



Sensacional!

Empreendedorismo e o desenvolvimento do turismo na cidade de Tiradentes

Entrepreneurship and the development of tourism
in the city of Tiradentes

Anderson de Souza Sant'Anna¹

Reed Elliot Nelson²

Fátima Bayma de Oliveira³

Resumo

Este artigo resultou de programa de pesquisas destinado a investigar processos de reconversão de funções econômicas de cidades, no caso específico, de dinâmica orientada pelo turismo cultural e pela indústria criativa na cidade de Tiradentes (MG). Tendo como propósito central analisar dinâmicas dessa natureza, buscou-se, neste artigo, um recorte que priorizasse a análise de suas implicações sobre um grupo específico: os empreendedores, permitindo melhor compreender as relações que estabelecem entre si e com a comunidade em geral. Em termos metodológicos, a pesquisa que subsidiou os resultados pode ser caracterizada como um estudo de campo, do tipo Grounded Theory. De cunho etnográfico, o estudo envolveu análise documental, observação direta e realização de trinta entrevistas em profundidade com dirigentes de pousadas, restaurantes, ateliers, representantes de fundações, associações de artesãos, membros da igreja e políticos. Para o tratamento dos dados coletados, fez-se uso do software de tratamento qualitativo de dados N-vivo 8.0. Como resultado, foi

¹Doutor em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais, professor da Fundação Dom Cabral e do Programa de Pós-Graduação em Administração da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais., coordenador do Núcleo Vale de Desenvolvimento de Liderança, da Fundação Dom Cabral.

²Doutor em Comportamento Organizacional pela Cornell University, mestre em Administração pela Brigham Young University, especializando-se no Programa de Estudos da América Latina, graduado em Língua Portuguesa pela Brigham Young University, autor de diversos artigos publicados nos melhores jornais internacionais.

³Doutora em Educação, mestre em Administração, com especialização na França e na Bélgica, professora titular da Fundação Getulio Vargas nos cursos de doutorado, mestrado, especialização e graduação em Administração, ex-diretora do Ministério do Trabalho e Emprego.

possível a identificação de três categorias de empreendedores, considerando-se os diferentes habitus e capitais econômicos e simbólicos mobilizados: empreendedores tradicionais, empreendedores modernos e empreendedores pós-modernos.

Palavras-chave: empreendedorismo, empreendedorismo comunitário, empreendedorismo local, 'penturbia', reconversão de funções econômicas de cidades

Abstract

This paper stems from a research program aimed at investigating processes to reconvert the economic functions of cities, more specifically in this case, regarding dynamics guided by cultural tourism and by creative industry in the city of Tiradentes (MG). The core purpose of this paper is to analyze how its different social actors articulate themselves – or do not – into the reconversion dynamics of the economic functions of cities. Thus, it focuses on analyzing local entrepreneurs to gain a better understanding of the relations they establish among themselves and with the community in general. In methodological terms, the research that subsidized its results can be characterized as a Grounded Theory field study. In its ethnographic aspects, the study involved document analysis, direct observations and 30 in-depth interviews with senior management at inns, restaurants, ateliers, representatives of foundations, handicraft associations, members of the clergy and politicians. The N-vivo 8.0 qualitative data analysis software was used to treat the data acquired. By taking into account the different habitus and economic and symbolic capitals mobilized, it was then possible to identify three categories of entrepreneurs: traditional entrepreneurs, modern entrepreneurs and post-modern entrepreneurs.

Key words: entrepreneurship, communitarian entrepreneurship, local entrepreneurship, 'penturbia', re-qualifying the economic functions of cities.

1. Introdução

Em 1986, Jack Lessinger, então professor de Desenvolvimento Urbano da Universidade de Washington, nos Estados Unidos, escreveu o livro *Regions of opportunity*, em que previa uma *mudança paradigmática* na cultura e na economia norte-americanas, resultado do deslocamento de populações dos grandes centros urbanos para pequenas cidades rurais e, por conseguinte, significativas mudanças nos valores sociais e nos preços dos imóveis.

