de Outubro de 2020

De acordo

Professor (a) Orientador (a) Paulo Marcos Cardoso Maciel



Documento assinado eletronicamente por **Paulo Marcos Cardoso Maciel, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 14/10/2020, às 12:37, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.ufop.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0092443** e o código CRC **5372FDF0**.

**Referência:** Caso responda este documento, indicar expressamente o Processo nº 23109.007764/2020-75

SEI nº 0092443

R. Diogo de Vasconcelos, 122, - Bairro Pilar Ouro Preto/MG, CEP 35400-000  
Telefone: 3135591731 - www.ufop.br

## SUMÁRIO

<b>Introdução.....</b>	<b>5</b>
<b>Empreendedorismo Artístico – Uma Relação Paradoxal?.....</b>	<b>10</b>
<b>Empreendedorismo das Mulheres das Artes .....</b>	<b>15</b>
<b>Considerações Finais.....</b>	<b>22</b>
<b>Referências bibliográficas.....</b>	<b>23</b>

## O Empreendedorismo das Mulheres nas Artes – Uma Questão em Aberto<sup>1</sup>

Gabriella de Oliveira Seabra<sup>2</sup>

### Resumo

O presente trabalho tem por objetivo pensar uma relação possível entre os discursos do empreendedorismo e da presença das mulheres no campo das artes partindo, para isso, de uma revisão crítica da bibliografia sobre o assunto. Trata-se de problematizar o termo comumente associado ao universo da administração e da gestão empresarial, do mundo corporativo e das políticas públicas, para perceber de que forma podemos dele nos apropriar para entendê-lo enquanto ferramenta de pensamento empresarial, apoiando-se nas teorias feministas como instrumento analítico na compreensão dos dilemas vivenciados pelas mulheres artistas ou artistas mulheres empreendedoras. Neste sentido, procuramos identificar e discutir algumas questões relacionadas à presença feminina no empreendedorismo, procurando, nesse percurso analítico, um ponto de confluência entre os dois termos no trabalho das artistas. Vale ressaltar a escassez do tema na bibliografia sobre as artes do ponto de vista da economia da cultura e/ou da produção cultural no Brasil, o que depende-se ser o espaço reduzido ocupado pelas mulheres, seja no âmbito teórico do empreendedorismo, seja em sua articulação com o trabalho no viés artístico.

**Palavras-chave:** empreendedorismo, feminismo, economia da cultura, economia criativa, empreendedorismo artístico.

### Abstract

The present work aims to think about a possible relationship between the discourses of entrepreneurship and feminism in the field of arts, starting with a critical review of the bibliography on the subject. It is a question of problematizing the term commonly associated with the universe of business administration and management, the corporate world and public policies, in order to understand how we can appropriate it as an analytical instrument in understanding the dilemmas experienced by women artists or enterprising women artists. In this sense, we seek to identify and discuss some issues related to the feminist presence in entrepreneurship, seeking, in this analytical path, a point of confluence between the two terms in the artists' work. It is worth highlighting the marginality of the theme in the bibliography on the arts from the point of view of cultural economics and / or cultural production in Brasil (), which highlights the reduced space occupied by women, both in the theoretical scope of entrepreneurship and in its articulation with the work in artistic area.

**Keywords:** entrepreneurship, feminism, cultural economy, creative economy, artistic entrepreneurship.

<sup>1</sup>O artigo resulta da minha pesquisa de Linguagem em Intepretação, como requisito para conclusão do curso de Artes Cênicas na Universidade Federal de Ouro Preto, sob orientação do Professor Doutor Paulo Marcos Cardoso Maciel.

<sup>2</sup>Graduanda do Bacharelado do Departamento de Artes Cênicas, da Universidade Federal de Ouro Preto.

## Introdução

O trabalho aqui elaborado tem como finalidade pensar o empreendedorismo no campo artístico do ponto de vista das teorias e práticas feministas, partindo, para tanto, da discussão mais ampla do conceito empregado em outras áreas de atuação, especialmente acerca do indivíduo empreendedor. A pesquisa bibliográfica mostrou que existem poucos estudos abordando o problema do ponto de vista feminista e, em especial, com enfoque nas artes. Desta forma, o estudo pretende contribuir para essa área de estudos levando-se em conta a especificidade do recorte aqui proposto.

Uma das questões investigadas no presente estudo diz respeito a escassa bibliografia disponível relacionando às mulheres, ao empreendedorismo e às artes cênicas. Qual a relação entre os três universos identificados? De que forma a presença feminina redefine o sentido do conceito empregado historicamente em torno do homem como sujeito empreendedor? Qual o espaço reservado às artes no âmbito da discussão do empreendedorismo? O trabalhar artístico tem ligação com o ato de empreender? Qual a relação entre o empreendedorismo advindo da administração e o empreendedorismo desenvolvido nas artes? Tais questões são importantes para que possamos compreender a relação entre criação artística, feminismo e empreendedorismo.

A pesquisa bibliográfica partiu de um levantamento prévio de fontes nos repositórios de seis universidades com cursos de Artes, sendo elas: USP, UFMG, UFBA, UNICAMP, UNB e UFRJ<sup>1</sup>. O resultado alcançado pela busca mostrou que o debate sobre o empreendedorismo tem ocupado pouco espaço nas pesquisas e estudos universitários voltados às artes, se comparado, sobretudo, ao lugar estratégico e central do tema para a administração. Nos últimos tempos, despontou o chamado empreendedorismo cultural ou sociocultural que, quase sempre, deixou de lado a questão da participação feminina. Neste sentido, precisamos reforçar a ideia do empreendedorismo das mulheres nas artes para além da assertiva patriarcal, da aceitação das mulheres em virtude de sua diferença baseada em valores masculinos ou num “regime-estético-moral imposto”, como diz Marcia Tiburi, em *Feminismo Comum* (2018).

Sendo assim, vamos partir dos resultados teóricos alcançados pelo debate sobre o tema nas áreas administrativas, empresariais, sociológicas e artísticas, em correlação com os estudos sobre a teoria feminista e a participação das mulheres enquanto empreendedoras nas artes como um todo. O objetivo aqui é constituir uma perspectiva analítica sobre as mulheres

<sup>1</sup> A busca nos repositórios nos sites das universidades foi feita nos meses de Fevereiro e Março de 2020 pelas palavras-chave: Empreendedorismo: USP (809), UFMG (892), UFBA (99), UNICAMP (100), UNB (459), UFRJ (172); Feminismo: USP (287), UFMG (89), UFBA (224), UNICAMP (265), UNB (477), UFRJ (139); Economia da Cultura: USP (451), UFMG (32.751), UFBA (2.610), UNICAMP (97.280), UNB (4.203), UFRJ (11.833); Economia Criativa: USP (64), UFMG (13.835), UFBA (2.584), UNICAMP (5.342), UNB (1.427), UFRJ (2.813), Empreendedorismo artístico USP (4), UFMG (5066), UFBA (541), UNICAMP (5.342), UNB (13), UFRJ (697) e pesquisa por Empreendedorismo Feminino: USP (6), UFMG (10.211), UFBA (1.318), UNICAMP (3.323), UNB (184), UFRJ (759).

artistas, voltada para o conhecimento de espaços de legitimidade, representatividade e empoderamento por meio do ato de empreender. Portanto, percebe-se a presença das mulheres no empreendedorismo, o qual é relativo à ocupação de mais um espaço de trabalho, muitas vezes pontuados em objetos de pesquisa do empreendedorismo feminino, e há o pensamento feminista que fomenta a participação das mulheres em vários âmbitos de atuação/ocupação configurando-se não apenas em mais um capítulo na história do conceito e nem se resume a mais um conteúdo, ele fez e faz parte da luta das mulheres pelo direito ao trabalho, à cidadania e pelo reconhecimento da igualdade entre os gêneros nos diversos setores da vida econômica, social, política e cultural.