A obra seminal de Lessinger (1986) foi seguida por outras, mais recentes, que visam a aprimorar o argumento básico desse autor sobre a 'penturbia', que pode ser definida como o fenômeno de (re)descoberta de pequenas localidades, em especial dotadas de belezas na-

turais e/ou patrimônio histórico-cultural, com elevado potencial econômico, em particular para novos empreendimentos e iniciativas no campo do turismo, das artes, da cultura e do entretenimento (LESSINGER, 2008, 2003, 1991, 1987). Segundo ele, tal *mudança paradigmática*, fundamentar-se-ia, entre outros aspectos, na valorização da comunhão do homem com a natureza, com a arte, com a memória histórica, com o comunitarismo, o voluntarismo e a conservação de recursos naturais. As comunidades rurais, ao disporem de ambientes propícios a esses valores sociais, seriam, portanto, as mais prósperas da nova era.

A mistura de previsões futuristas com ideologias utópicas — ou mesmo otimistas — contempla um histórico marcado por ambiguidades, equívocos, mas também alguns acertos, como se evidencia pelo exame de trabalhos de autores como Toffler (1980), Reich (1991), Rifkin (1995) e mesmo Karl Marx (HICKS, 2004). Sem dúvida, o *opus* de Lessinger (1986), não escapará dos mesmos problemas, e as tendências por ele profetizadas ainda se encontram longe de se concretizar na economia norte-americana em geral. Pode ser por isso que os trabalhos desse autor têm tido pouco impacto em círculos acadêmicos, mesmo se apresentando influentes entre investidores, notadamente do setor imobiliário. Evidência disso é o reduzido número de referências ao autor no *Google Scholar* (72), das quais somente 21 relacionam-se com a noção de 'penturbia'. Em contraste, somente *blogs* direcionados a profissionais imobiliários, na província de British Columbia (Canadá), somam mais de 1.600 referências a esse conceito.

Por mais que se possa questionar, o modelo causal de Lessinger, sua capacidade de prever regiões de potencial de valorização, em seu livro, de 1986, o autor utilizou regressões múltiplas para atribuir notas às probabilidades de aumento dos valores de imóveis em cada uma das 3.073 comarcas dos Estados Unidos. O portfólio dos imóveis de localidades por ele classificadas como de "categoria A", se vendidos a valores de hoje, representaria expressiva valorização, comparativamente àquele envolvendo a "categoria D" de sua tipologia. Mais importante para as finalidades do trabalho em tela, no entanto, é o fato de que algumas comunidades rurais norte-americanas dotadas de beleza natural, conservação histórica ou rico patrimônio cultural experimentam uma *renascença*, aos moldes da 'penturbia' descrita por Lessinger (1986). No Brasil, algumas localidades, com feliz junção de recursos culturais, arquitetônicos e naturais têm também vivenciado valorização financeira e cultural, bem como alcançado *status* que sugerem um novo modelo de desenvolvimento econômico, senão social.

Lessinger (1986) não faz referência à natureza interna dessas *comunidades renovadas*, nem dos processos que acompanhariam sua suposta evolução. Da mesma forma, outros modelos alternativos de desenvolvimento comunitário sustentável como o *Discursive Community*, discutido por Meppem (2000), ou as economias sustentáveis locais, preconizadas pelo movimento *Bioneer* (AUSBEL, 1997), não têm oferecido análises detalhadas sobre a evolução,

transformação e funcionamento dessas *comunidades de vanguarda*. Em decorrência, pouco ainda se sabe sobre as dinâmicas desses *processos de transformação*, quais os principais grupos sociais que as determinaram, como seria a interação entre seus atores e outras questões afins. Visando a ampliar tal debate, o presente artigo relata resultados de pesquisa desenvolvida com o objetivo de investigar de que forma diferentes atores sociais se articulam — ou não — em processos dessa natureza, com destaque para a análise de empreendedores envolvidos em ‘penturbia’ brasileira e suas interações com a comunidade em geral.

2. Justificativa

Considera-se este estudo importante por dois motivos. Primeiro, se Lessinger (1986) e outros autores de visões similares tiverem razão e se algum processo análogo à noção de ‘penturbia’ ocorre no Brasil, um conhecimento de sua dinâmica social e, especialmente, dos atores sociais envolvidos, pode configurar-se de significativa importância tanto em termos práticos, quanto teóricos. Segundo, mesmo que a ‘penturbia’ não seja uma tendência inexorável, como previsto, não há dúvida quanto à importância econômica, social e cultural de localidades que mobilizam recursos culturais, arquitetônicos e naturais como base de seus novos modelos de desenvolvimento econômico-social, como parece ser o caso de algumas cidades históricas brasileiras, como Paraty, no Rio de Janeiro e Tiradentes, em Minas Gerais.