O contexto histórico do surgimento do termo empreendedorismo é difícil de datar e, neste sentido, tem sido pensado ou referido ao aparecimento de uma esfera mercantil autônoma no mundo moderno, conforme salientou Everton Verga, em *Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens* (2014), mesmo que não houvesse se desenvolvido o termo propriamente dito. Antes de o termo empreendedor assumir seu significado contemporâneo, conforme observou o autor, no século XII ele denominava “aquele que incentiva as brigas” (VERGA, 2014, p. 6). No século XVII, a pessoa que “tomava a responsabilidade e coordenava uma operação militar”. E no fim deste século e início do século XVIII o termo era utilizado para designar a pessoa que “criava e conduzia empreendimentos” (Ibidem).

Ainda de acordo com Verga (2014), encontramos três formas de abordagem do termo que, por sua vez, são entendidas como eras distintas de seu desenvolvimento histórico. A primeira Era, chamada de Econômica, ligada às ideias de risco e às incertezas dos empreendimentos; a segunda Era estaria ligada às ciências sociais, na qual os pesquisadores da área estavam interessados em entender os fatores que contribuíram para o desenvolvimento do empreendedorismo. Um dos fatores que passou a ser considerado relevante nos estudos foi o próprio indivíduo empreendedor que gerou, por outro lado, uma abertura para o estudo da personalidade ou do perfil daquele que empreende. E, por fim, a Era de Estudos de Gestão, que estaria intimamente conectada às mudanças políticas e sociais ligadas às novas organizações econômicas, trazendo para o campo do empreendedorismo um foco maior na compreensão do efeito empreendedor.

Seguindo a perspectiva do artigo *Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens* (2014), entende-se que o empreendedorismo ganhou espaço em momentos de instabilidade e crises no mercado de trabalho, assim, através do ato de empreender, o sistema trabalhista em vigência colocava suas fichas em trabalhadores empreendedores, esperando ser possível constituir novos modos de alavancar os negócios e continuar lucrando em meio às turbulências, como foi desenvolvido através das eras (Econômica 1870-1940, Ciências Sociais

1940 - 1970 e Gestão 1970 -), sendo a Econômica a responsável pela abertura dos estudos de noção de risco e incerteza enquanto impedimentos ao avanço do capital a segunda procurando entender o perfil do empreendedor, assim como os seus comportamentos e a terceira compreende que a evolução do empreendedorismo esteve em consonância com os movimentos da própria sociedade, como as duas revoluções industriais, o crescimento dos mercados e seus avanços tecnológicos, dentre outros eventos que marcaram sua história.

A discussão sobre o termo remonta ao surgimento e ao desenvolvimento do capitalismo nas sociedades centro-europeias e, posteriormente, norte-americanas, com foco no homem branco como sujeito dessa história de longa duração, pois, somente a partir dos anos 90 é que as mulheres foram, de fato, incorporadas ao debate. O primeiro projeto voltado para o empreendedorismo na perspectiva das mulheres foi articulado nos Estados Unidos e intitulado Diana Projet, mesmo que a discussão sobre o tema remonte ao início dos anos 70.

No âmbito geral, a questão da inovação tem sido um dos valores que fundamentam o termo empreendedorismo, conforme salientou Helmuth Strobel Neto, em *Empreendedorismo, o processo visionário: inovação e criatividade* (2003). De acordo com o autor, a inovação esteve presente em alguns momentos-chave da evolução da sociedade, sobretudo, quando houve uma reestruturação da economia e uma necessidade de mudança em função das oportunidades. Nesta direção, a inovação é vista por Strobel Neto (2003) como uma espécie de destruição criativa que impulsiona ou acompanha as mudanças vivenciadas pelo capitalismo ao longo do tempo. O empreendedor se torna o indivíduo criativo que encontra maneiras de permanecer no mercado perante as crises, assim, aprendendo, perante as adversidades, a cocriar, tornando-se um agente de mudanças. O que coloca este trabalho em caráter de observação crítica, pois o empreendedorismo tem suas características articuladas por um sistema opressor, reforça a individualidade e a competição o que, em se tratando da entrada e permanência das mulheres, é algo que se torna uma esfera exclusivista. Estamos falando de esferas empreendedoras femininas que envolvem distintas potências opressoras, de gênero, de orientação, de expressão e de raça, portando, se faz necessário entender, de forma crítica que o ambiente empresarial empreendedor se vale de uma natureza não igualitária.

O fenômeno empreendedorismo passou a ser conhecido ou explicado segundo a capacidade de cada sujeito em oferecer soluções para alavancar setores específicos do mercado de trabalho, constituindo, sobretudo, novas formas de pensamento para enfrentamento de antigos problemas, se colocando à frente de seus concorrentes, o que fomenta uma competição entre os trabalhadores. E se falarmos das mulheres, que até este momento não eram mencionadas, elas já estavam inseridas mesmo que às margens em trabalhos mal remunerados ou sem remuneração, trabalhos forçados e exploração de diversos tipos, a competição seria duplamente fomentada, pois a ideia da construção patriarcal é que

não exista um grupo de mulheres juntas para reivindicar nenhum espaço que seja nosso por direito, pois seria considerado motim, afinal, somos destituídas de intelectualidade e a selvageria é o que dita nossos atos, como as estruturas sociais nos designam.

Dentro dessa discussão, entende-se como ato empreendedor identificar mudanças vivenciadas nas formas de trabalho, segundo ressaltou Strubel Neto (2003). Além disso, o autor observou ainda a inovação enquanto uma resposta à instabilidade ocasionada pela abertura de novas empresas que alteram as relações entre capital e trabalho para além do emprego fixo como, por exemplo, as práticas da terceirização e do trabalho por projeto, bem como a substituição do trabalho em massa executado por mão de obra humana por máquinas e novas tecnologias, visto para, desta forma, se obter mais produção em larga escala, mais dinheiro para os patrões, e os operários com o implante da síndrome imposta por um sistema opressor, pensando em trabalhar mais por menos remuneração. Retomando a questão do empreendedor, este deve desenvolver aptidões e competências diversas relacionadas ao ato de empreender, entendendo que hoje o trabalho por projeto nas artes, juntamente com a perspectiva de editais, está em uma linha crescente.

Historicamente, o empreendedorismo esteve a serviço da salvação das empresas e dos empreendimentos comerciais e/ou industriais, ou alavancando seus produtos, de forma a direcionar à inovação no modo de trabalho, em função dos lucros e dos ganhos motivados pelos interesses do capitalismo em suas diferentes etapas de desenvolvimento. A preocupação motivacional esteve direcionada apenas ao lucro e não ao bem-estar de seus trabalhadores e, principalmente, ao fortalecimento do poder patriarcal dominante neste âmbito, propagando a imagem do homem enquanto figura central e exemplo para a sociedade.

Em seu texto *Um olhar sobre a transição da mulher do trabalho formal para o autônomo a partir de estímulos endógenos* (2017), Gisélia Ferreira observou que o desenvolvimento do empreendedorismo “feminino” difere do masculino, entendendo que no último caso, o processo foi marcadamente mais linear. Para as mulheres, ao contrário, teria sido mais sinuoso e caracterizado por recuos devido à opressão sofrida. Em muitos casos, o empreendedorismo feminino esteve relacionado ao reconhecimento do seu papel social e de seu próprio valor como sujeito de sua história de vida. Além de se contrapor a masculinização exigida ou atribuída às mulheres que assumem postos de chefia ou de liderança, reproduzindo, assim, o perfil patriarcal de boa gestão.

Assim como o empreendedorismo para as mulheres esbarra na dupla jornada de trabalho, pois, além do vínculo empregatício, em sua maioria assumem as tarefas de casa como, por exemplo, cuidar dos filhos e da casa, o que implica também no reconhecimento de culturas diversas de gestão (entre o privado e o público) e de competências particulares, se comparadas às competências dos homens. Por outro lado, tais obrigações domésticas e

familiares impulsionam muitas delas na direção do trabalho autônomo. Outro incentivo ao trabalho autônomo ligado ao empreendedorismo feminino surge da maternidade que, em vez de obstáculo para a continuidade de suas carreiras, se torna um elemento de superação. Neste sentido, elas precisam encontrar novas estratégias de trabalho que lhes permitam fazer frente às dificuldades criadas para garantia de um emprego fixo e estável, assim, a migração para os trabalhos autônomos aparece como uma solução para a falta de empatia e despreparo dos ambientes de trabalho para as mulheres.

É preciso considerar que o trabalho individual das mulheres lhes permite uma margem maior de independência dos cônjuges ou parceiros com os quais elas vivem. Portanto, apesar do empreendedorismo remeter ao sistema capitalista, ao poder patriarcal e às suas formas renovadas de opressão, parece começar a abrir espaço para uma discussão pelas vias feministas em torno da luta pelos direitos trabalhistas e civis das mulheres. Elas, por sua vez, encontram no trabalho um espaço para o fortalecimento do processo de empoderamento social, na medida em que este espaço pode se constituir como um local para reconhecimento do seu valor.

Adentrando, em um primeiro momento, a perspectiva sobre empreendedorismo artístico, veremos como se desenvolveu o empreendedorismo dentro desta área, ainda não voltado para o olhar feminista, mas já entendendo que há um espaço visível destinado ao empreendedorismo cultural e o sociocultural. Portanto, o olhar será focado em desvendar como o empreendedorismo se desenrola no âmbito artístico trazendo, para o debate proposto, questões que permeiam o universo das indústrias criativas e da economia da cultura, enquanto fatores determinantes da reflexão desta área de atuação. Partindo deste universo empreendedor, voltamos à compreensão do lugar reservado ou ocupado pelos artistas nessa reflexão mais ampla e de que modo são vistos enquanto criadores e, ao mesmo tempo, difusores do seu próprio produto.

No segundo momento, em que falaremos do empreendedorismo sob a perspectiva das mulheres, veremos a questão a partir do universo das artistas enquanto criadoras e gestoras do seu trabalho, sobretudo na sua relação com o chamado empreendedorismo sociocultural, em torno de alguns grupos informados pela bibliografia consultada. Para tanto, vamos abordar sinteticamente o(s) conceito(s) provindos do feminismo e das suas fases, de acordo com o nosso interesse em compreender seu diálogo crítico e criativo com o termo central, procurando desvendar, assim, os possíveis elos (ou não) entre empreendedorismo, feminismo e arte.

## **Empreendedorismo Artístico – Uma Relação Paradoxal?**

Pensar o empreendedorismo artístico consiste em perceber de que maneira a criação ou produção artística se articula com os demais campos da vida e do trabalho, de que forma se concebeu ou se concebe a arte e seu lugar no mundo, partindo das condições materiais que informam as escolhas. Geralmente, os discursos sobre a arte e/ou os artistas deixam de fora as condições de produção de seus trabalhos, objetos, instalações, performances, ações, como se existissem ou surgissem apenas de uma fonte criadora, o artista, entendendo que a extensão disto não é generalizada, pois existe uma renovação deste pensamento trazendo um olhar de criação a partir dos objetos e materiais. Neste artigo, no entanto, a discussão pontual se dá por meio da vivência artística que permeia o criador e sua forma de se interpor neste mercado cultural/artístico.

O universo das artes e das artes cênicas, é bem mais amplo e marcado por um caráter multifacetado conforme as linguagens, os projetos de criação e as formas de relação dos artistas, coletivos e empresas, com o mercado cultural propagando-se muitas vezes como do entretenimento ou da diversão, por exemplo, como muitas vezes acontece. Não estamos pensando aqui nos musicais mais recentes e nem em produtos com seu formato global de produção incluindo, às vezes, não apenas a venda de direitos autorais dos espetáculos importados (Rei Leão, por exemplo), em que, os produtores nacionais acabam escolhendo também importar os profissionais, artistas e técnicos.

Não iremos focar nas trajetórias, que poderíamos classificar de empreendedoras, das atrizes-empresárias que, em sua época, lideraram suas companhias, mas é interessante citá-las, sejam as de feição mais tradicional, como é o caso de Sarah Bernhardt, ou as modernas, como no caso de Eva Todor, Maria Della Costa, Cacilda Becker<sup>4</sup>, assim como as iniciativas mais recentes, por exemplo, de Andrea Beltrão, dentre outras personalidades de destaque das artes cênicas que poderíamos incorporar à reflexão proposta aqui, da relação entre empreendedorismo, feminismo e artes cênicas. E tudo isso em parte, pelo simples fato de que, nem sempre, tais personalidades são vistas dessa perspectiva e também porque esse caminho nos levaria numa outra direção e nos afastaria de uma visão mais panorâmica e geral do problema proposta nesta parte para, num segundo momento, especificar melhor a perspectiva de alguns grupos teatrais liderados ou formados por mulheres<sup>2</sup>.

Tais questões relacionadas ao empreendedorismo feminino nas artes cênicas passam, aqui, pela compreensão das maneiras e modos de como o empreendedorismo artístico vem se

<sup>2</sup> 4 Maiores detalhes sobre a relação entre as atrizes-empresárias e o feminismo ver: PONTES, Heloísa. **Intérpretes da metrópole. História social e relações de gênero no teatro e no campo intelectual.** 1940-1968. Tese de licenciatura apresentada ao Departamento de Antropologia da Unicamp, São Paulo, 2008. PONTES, Heloísa. **A burla do gênero: Cacilda Becker, a Mary Stuart de Pirassununga.** Tempo Social - Revista de Sociologia da Usp, vol. 16, n.º 1, 2004, p. 231-262. PONTES, Heloísa. **Cidades, cultura e gênero.** Tempo Social - Revista de Sociologia da USP, v. 28, n. 1, 2014.

constituindo em torno dos agentes e de outros elementos como, por exemplo, economia da cultura, indústria criativa e mercado de arte, algumas das noções que ajudam na elucidação do nosso problema. Lembrando que as mulheres são o tema principal do viés empreendedor aqui investigado. Elas tiveram e têm que enfrentar, como artista, não apenas a incerteza do setor, mas também uma história de longa duração de exclusão e privação de sua vida pública, de seu valor no trabalho e de seu reconhecimento como possível criadora/empreendedora/proponente.

Conforme observamos na introdução, existem poucos estudos sobre empreendedorismo artístico. Geralmente, o tema é tratado no contexto da produção cultural como um todo. Para tratar da questão das mulheres neste debate, partiremos de uma revisão crítica do termo empregado pela literatura especializada procurando, neste percurso, circunscrever a área do empreendedorismo artístico e, mais especificamente, o lugar nele ocupado pelo feminismo.

*Empreendedorismo Cultural: A Gestão de Projetos Culturais Como Empreendedorismo* (2009), Luciana de Paula caracterizou o universo do empreendedorismo cultural partindo da noção de “mercado cultura líquido”, no qual os participantes ativos precisam estar a par do movimento contínuo desse tipo de mercado estudando o perfil do seu público e de suas tendências, a fim de obter sucesso em seu empreendimento, elemento considerado uma das premissas do empreendedorismo. O termo empreendedorismo cultural teria surgido da junção de dois elementos: O empreendedorismo e o empreendedorismo social, pois, além do gerenciamento de empresas culturais (significado dado por sites digitais como Wikipédia para assinalar o que é empreendedorismo cultural), há uma fusão entre as necessidades vinculadas à cultura e à sociedade como um todo (empreendedorismo social). Dessa maneira, o empreendedorismo está ancorado em alguma missão social. Assim, além de agregar valor ao projeto proposto também visa o impacto social da atividade.