Ademais, como parte crescente dos ativos imobiliários e financeiros de tais comunidades encontra-se nas mãos de empreendedores capitalistas, a formulação e a execução de políticas de sustentabilidade e inclusão social dependerão, em parte, de articulações com força produtiva. Logo, um maior entendimento dos tipos de empreendedores em cena e de suas interações com os demais atores sociais revela-se significativo. Finalmente, o aspecto mais importante refere-se aos potenciais subsídios deste estudo à análise do fenômeno do empreendedorismo local e suas variações no Brasil.

Como evidenciado na literatura sobre o tema, a infância das pesquisas sobre o empreendedorismo foi marcada pelo esforço de identificarem-se atributos que distinguem o empreendedor do restante da população (MINER, 2000; CARLAND *et al.*, 1996; MILLER, 1983; HULL *et al.*, 1980; COLLINS e MOORE, 1964). Nessa direção, características psicológicas, como tolerância a risco e nível de agressividade, assim como fatores demográficos, tais como educação, etnia e classe social, foram amplamente considerados na tentativa de definição de um perfil de empreendedor típico ou bem-sucedido (HAYNIE e SHEPHERD, 2009; SARASVATHY, 2004; McMULLEN, SHEPHERD, 2003).

Com a evolução do campo, esse tipo de pesquisa perde espaço, tendo-se percebido que os empreendedores variam entre si de forma significativa e que tais variações apresentam ampla gama de impactos sobre o comportamento e o desempenho de seus empreendimentos (WOOD e McKINLEY, 2010; SARASVATHY, 2004). Mesmo em subcategorias do empreendedorismo, como o chamado empreendedorismo social, evidenciam-se estudos e análises que apontam para diferentes tipos e estilos pessoais de empreendedor, como indica o trabalho de Zahra *et al.* (2009). Como a maioria desses estudos é de origem norte-americana e, ocasionalmente, europeia, pouco se sabe sobre distinções entre empreendedores brasileiros e de demais países, senão os de origem nórdica. Uma exceção é o estudo realizado por Mallman, Borba, Ruppenthal (2002) sobre tipos psicológicos encontrados em incubadora de empresas, em Santa Maria (RS). Desse modo, sabe-se ainda muito pouco sobre a atuação in loco de empreendedores, no Brasil, e quase nada sobre sua atuação em contextos econômicos de vanguarda.

3. Tipos locais ou universais? Em busca de um quadro teórico-conceitual de referência

O que essa configuração de resultados desvela sobre o empreendedorismo, em geral, ou mais modestamente, sobre o empreendedorismo no Brasil? Em vista da excepcionalidade do local estudado, é difícil saber. No mínimo, no entanto, sugere que o empreendedor não precisa ser de um tipo só para sobreviver ou prosperar. Notam-se estabelecimentos prósperos em todos os tipos analisados e, inclusive, empreendimentos que operam há anos, aparentemente, sem grandes alterações em seus modelos de negócios, de gestão e estilos de liderança.

Entretanto, para aumentar a probabilidade de esta pesquisa ser de utilidade para outros pesquisadores interessados na temática do desenvolvimento local ou empreendedorismo comunitário, julga-se válido confrontar os tipos observados e descritos mais adiante com tipologias existentes na literatura. Para tal, durante e, mormente, após a coleta empírica de dados, procedeu-se à revisão da literatura internacional buscando identificar tipologias de empreendedores que pudessem ser defrontadas com as observações realizadas.

Como resultado, constatou-se a inexistência de riqueza de categorias de empreendedores na literatura clássica sobre o tema. Só muito recentemente parecem emergir tipologias com mais de três categorias (SMITH, 1967; FILLEY e ALDAG, 1978; COOPER *et al.*, 1998; BAKER e NELSON, 2005; ZAHRA *et al.*, 2009; STINCHFIELD *et al.*, 2010). A tipologia mais antiga — de fato uma dicotomia — é de Smith, desenvolvida na década de 1960, cuja influência perdura até hoje.

Em pesquisa de campo com empreendedores norte-americanos, Smith (1967) identificou dois tipos de empreendedores, por ele denominados de *artesãos* e *oportunistas*. O *artesão*, tipicamente, caracteriza-se por ser filho de operários, ter algum treinamento técnico, ou instrução em nível universitário, mas, raramente, concluído. Trata-se de profissional dedicado à excelência no serviço que desempenha e que acaba por abrir o próprio negócio, em especial por desgostar da intromissão, tanto de gerentes, quanto de sindicatos, no exercício de seu ofício. Preza serviços de qualidade e empregados sérios, dos quais cuida bem, pouco se importando com crescimento e lucros altos.

O chamado *oportunista* normalmente vem de família de classe mais abastada, tem curso superior completo em áreas como administração, *marketing* ou ciências humanas, mas raramente em áreas técnicas, como engenharia. É comum acumular experiência como gestor antes de abrir o próprio negócio. Esse tipo valoriza o negócio mais como um valor em si e, frequentemente, ainda jovem, sonhava em abrir a própria empresa. Acredita na capacidade de os mecanismos de promoção e *marketing* gerarem demanda e visa ao crescimento da empresa e ao aumento de lucros, mesmo a custo de ter de lidar com financiamentos bancários, sócios e outros parceiros.

Décadas subsequentes trouxeram novas tipologias, fruto de pesquisas com outros aportes teórico-metodológico-conceituais, mas parece ter persistido a tensão entre crescimento e lucro, de um lado, e foco em excelência na produção, de outro.

No final da década de 1970, por exemplo, Filley e Aldag (1978) realizaram uma *survey* com pequenas e médias empresas de manufatura. Uma análise de *cluster* revelou três tipos de empreendimentos a que chamaram de *artesanal*, *promocional* e *administrativo*. As *organizações artesanais* eram lideradas por empreendedores que ambicionavam conforto pessoal e perpetuidade da empresa, focando para isso aspectos tecnológicos e produtivos. A *organização promocional*, por sua vez, tendia a ser liderada por indivíduos carismáticos, que prezavam a inovação e procuravam, continuamente, fatores de diferenciação para seus produtos ou posicionamentos mercadológicos que distinguissem a empresa das demais do setor. O terceiro tipo, a *empresa administrativa*, era gerido por empreendedores profissionais, que se apoiavam em procedimentos de planejamento e organização formal. Quaisquer mudanças ou ajustes do mercado se realizavam por meio de cuidadosos processos de planejamento e ornamentação. As mudanças eram sempre incrementais, não revolucionárias.

Já em fins da década de 1990, Cooper *et al.* (1998) desenvolveram outro estudo empírico com empreendedores individuais, nos moldes do estudo original de Smith (1967). Assim como ele, também identificaram duas categorias de empreendedores, que denominaram de *artesanais* e *administrativos*. A conceituação e a operacionalização dos tipos, todavia, diferenciaram-se um pouco das adotadas por Smith (1967), bem como a unidade de análise.

Também se evidenciou que administração não é sinônimo de oportunismo, nem de promoção. Cada construto tem suas próprias nuances, todavia se constatou que, em todos esses estudos, há sempre alguma tensão entre foco no ofício ou na produção em si e a mobilização da gestão do negócio, com ênfase em crescimento e em lucratividade.

Independentemente dos esforços em criar tipologias de empreendedores, perto da virada do século, vários estudiosos de diferentes disciplinas redescobriram o conceito de *bricolage*, forjado pelo antropólogo francês Lévi-Strauss, e seu papel na geração de inovação (BAKER e NELSON 2005; GARUD e KARNOE 2003; HARPER, 1987; KINCHELOE, 2001). Compreende-se *bricolage*, em essência, mais ou menos como dar um jeito ou improvisar com o que se tem à mão (LÉVI-STRAUSS, 1966).