Assim sendo, os projetos culturais vinculados a causas sociais têm relação direta com os patrocínios e as leis de incentivo, revelando o caráter sociocultural do âmbito artístico-empendedor e também das propositivas de contrapartida sociais dos próprios patrocinadores. Assim, a produção artística passa a ser concebida de uma perspectiva sociocultural sem uma distinção explícita a partir de seu campo próprio, de seu singular saber-fazer empreendedorismo.

Todo o empreendimento que possa surgir nas empresas que atuam com o campo artístico incide, em geral, na motivação individual dos sujeitos envolvidos, já que são eles os responsáveis pela produção. Por conseguinte, as situações inéditas do mercado têm levado ao surgimento de novos perfis profissionais relacionados ao setor cultural e criativo colocando o artista criador como sujeito empreendedor criativo, dinâmico e independente. Mas, apesar do artista estar se tornando um microempresário cultural, o círculo de pessoas envolvidas na

produção criativa excede o universo requerido das habilidades artísticas, pois, além delas, compreende o saber-fazer vinculado ao seu novo papel como gestor e comerciante do produto criado. Inclusive, pensando na esfera do campo cênico, muitos artistas não trabalham com produtoras, sendo mesmos responsáveis por organizar e administrar a parte de produção. Dito isto, a integração dos grupos em organizações coletivas e colaborativas tem surtido o efeito de auto-produção, desenvolvendo este conhecimento na área por meio do ato pontual de produzir algum projeto e/ou proposta artística.

Esse fato revela uma mudança considerável na relação do artista com o mercado mediado, anteriormente, por vínculos distintos daqueles definidos hoje pelo mercado de arte como, por exemplo, o patrocínio nobiliárquico ou real, afinal de contas, entram em cena marchands, diretores de galerias e museus, curadores de artes, colecionadores, os quais se tornaram os mediadores que terão impacto na circulação e no valor das obras colocadas no mercado de arte.

No artigo *Empreendedorismo Cultural: cultura como discurso, criação e consumo simbólico* (2016), entende-se que a cultura é algo inseparável do processo de criação empreendedora, pois é por meio dos significados sociais e culturais que as pessoas definem, inclusive, os valores associados ao empreendedorismo pelo mercado, sendo assim, funcionam como elementos de mediação entre as pessoas, as coisas, os objetos e ou produtos que, muitas vezes, se tornam parte de uma agenda mais ampla vinculada à questão da identidade individual e ou coletiva (DAVEL; JUNDURIAN, 2016, p. 379).

Do ponto de vista de Tânia Maria Vidigal Limeira (2008), o empreendedorismo cultural é pensado como uma espécie de recurso que, mesmo ligado ao universo do consumo, não se limitaria ao ganho financeiro, pois, o enfoque sobre o retorno à sociedade se torna eixo articulador do discurso neste âmbito específico. Neste sentido, a noção de retorno social empreendedor em contato direto com o contexto de um empreendimento que é criado, assim como o contexto vivido da pessoa que o cria, neste caso, o ato de empreender aparece conectado com determinadas questões sociais e o empreendedorismo aparece para auxiliar e gerar visibilidade para movimentos sociais com temas que vão desde a criminalidade até a discussão acerca do racismo.

O conceito de empreendedorismo cultural apareceu na década de 80 na reflexão de Paul Dimaggio que, em seu artigo *Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston. Media, Culture, and Society* (1982), o diferenciou em três segmentos ou perfis particulares do setor econômico: As organizações empresariais com a finalidade de lucro que dependem da assiduidade do público para garantir uma boa bilheteria com seus espetáculos e produções; as organizações sem fins lucrativos que se mantêm devido às doações de empresas privadas e subsídios estatais; e, por último, os grupos pequenos de artistas que se mobilizam para realizar

alguma produção ou espetáculo se organizando, em geral, de maneira voluntária e temporária, em condições até precárias e sem remuneração certa para os integrantes. Iremos retomar o problema do empreendedorismo das mulheres nas artes partindo das mulheres inseridas neste último universo mais adiante.

Por outro lado, as dimensões empreendedoras do campo cultural foram demarcadas de acordo com o modelo de gestão ou de produto adotado pelas organizações ou agentes envolvidos, conforme Bilton (2007): o primeiro consiste na autogestão, na qual a autonomia ganha espaço entre os artistas e as relações se integram em rede. O segundo compreende a ideia da ramificação do processo criativo e a geração de valor da cadeia criativa, isto é, o núcleo de ação se desenvolve por meio de microempresas e uma rede plural de profissionais que atuam nas áreas de criação, produção e distribuição. O terceiro se coaduna com a dualidade do produto cultural, fonte de valor econômico, simbólico e estético, logo, sua entrada no mercado seria diferente dos demais produtos, pelos fatores da demanda financeira de colocá-lo no mercado e a sua potência intrínseca ligada à sua criação, carregado da identidade de quem o fez.

Outro enfoque dado à discussão sobre cultura e empreendedorismo se baseia na concepção de indústrias criativas que, conforme pensou Vidigal Limeira (2008), estariam diretamente relacionadas às artes, sobretudo, a partir da ideia de criatividade, bastante mencionada na sua reflexão que se dá pelos meios de trabalho: artes visuais, música, artesanato, pintura, em que a arte se configura enquanto área de potência criativa. Tais interfaces compreendem as novas tecnologias audiovisuais cujo intercâmbio com as artes ditas tradicionais, segundo argumentou, derrubariam as barreiras intelectuais e simbólicas que possam existir (VIDIGAL LIMEIRA, 2008, p. 4).

Partindo do princípio das indústrias criativas, Limeira classificou os profissionais da cultura em três segmentos intelectuais: O primeiro deles é o da criação e os responsáveis por ele são os artistas e cientistas, atuando enquanto investigadores e pesquisadores, afinal de contas, ela seria a atividade básica de que precisam para realizar suas obras. O segundo abrange os profissionais que difundem a produção, esses são os professores e profissionais da comunicação considerados intermediários culturais, pois fazem a mediação entre a criação e a organização do empreendimento. O terceiro grupo seria formado pelos chamados organizadores da cultura acrescidos de três especificações: administradores culturais, aqueles que procuram meios de viabilizar os projetos; agentes culturais, aqueles que trabalham nas áreas de difusão junto ao público; por fim, os mediadores culturais, que fazem a aproximação de grupos ou indivíduos com as obras culturais. Desta forma, os profissionais da cultura são distinguidos de acordo com a função de mediadores, gestores e produtores, do campo cultural.

Podemos perceber, pelos estudos discutidos anteriormente, a existência de alguns

elementos em comum quando se trata de caracterizar o empreendedorismo artístico do ponto de vista cultural. Um dos aspectos recorrentes é o diferencial do produto criado pelo artista que, segundo argumentam, não pode ser equiparado a um produto qualquer devido as suas especificidades simbólicas e/ou estéticas que, de certa maneira, informam a propriedade intelectual do artista. Outro aspecto importante abrange a ideia de criatividade enquanto capacidade ou competência atrelada ao empreendedorismo.

Portanto, o reconhecimento e a difusão do trabalho artístico por meio do empreendedorismo cultural, segundo Tânia Maria Vidigal Limeira (2008), não visaria apenas o lucro como resultado do trabalho realizado ao priorizar a dimensão imaterial ou subjetiva da produção, entendendo que, muitas vezes, o seu produto está conectado diretamente com seus anseios e causas pessoais, por outro lado, ele agregaria uma contrapartida social que pode ser vista em empreendimentos culturais, trazendo um conceito de cultura derivado da sociologia para fortalecer às premissas empreendedoras.