Baker e Nelson (2005), entre outros, identificaram a prática de *bricolage* por empreendedores com comportamentos distintos. Notaram que os empreendedores praticantes de *bricolage* parecem criar algo do nada, com base na combinação de insumos materiais usados ou descartados, métodos de trabalho informais e criatividade para gerar soluções para problemas imediatos. Esses autores não relacionaram a *bricolage* com as tipologias de empreendedores, mas Zahra *et al.* (2009) usaram o conceito em uma tipologia de empreendedor social, que inclui *engenheiros*, *construtivistas* e *bricoleurs* sociais. Os engenheiros enfatizam a eficiência, o planejamento e a gestão formal, de forma parecida com a categoria administrativa de Cooper *et al.* (1998) e Filley e Aldag (1978). Já os construtivistas têm alguma similaridade com a categoria *promocional*, de Filley e Aldag (1978), não se observando, todavia, nenhuma categoria parecida com o tipo *artesão*.

Finalmente, Stinchfield *et al.* (2010) notaram que o próprio Lévi-Strauss havia mencionado, em sua clássica obra *O pensamento selvagem*, além da *bricolage*, três outros tipos de atuação: *arte*, *engenharia* e *artesanato*; mas as pesquisas sobre empreendedorismo somente haviam investigado a primeira categoria. Diante disso, propuseram considerar essas categorias como base de uma nova tipologia em estudo etnográfico envolvendo 23 empreendedores norte-americanos. Como resultado, constataram que os artesãos apresentavam características similares a categorias de artesãos de outras tipologias, que os *engenheiros* compartilhavam similaridades com os empreendimentos *administrativos* de Filley e Aldag (1978), que os *bricoleurs* se assemelhavam àqueles nos demais estudos sobre a *bricolage*, e que os artistas tinham suas peculiaridades, mas também algumas similaridades com a *empresa promocional*. Obtiveram, também, uma quinta categoria, o *broker* (intermediador), não constante nos tipos originalmente propostos por Lévi-Strauss, nem nas demais tipologias. O *broker* era altamente oportunista e adotava estruturas e processos muito simples, que preconizavam meras transações comerciais que visavam a lucros pela compra barata de *commodities* ou patrimônio físico e subseqüente venda, pelo máximo lucro possível.

4. Metodologia

4.1 CARACTERÍSTICAS GERAIS DA PESQUISA

A carência de pesquisas desse tipo, no Brasil, limita o uso de metodologias (DEY, 2007; PADGETT, 2004; DENZIN e LINCOLN 2000; LINCOLN e GUBA 1985). Em decorrência, optou-se por um estudo de campo do tipo *Grounded Theory*, de cunho mais etnográfico (GLASER, 1992, 1978; GLASER e STRAUSS, 1967) sem, no entanto, negligenciar fontes históricas e documentais sobre a cidade e a região em análise.

Não obstante a adoção de abordagem do tipo *Grounded Theory*, vale registrar, ao longo da pesquisa, consideração a conceitos da literatura em ciências sociais, incluindo autores como Lévi-Strauss (1966) e Bourdieu (2003, 2008), que pudessem orientar e refinar as indagações. A revisão de literatura sobre tipologias internacionais de empreendedor também fez parte dos esforços dos pesquisadores, durante e, mormente, após o estudo de campo (STINCHFIELD *et al.*, 2010; ZAHRA *et al.*, 2009; BAKER e NELSON, 2005; COOPER *et al.*, 1998; FILLEY e ALDAY, 1978; SMITH, 1967).

Quanto à estratégia de coleta de dados, o estudo iniciou-se pela análise de documentos históricos e administrativos visando a descrever os contextos econômicos e sociais da comunidade investigada, no transcurso de sua história. Nessa etapa, atenção especial foi direcionada a resgatar os ciclos de desenvolvimento econômico-social. Em seguida, durante o período 2009-2010, realizaram-se cinco visitas *in loco* a Tiradentes. Além de observações gerais sobre a configuração dos empreendimentos, das atividades culturais da cidade, do uso do espaço físico, da distribuição e fluxo de turistas e dos cidadãos locais, realizaram-se trinta entrevistas em profundidade entre dirigentes de pousadas, restaurantes, *ateliers*, fundações, associações de artesãos, membros da igreja e representantes da classe política da cidade (Quadro 1).

Quadro 1: Divisão metodológica da pesquisa

Etapa	Técnicas de coleta de dados
Levantamento empírico de dados (<i>Grounded Theory</i>)	Entrevistas em profundidade Análise documental Observação direta
Levantamento bibliográfico (Construção de quadro teórico-conceitual de referência)	Revisão da literatura de tipologias internacionais de empreendedores

Fonte: Dados de pesquisa.

Vale registrar que três foram as prioridades na identificação e seleção dos sujeitos de pesquisa deste estudo: 1. conhecimento do processo de requalificação de função econômica de Tiradentes: da estagnação econômica e esquecimento, em decorrência do declínio da atividade aurífera, ao ressurgimento como cidade turística; 2. conhecimento ou envolvimento em empreendimentos e iniciativas que acompanham tal transformação; 3. possibilidades quanto à heterogeneidade de visões e perspectivas acerca das transformações em curso.

As entrevistas, que ao todo registraram mais de sessenta horas, foram gravadas e, posteriormente, transcritas, propiciando mais de 250 laudas de digitação. O roteiro de entrevistas foi semiestruturado, incluindo questões sobre a trajetória pessoal do respondente, sua visão acerca do processo de requalificação de funções econômicas da cidade e dos principais agentes envolvidos nesta dinâmica.

4.2 TRATAMENTO DOS DADOS

Além de análise das entrevistas, procedida manualmente pelos pesquisadores, empreendeu-se, também, exame por meio do *software* de tratamento qualitativo de dados *N-vivo* 8.0, seguindo o processo de codificação e categorização, conforme indicado por Flick (2009).

Para tal, buscou-se, primeiramente, a geração exaustiva de categorias mutuamente exclusivas (DENZIN e LINCOLN, 2000; MILES e HUBERMAN, 1994), representadas por um conjunto de códigos referentes às diversas impressões, críticas e fatores convergentes e divergentes sobre o tema em estudo. Desse conjunto de códigos, descritos como de primeira ordem, estabeleceram-se relações de proximidade — causa e efeito — o que possibilitou a identificação de categorias de segunda ordem, baseadas em descrições mais abrangentes (DEY, 2007; BOWEN, 2006; GIOIA e THOMAS, 1996). Tais categorias se constituíram em importantes elementos para contextualização e caracterização dos empreendedores estudados.

Vale salientar que a opção pela inclusão do *N-vivo* 8.0 deveu-se tanto pela conveniência na geração de temas, categorias e subcategorias, quanto pela possibilidade de se dispor de resultados mecânicos, mais isentos de percepções e interpretações pessoais dos pesquisadores.

5. Apresentação e análise dos dados

A história do processo de transformação econômica de Tiradentes, de cidade esquecida para polo de turismo e cultura, denota fatos, pessoas e instituições que se revelaram importantes. Se por um lado as estatísticas apontam para o crescimento econômico local,

com inúmeros estabelecimentos comerciais — pousadas, restaurantes, *ateliers*, lojas de artesanato —, por outro lado, relatos das entrevistas realizadas evidenciam que tal processo se vê marcado por antíteses e contradições, as quais revelam distintos capitais econômicos e simbólicos em competição, evidenciando disputas por poder e *status*, bem como a adoção de dispositivos e estratégias de distinção inter e intragrupos, como bem evidenciado por Bourdieu (2008).

Tais contradições comprovam-se, por exemplo, por meio de pares antitéticos, amplamente presentes nos depoimentos obtidos e relevantes para a contextualização da dinâmica social e classificação dos empreendedores observados. Entre eles, cabe destacar contradições entre o tradicional *versus* o moderno; os nativos *versus* os forasteiros; o centro *versus* a periferia. Diante dessas contradições, resultados de análises de conteúdo por categoria (FLICK, 2009), realizadas com o auxílio do *software* do *N-vivo 8.0* e demais, permitiram, ao final, identificar três grandes categorias de empreendedores em Tiradentes: *empreendedores tradicionais*, *empreendedores modernos* e *empreendedores pós-modernos*.

Previamente à discussão quanto às tipologias de empreendedores e às interrelações entre seus diferentes representantes, vale reiterar que este artigo resulta de projeto interinstitucional e multidisciplinar de pesquisa destinado a investigar processos de reconversão de funções econômicas de cidades, no caso específico, de dinâmica orientada pelo turismo cultural e pela indústria criativa. Tendo por base análise dessa dinâmica, busca-se, neste artigo, um recorte que prioriza a análise de suas implicações sobre um grupo específico de respondentes: os empreendedores.