Porém, não podemos esquecer dos aspectos problemáticos da economia da cultura (BENHAMOU, 2007) como, por exemplo, a dupla jornada que muitas (os) artistas enfrentam para suprir a demanda financeira de suas vidas e criar condições para continuar produzindo arte, especialmente, se considerarmos as singularidades deste tipo de mercado flutuante, incerto e mutante. Diante de tais obstáculos, muitas (os) artistas acabam procurando um emprego formal, numa área melhor remunerada e, em alguns casos, passam a exercer a atividade artística de forma irregular e temporária. No caso das mulheres, a essa dupla jornada ainda se soma o cuidado com a casa e com a família. Portanto, é importante frisar que, para as mulheres, a carreira artística tem um grau diferente de desenvolvimento.

Uma vez delimitado o terreno da reflexão acerca do empreendedorismo artístico e de que forma ele tem sido pensado hoje, voltamos nossa atenção para a inserção das mulheres neste debate mais amplo. Trata-se de investigar de que modo a bibliografia compreendeu a articulação entre os dois universos, ou agendas: O do empreendedorismo e o das questões culturais e sociais atreladas à causa feminista, pois, se acredita que seus empreendimentos carregam consigo uma força simbólica e significativa devido à valorização de seu papel como sujeito da ação criadora, na qual as duas realidades não se separam e, reunidas, vêm contribuindo criticamente para permanecimento ativo das mulheres artistas nas esferas trabalhistas em função também das novas percepções de pertencimento e de realização pessoal de cada uma.

A princípio não se vê a relação imediata entre empreendedorismo e feminismo e muito menos esta relação nas artes. A palavra feminismo, que nos servirá como alicerce nessa discussão, foi usada pela primeira vez em 1675 e o termo feminista em 1629, conforme definição do dicionário da língua inglesa Oxford (Oxford University Press).

Ambos os termos foram cunhados para descrever as mulheres que gostavam muito de samba e de usar casacos de pele, além do costume de tomar café depois das 18 horas. Por outro lado, sua aparição no século XIX remete à Rainha Vitória (1809-1901) que, a partir de seu emprego, especulava sobre os direitos das mulheres consideradas pessoas imorais e malucas. A construção estrutural em volta do significado abarca o tom pejorativo e discriminatório que persiste até hoje e, neste sentido, objetivando a retirada da legitimidade ao movimento e à sua agenda que, conforme veremos a seguir, foi sendo alterada ao longo de sua história.

O movimento, além de lutar pelo direito das mulheres ao voto, ao trabalho, dentre outros já conquistados, precisava e ainda precisa defender sua legitimidade diante do patriarcalismo e do conservadorismo. Falamos em movimento para assinalar a forma pela qual, historicamente, as mulheres organizadas definiram dinamicamente, em suas lutas, textos de manifestos, o que se entende por teorias e práticas feministas e seu papel diante do mundo. Para entendermos de que forma os feminismos se atualizaram ao longo do tempo, adota-se a divisão em três ondas e uma possível construção da quarta com o cuidado de salientar, neste percurso, as discontinuidades e as continuidades do processo.

O movimento, então, se divide em três ondas e uma abertura em construção para a quarta (FRANCHINI, 2017). A primeira teria sido marcada principalmente pela luta pelo direito ao voto das mulheres e as energias canalizadas foram para esta reivindicação, sendo esta ligada ao movimento das mulheres europeias e americanas. A segunda caracterizou-se pela ampliação do espectro da luta feminista partindo do entendimento histórico e estrutural da opressão sofrida pelas mulheres e, nesta direção, procurou-se pautar pela especificidade da condição da mulher em torno das discussões sobre sexualidade e os direitos relacionados à reprodução sexual. Elas entenderam que a base da opressão seria o sexo biológico. Então, os assuntos prostituição e pornografia se tornaram centrais para a discussão, pois entendiam ambos como uma forma de opressão direta.

Na segunda onda, a visão acerca do poder masculino estava imbricada no problema do casamento e da maternidade, do estupro e da violência sexual em que estes eram justificados pela intenção dominativa e afirmação de um poder sobre a outra pessoa. Por outro lado, surge a ideia da coletividade baseada numa espécie de irmandade entre as mulheres como potência de luta. Essa abertura, dentro da segunda onda, possibilitou os questionamentos dentro do campo das ciências, em que há a abertura do espaço para se questionar as epistemologias

passadas visando um olhar crítico acima de uma gama de materiais compostos pela visão neutra/universal que em se coloca o olhar masculino. Autoras como Patricia Collins e Dorothy Smith defendiam que a ciência social feminista deveria partir do olhar de uma mulher e de suas vivências, pois a maioria dos materiais filosóficos e metodologias foram escritos por homens, e que era necessário que se começasse a escrever sobre o ponto de vista das mulheres, suas vivências e suas questões. (FRANCHINI, 2017).

A terceira vertente, nos anos 90, aprofundou a reflexão sobre os temas que estiveram presentes na agenda da segunda onda, assim, trouxe para o debate o fato de que o olhar masculino objetivava as mulheres segundo os termos patriarcais. Esta onda pós-estruturalista apareceu num momento em que a América Latina estava saindo das ditaduras, momento de expansão do hiperconsumismo e da internet. Nesta vertente, as mulheres começaram a tratar da questão da interseccionalidade, sendo esta caracterizada pelos diversos preconceitos e opressões que se inter-relacionam fazendo um cruzamento de várias formas discriminatórias, conforme teria sido enunciada a palavra por Kimberlé Creenshaw. O movimento punk contribuiu para esse desvio feminista com o termo *riot girl*, ou seja, garota rebelde, em tradução livre. Aquela que agregava ao movimento a tomada de posições firmes acerca dos direitos das mulheres entendendo, como tal, o universo que abarca a palavra mulher. Desta maneira, as mulheres resignificavam alguns termos ofensivos do vocabulário patriarcal e, ao mesmo tempo, com esse gesto, afirmavam o direito à liberdade e à dignidade de cada mulher. Ainda nesta vertente, os significados fixos, símbolos ou instituições não são mais creditados, saindo de pensamentos categóricos, tanto que, no que tange ao gênero e às categorias biológicas, os pensamentos revistos, pois também seriam construções sociais deslocadas por um olhar masculino. (FRANCHINI, 2017).

Historicamente, o empreendedorismo tem sido identificado com o poder patriarcal através da separação entre o mundo dos negócios e o mundo doméstico, pontuando a diferença sexual enquanto denominador de funções, cuja fronteira máxima possibilitada às mulheres era a sala de estar, como evidencia *Casa de Bonecas* (2007)<sup>3</sup>, de Henrik Ibsen. O feminismo se expandiu para além das paredes da casa reconhecendo que a palavra mulher abarca muito mais do que apenas o sexo biológico de cada uma, assim, observando que a construção do gênero remete à sua origem patriarcal.

De acordo com a distinção estabelecida, não poderíamos falar em empreendedorismo para descrever as conquistas das mulheres tendo em mente as duas primeiras ondas, mesmo existindo, conforme salientamos acima, alguns nexos entre os dois universos. Neste sentido, vamos dar destaque aos elos possíveis dos termos partindo do que informamos sobre as três ondas, sabendo que se encontra no desenvolvimento da segunda para a terceira onda alguns

---

<sup>3</sup> A peça foi escrita originalmente em 1879.

nexos para perceber um diálogo que abarca a luta pelos direitos mais amplos de todas as mulheres de acordo com uma pauta extensa: discriminação racial, expressão de gênero, revisão dos pensamentos sobre classe, orientação sexual e, sendo assim, ampliando o conceito de feminismo. Além disso, na possível construção da quarta onda, está sendo inclusa na agenda do movimento sua relação com as redes sociais, especialmente, enquanto espaço possível do ativismo digital.

O que fizemos foi reduzir a complexidade do movimento feminista em torno de pontos de pauta que, segundo a bibliografia analisada, se tornaram centrais e marcantes para a sua longa história (FRANCHINI, 2017). Podemos perceber como o movimento feminista tendeu, no seu percurso mais recente, para uma ampliação do universo das mulheres nele, representadas, conforme ressaltou Marcia Tiburi, em *Feminismo Comum* (2018). Ele precisa atingir as mulheres trans, negras e de todas as classes sociais, ampliando o espectro da luta e de sua abrangência como, por exemplo, incorporando a revisão dos termos patriarcais considerados pejorativos à agenda na terceira onda. (FRANCHINI, 2017).

Enquanto a segunda onda esteve voltada para o tema da opressão assentada numa visão biológica do sexo, para libertação dos estereótipos questionando, assim, os papéis sexuais definidos na sociedade sendo uma construção social, pois não existem papéis essenciais e ou biológicos prescritos na nossa natureza. Desta forma, a terceira onda privilegiou o tema da liberdade individual de cada mulher buscando, dessa maneira, fazer frente aos estereótipos, termos misóginos e depreciativos associados às mulheres para a ressignificação da palavra. Nesta perspectiva, ela pode ser vista como mais aberta se comparada ao universo social, cultural, econômico, racial e político das duas anteriores compreendendo a diversidade e a multiplicidade de sua existência. A partir da terceira onda é possível pensar no empreendedorismo das mulheres como uma fonte empoderadora e integradora de grupos sociais antes marginalizados sabendo, por exemplo, que o trabalho de algumas mulheres mais privilegiadas e brancas é por igualdade e o das mulheres negras, das mulheres pobres seja por menos exploração, melhor remuneração e condições mais dignas para elas e suas famílias e que o empreendedorismo para elas se dá de maneira diferenciada, assim entendendo o efeito da interseccionalidade em funcionamento.

O mercado empreendedor feminino se ampliou devido às posições firmes que as mulheres tiveram ao reclamar seu direito ao trabalho, conforme podemos comprovar acessando o Google, pois, por este buscador encontraremos algumas páginas de apoio e difusão dos trabalhos empreendedores feitos por mulheres no Brasil. O Portal Rede Mulheres Empreendedoras é um deles e promove eventos para reconhecer e também discutir o trabalho delas. Por outro lado, a presença das mulheres no mundo corporativo empresarial registra uma curva ascendente desde os anos 2000 no Brasil, segundo salientaram Fernando Antonio

Prado Gimenez, Jane Mendes Ferreira e Simone Cristina Ramos, em *Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e Formação de um Campo de Pesquisa* (2017), com base em dados colhidos para a pesquisa em sites de periódicos disponíveis na internet que revelaram o interesse das próprias mulheres no estudo e no trabalho empreendedor. É preciso lembrar que, no caso da atividade artística, a produção resultante do trabalho compreende a subjetividade criadora e, neste sentido, as histórias de vida das mulheres. A subjetividade que compreende também a realidade pessoal e de vivências de cada uma.

Um caso bem pontual em que podemos relacionar o trabalho empreendedor artístico das mulheres ocorreu com minha experiência junto a empresa júnior Multicultural. Durante três anos da graduação estive em uma empresa júnior do curso de Artes Cênicas na Universidade de Ouro Preto, a Multicultural Produções Artísticas, em Minas Gerais. Nesses três anos, integrei duas gestões presidenciais de mulheres e no terceiro ano fui efetivada como presidenta, em uma gestão composta por oito mulheres. Além dos diversos projetos relacionados ao capital de giro, trabalhos com festivais da cidade, fomento das artes dentro e fora da perspectiva universitária e auxílios aos eventos da universidade, consolidou-se uma ressonância que se propagava enquanto união organizacional e que se fundamentava também em uma conquista, pois a empresa passou por altos e baixos, os que acompanhou e os que ouviu sobre outros ex-membros. É possível acentuar a importância de uma abertura para o pensamento do produto cultural artístico e, principalmente, às realizações das mulheres neste campo. A empresa se vinculou recentemente (2019), nesta gestão presidida por mim, com uma equipe, destaque novamente, integralmente composta por mulheres, à Fejemg, rede esta que oferece suporte às demais empresas juniores de Minas Gerais, assim se consolidando enquanto a única empresa júnior de Artes Cênicas federada à Fejemg neste momento, 2020. Um grande passo no desenvolvimento da empresa, hoje com outra presidenta.

A premissa dentro do mercado empreendedor sociocultural busca oferecer uma contrapartida social para os trabalhos exercidos, o que não se mostra distinta na área artística, de acordo com a discussão de Stela Fischer,

em *Gênero e Resistência: Volume 2* (2019). Projetos voltados para o campo de empreendedorismo social costumam articular a atividade artística com a inserção das mulheres, especialmente, daquelas em situação de vulnerabilidade social. Como é o caso de O Projeto ++ Mulheres desenvolvida pela Ecos, organização não governamental de São Paulo, que visa promover oficinas artísticas como, por exemplo, expressão corporal, teatro, bordado e fotografia, além de palestras e rodas de discussão para o fortalecimento da autoestima das mulheres e debates sobre desigualdade de gênero. Este projeto é destinado às mulheres soropositivas, não necessariamente da área artística, de baixa renda e em situação de vulnerabilidade social, oferecendo também encaminhamento jurídico e psicológico.

Mesmo não estando voltado para a área artística, algumas das atividades desenvolvidas pelo projeto apresentam este viés e contribuem para o resgate das histórias de vida das mulheres atendidas. Por exemplo, nas aulas de bordado, elas são estimuladas a trabalharem em com suas memórias e juntamente com o compartilhamento de outras colegas, assim, o projeto promove um espaço-tempo coletivo ou grupal no qual o trabalho e a vida se encontram em torno do bordado de biografias. Espaço-tempo de reconciliação pela arte vista como parte do empreendedorismo social, pois, o material produzido nas aulas é vendido em bazares e a renda é revertida para a manutenção do projeto, como comenta Stela Fischer (BERTOTTI *et. al.* (org.), 2019, p. 236).

Por conseguinte, o trabalho artístico com as mulheres no processo criativo se entrelaça com a realidade vivenciada por elas. Outro exemplo de interação entre prática artística e empreendedorismo social presente no projeto diz respeito ao Dia Mundial de Combate à AIDS. Esse projeto promove a elaboração de uma dramaturgia incorporando a vivência das mulheres com a doença enquanto uma forma de resistência crítica aos preconceitos que historicamente marcaram a enfermidade. Procurando afirmar o empoderamento feminino via criação cênica ao dar visibilidade às suas narrativas de existência.

Projetos como esse, além da ressignificação da história pessoal de cada uma das mulheres, permitem com que as artistas envolvidas desenvolvam atividades vinculadas ao seu ativismo e ao seu trabalho compreendendo, com essa interseção, que os dois são interdependentes. Portanto, a criação artística e a ressignificação de si convergem na mesma direção que a experiência vivenciada entre feminismo e empreendedorismo social. Deste ponto de vista, o empreendedorismo sociocultural atrelado à preocupação política e social se apresenta enquanto possibilidade de ação junto às mulheres.

De acordo com Heloísa Buarque de Hollanda, em *Explosão Feminista* (2018), no Brasil

dos anos de 1970 as mulheres artistas ou artistas mulheres tinham medo em conectar sua profissão ao movimento definindo seu posicionamento enquanto feminista, provavelmente, essa decisão se devia aos preconceitos enraizados em torno do termo. Mesmo assim, assevera a pesquisadora, a opressão no âmbito da produção artística era parecida com a dos demais campos do trabalho e da vida. Neste sentido, devemos observar que o feminismo foi sempre marcado pelas múltiplas clivagens que o constituem, tais como as de profissão, raça, classe e escolaridade, por exemplo. Tal multiplicidade compreende também os diferentes olhares que, ao longo do tempo, foram disputados pelas distintas posições teóricas, poéticas e políticas no interior do movimento e, não seria por acaso, que hoje se fala, mais explicitadamente, artivismo (HOLLANDA, 2018, p. 78).

Desse ponto de vista, haveria a inserção da artista no mercado de trabalho juntamente ao seu posicionamento crítico, entendendo o mundo ordenado por marcadores patriarcais de gênero, raça, sexo e classe, por exemplo, logo, sua relação com o mercado de trabalho passa doravante pela sua história de vida. Não se trata mais, ou, tão somente, de garantir a igualdade salarial e as mesmas chances de carreira, mas, de demarcar sua diferença do modelo de sujeição patriarcal de sexo, de trabalho e de vida.

Nesse sentido, quando o empreendimento e a pessoa da artista se mostram entrelaçados na criação ou produção de um determinado fazer da obra ou do objeto, existe uma tentativa de ação que não se desvincula do espaço-tempo da ressonância feminista, sendo este caracterizado por dimensões poéticas e políticas da atuante e o empreendimento é a possibilidade de ação. Além da problematização de todo um mercado que abarca referenciais machistas e aspectos estruturais ligados ao sistema patriarcal-capitalista desde sua criação na Europa Moderna (XVI-XVIII), o espaço hoje ocupado pelas mulheres artistas ou atadoras (como algumas se colocam) se torna território do possível, isto é, de uma outra história ou forma de existência baseada na resistência à tirania do poder patriarcal difundido estruturalmente na sociedade.

Nesse contexto, de contestação do patriarcalismo pelo feminismo, temos uma tomada de consciência da arte produzida ou criada por mulheres como uma das formas da ação política cuja história, conforme procuramos mostrar até aqui, tangencia o debate sobre o empreendedorismo. Entretanto, na medida em que o conhecimento passa a incorporar a criatividade como um de seus elementos característicos e o artista como um modelo do sujeito empreendedor, devemos agir com cautela, pois, do contrário, não divisamos mais a diferença nos usos feitos das duas noções em distintos territórios da vida e do conhecimento.

O trabalho empreendedor artístico, exercido pelas mulheres, se liga ao empreendedorismo social em torno de projetos que visam atender às demandas específicas como, por exemplo, a precariedade de recursos e a vulnerabilidade vivenciada pelas mulheres

nas favelas e periferias das grandes cidades. Nesta direção, destacamos o trabalho empreendido por um grupo de teatro feminista de Recife chamado de Loucas da Pedra Lilás. Outros grupos identificados com o movimento feminista identificados são, conforme o artigo *Teatro Feminista no Brasil: Loucas da Pedra Lilás* (2008), de Lara Tatiane de Matos, mas, na maioria dos casos, segundo observou a autora, os grupos não se intitulam como de teatro feminista sendo os coletivos de trabalho formados somente por mulheres como, por exemplo, Cia Trapaça, Cia Sem Teias Teatro e As Mulheres da Graça (MATOS, 2008, p. 10-26).

Mesmo desenvolvendo um trabalho exclusivamente com mulheres, alguns dos grupos pesquisados afirmam que não se intitulam como feministas, em virtude do sentido equívoco da palavra na sociedade, evitando, assim, criar maior constrangimento ao público diverso envolvido em seus trabalhos e ações. O que não significa que a agenda feminista esteja de fora dos projetos artísticos e políticos dos grupos teatrais formados por mulheres, cujos temas principais, conforme aparecem identificados no estudo de Lara Tatiane (2008), girariam em torno da luta por direitos, amores, desejos e responsabilidades. Tendo como foco as próprias experiências enquanto um coletivo feminino de trabalho, o grupo As Loucas da Pedra Lilás tem se destacado dos demais por tratar, desde 1989, das inquietações e questões das mulheres na área artística entendendo o feminismo como um caminho crítico para reversão do patriarcalismo na arte.

As Loucas da Pedra Lilás, desde 1996, se tornou uma Organização Não Governamental (ONG) e, desde então, sua estrutura organizacional se divide de acordo com as funções ocupadas por cada uma no coletivo tendo, assim, uma coordenação geral, uma coordenação pedagógica e uma gerência administrativa. O grupo desenvolve uma interação criativa entre o núcleo fixo de trabalho, configurado pelas atrizes do grupo, e outro passageiro formado por outras mulheres e meninas convidadas para determinadas ações performáticas. Dessa forma, a convivências entre os dois núcleos de trabalho permite ampliar o raio de alcance das ações artísticas do coletivo voltadas à discussão da desigualdade de gênero vivenciada pelas mulheres em sua vida cotidiana.

Um aspecto importante dos grupos teatrais formados por mulheres diz respeito à forma mais horizontal de organização do trabalho e das atividades além do caráter social da empreitada ao incorporar as ações e as atividades desenvolvidas pelo coletivo às questões e às mulheres da região que, por vezes ainda, não tinham o contato com o teatro. Outra característica dos coletivos teatrais formados por mulheres que ressaltamos é o respeito às singularidades envolvidas no projeto artístico e político dos grupos estudados (MIRANDA; MATOS, 2008, p. 1029-1030). Dessa maneira, elas redefinem o valor do trabalho em comum ao abrir espaço para as vivências e experiências diversas que são, por fim, incorporadas aos produtos e às ações artísticas.

Tais práticas coletivas nos levam a pensar numa espécie de empreendedorismo marginal ou das margens que reivindica seu lugar na ordem mundial do capital e, ao mesmo tempo, afirma sua diferença em termos de seu cosmopolitismo local feminista, negro e pobre. Assim, a integração ao circuito, ao mundo e/ou ao mercado de bens culturais e artísticos (direito universal de acesso garantido pela Constituição Brasileira de 1988) passa pela crítica ao caráter competitivo branco, patriarcal, excludente e desigual, muitas vezes fomentado pelo discurso empreendedor. O termo empreendedorismo em sua versão pobre, preta e feminina se aproximaria mais das favelas, das comunidades e dos subúrbios das grandes cidades.

### **Considerações Finais**

O empreendedorismo na vida das mulheres aparece, a princípio, advindo das noções capitalistas e conseqüentemente patriarcais. O termo foi e está em constante ressignificação pelos agentes que, ao longo do tempo, se apropriam para falar de questões e realidades distintas. Assim, em vez de pensar o empreendedorismo de maneira ortodoxa em sintonia com um sentido - capitalista e patriarcal - , procuramos mostrar sinteticamente de que forma ele se modificou, especialmente a partir de seu diálogo crítico com o feminismo.

Nessa direção que, ao final da segunda parte do texto, chegamos à noção de um empreendedorismo marginal ou das margens, aproximando, em sentido contrário ao movimento de exclusão do capitalismo patriarcal, ao termo das minorias. O paradoxo permanece mesmo assim, entretanto, sua existência revela justamente a dificuldade de inserção das mulheres, das artes e do feminismo no seu universo de domínio. Temos poucos estudos voltados ao empreendedorismo artístico, conforme salientamos na primeira parte deste trabalho. Geralmente, o tema surge no contexto mais amplo do debate sobre economia da cultura, produção cultural e/ou economias criativas. Um debate importante porque revela a transformação da figura do artista em uma espécie de modelo do sujeito empreendedor (criativo) e da arte como um tipo de produto que agrega valor social. Menos ainda encontrei bibliografia sobre empreendedorismo feminino nas artes e, especialmente, nas artes cênicas.

Percalços de um caminho que surgiu do desejo de estudar e entender o empreendedorismo sem contar com um material mais consistente do tema na área artística. Desta forma, o primeiro choque, por assim dizer, foi perceber a relação direta entre empreendedorismo, capitalismo e patriarcalismo, desde a Europa Moderna. Então, precisava considerar que, para tratar de um dos termos, da maneira crítica descoberta pelas leituras feitas ao longo da pesquisa, precisaríamos entender melhor a sua relação com as mulheres, o movimento feminista e as artes.

Finalizo a trajetória reflexiva sem responder a todas as questões, mas, sabendo que o

importante são as questões e não tanto as respostas, que nos levam de volta ao começo daquela indagação, pois, as respostas são provisórias e nunca esgotam todas as suas possibilidades. Desta maneira, a relativa ausência de bibliografia (em português) sobre o tema escolhido acabou servindo de justificativa para este estudo antes que motivo para um abandono.

Acredito que, em parte, alguns dos motivos para esta lacuna bibliográfica, talvez seja o fato de o tema ser objeto recente de estudo e, sendo assim, outras áreas do conhecimento se adiantaram às artes formulando o seu contexto de entendimento a partir da produção cultural ou da sociologia da cultura e da arte. Mas, pode ser também que essa relativa falta expresse uma forma de resistência crítica no campo das artes, e quem sabe do feminismo, em embarcar num discurso identificado ao capitalismo tardio e ao neoliberalismo contemporâneo.

Prefiro sublinhar a ação dos sujeitos envolvidos e de que maneira, adotando a perspectiva marginal, chegaria ou não num outro empreendedorismo em função de seu redimensionamento em meio à discussão sobre o feminismo, dadas as dificuldades vivenciadas pelas mulheres de se apropriarem de um discurso já marcado por sua própria exclusão do mundo do trabalho.

Por outro lado, era preciso situar ainda melhor a minha questão, ou seja, estava interessada em compreender o campo particular das mulheres artistas ou artistas mulheres. Neste sentido, o empreendedorismo da mulher artista surge como uma abertura para o entendimento da sua força e sua capacidade de gerenciamento e sobrevivência até, pois, muitas delas começam algum negócio mesmo após várias negativas do mercado ou de órgãos de fomento. Desta forma, o artigo pode ser visto como uma chave de leitura possível dos termos em disputa e da disparidade existentes entre eles: empreendedorismo, mulheres e artes cênicas. Uma contribuição à questão que permanece em aberto.

## Referências Bibliográficas

BENHAMOU, Françoise. **A Economia da Cultura**. [S. l.]. Ateliê Editorial, 194 p., 2007.

BERTOTTI, Bárbara Mendonça; VIANA, Ana Cristina Avelar; KREUZ, Letícia Regina Camargo; CALEFFI, Renata; JURUENA, Cynthia Gruending (org.). **Gênero e Resistência**. Porto Alegre: Fi, v. 2, 2019.

DAVEL, Eduardo; CORA, Maria Amélia Jundurian. **Empreendedorismo cultural cultura como discurso, criação e consumo simbólico**, Pol. Cult. Rev, a. 2016, v. 9, n. 1, p. 363-397, 1 jul. 2020. Disponível em: <<http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/25467>>. Acesso em: 14 jul. 2020.

FRANCHINI, B. S. **O que são as ondas do feminismo?**. Revista QG Feminista, 2017. Disponível em: <<https://medium.com/qg-feminista/o-que-s%C3%A3o-as-ondas-do-feminismoeed092dae3a>>. Acesso em: 26 jul. 2020.

FERREIRA, Gisélia F.; BASTOS, Sérgio A. P.; D'ANGELO, Marcia J.. **A Look At Women's Transition From Formal Labor To Self-Employment Based On Endogenous Stimuli**. *Ram. Revista de Administração Mackenzie, [s.l.]*, v. 19, n. 2, p. 1-26, 16 abr. 2018. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1678-6971/eramg180086>>. Acesso em: 25 jul. 2020.

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado; FERREIRA, Jane Mendes; RAMOS, Simone Cristina. **Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e Formação de um Campo de Pesquisa**. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, REGEPE*, v. 6, n. 1, p. 40-74, 2017. Disponível em: <<https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/450>>. Acesso em: 13 ago. 2020.

HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org.). **Explosão Feminista: arte, cultura, política e universidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

IBSEN, Henrik. **Casa de bonecas**. Tradução: Maria Cristina Guimarães Cupenino. São Paulo: Veredas, 2007.

LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. **Empreendedor Cultural: Perfil e Formação Profissional**. IV ENECULT (Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, ano 2008, v. 1, n. 1, p. 1-15, 28 maio 2008. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14310.pdf>>. Acesso em: 23 jul. 2020.

MIRANDA, Professora Dra. Maria Brígida de; MATOS, Lara Tatiane de. **Teatro Feminista no Brasil: Loucas de Pedra Lilás**. *Teatro feminista no Brasil, Revista Udesc*, ano 2008, v. 3, n. 5/20.

Teatro Feminista, p. 1-14. DOI <https://doi.org/10.5965/18083129030520081021>. Disponível em: <[http://www1.udesc.br/arquivos/porta\\_antigo/Seminario18/18SIC/PDF/025\\_Maria\\_Brigida\\_de\\_Miranda.pdf](http://www1.udesc.br/arquivos/porta_antigo/Seminario18/18SIC/PDF/025_Maria_Brigida_de_Miranda.pdf)>. Acesso em: 11 ago. 2020.

PAULA, Luciana de. **Empreendedorismo Cultural: A Gestão de Projetos Culturais Como Empreendedorismo**. 24 p., 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Gescult) - Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos, Universidade de São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://celacc.eca.usp.br/sites/default/files/media/tcc/153-515-1-PB.pdf>>. Acesso em: 8 jul. 2020.

PONTES, Heloísa. **Intérpretes da metrópole: História social e relações de gênero no teatro e no campo intelectual, 1940-1968**. Tese de livre-docência apresentada ao Departamento de Antropologia da Unicamp, São Paulo, 2008.

PONTES, Heloísa. **A burla do gênero: Cacilda Becker, a Mary Stuart de Pirassununga**. *Tempo Social. Revista de Sociologia da Usp*, v. 16, n. 1, p. 231-262, 2004.

PONTES, Heloísa. **Cidades, cultura e gênero**. *Tempo Social, revista de sociologia da USP*, v. 28, n. 1, 2014.

PRESS, Oxford University. **Dicionário Oxford Escolar**. 3. ed. [S. l.]: Oxford, 773 p., 2018.

SANTOS, Eliane Dávila dos; HAUBRICH, Gislene Feiten. **Portal Rede de Mulheres Empreendedoras: empreendedorismo, cultura e imagens**. *Letras de Hoje: Estudos e debates em linguística, literatura e língua portuguesa, Novo Hamburgo*, v. 53, n. 3, p. 412-421, jun. 2018.

STROBEL NETO, Helmuth. **Empreendedorismo o Processo Visionário: inovação e criatividade**. 69 f. TCC (Graduação) - Curso de Economia, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

VERGA, Everton; SILVA, Luiz Fernando Soares da. **Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens: evolução histórica, definições e abordagens**. *Regepe - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, [s.l.]*, v. 3, n. 3, p. 03-30, 26 fev. 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v3i3.161>>. Acesso em: 20 de jul. 2020.

TIBURI, Marcia. **Feminismo Comum: feminismo para todas, todes e todos**. e. 4. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.