5.1 PROCESSO DE REQUALIFICAÇÃO DE FUNÇÕES ECONÔMICAS DE TIRADENTES: DE CIDADE ABANDONADA E ESQUECIDA A POLO DE TURISMO ECOCULTURAL E DA INDÚSTRIA CRIATIVA

Análise da história e evolução econômica de Tiradentes, desde sua colonização pelos portugueses até os dias atuais, possibilitou a identificação de quatro estágios de desenvolvimento. Um primeiro, caracterizado pela expansão e declínio da economia aurífera e seu posterior abandono, compreendendo, em termos cronológicos, período que se estende do século XVII até a segunda década do século XX. Um segundo que vai da *redescoberta* de Tiradentes pelo Movimento Modernista brasileiro, em meados dos anos 1920, até fins da década de 1960. Um terceiro, marcado pela intensificação do processo de revitalização urbanística de seu centro histórico, que se estende de fins da década de 1960 ao início dos anos 1990. E, finalmente, o estágio atual, fundamentado no turismo e na indústria criativa.

Vale salientar que o esgotamento das minas de ouro acabou por resultar no abandono sistemático da população economicamente ativa da cidade, notadamente os homens, que

buscaram, em outras cidades e regiões, oportunidades de emprego e renda. Tal abandono, por sua vez, em muito contribuiu para a preservação do patrimônio histórico, chamando a atenção, na década de 1920, de artistas e intelectuais do Movimento Modernista brasileiro, que via no barroco e no patrimônio artístico e cultural das cidades históricas elementos importantes para forjarem-se a arte e a identidade nacionais (FROTA e PETERSON, 1993).

Incentivada por esse movimento, a cidade inicia um lento processo de revitalização de seu centro histórico, que virá a intensificar-se, a partir de fins da década de 1960, por meio da mobilização da comunidade local por diversas lideranças individuais e governamentais (FROTA e PETERSON, 1993). Tal processo desperta o interesse da mídia pela cidade. A principal rede de televisão do País, por exemplo, utilizará a cidade para a produção de diversas minisséries e novelas, colocando Tiradentes e suas belezas naturais em destaque no cenário nacional, atraindo turistas, intelectuais, artesãos e empreendedores, notadamente aqueles interessados nos segmentos de hospitalidade, cultura, artes e artesanato.

Na esteira desse processo, pode-se identificar uma primeira alteração no perfil e nas características de negócios e empreendimentos locais. Até então baseada em uma economia agrícola de subsistência e na pecuária de leite — exercidas em pequenas propriedades rurais e em um tímido comércio local, composto, basicamente, por microempreendedores (pequenas mercearias, quitandas, bares e similares) e empreendedores individuais (doceiras, lavadeiras, costureiras, ourives de prata) —, a cidade passa a atrair um novo perfil de empreendedores.

Embora se registre, de início, empreendedores vindos de outras cidades, parte deles ainda se constitui de cidadãos da própria cidade ou região, que, durante o período de estagnação econômica, deixaram-na e agora retornam com capital econômico e simbólico distintos dos empreendedores remanescentes, ou daqueles que mantêm algum grau de parentesco ou laço emocional com a cidade (haviam-na visitado durante a infância ou, como turista, no início do processo de revitalização).

Ademais, a cidade, nesse período, ainda se vê bastante pressionada pela proximidade geográfica de São João Del Rei, economicamente mais ativa e desenvolvida. Em essência, permanece uma cidade “dormitório ou de passagem, de turismo de um único dia”.

A revitalização e a inserção de Tiradentes no contexto do turismo irão, todavia, redinamizar a cidade. Nesse contexto, um primeiro embate evidencia-se entre os locais e os forasteiros. Como estratégias, os empreendedores remanescentes ou entrantes utilizarão dispositivos específicos. No caso dos nativos, desconfiança e resistência se aplicarão em relação ao “estrangeiro”. Relatam-se dificuldades, estórias e anedotas que evidenciam a estranheza e a reação quanto “a esse pessoal diferente, de nariz empinado, com o rei na barriga” que se expressa de forma sofisticada e abre estabelecimentos igualmente refinados. Enquanto os primeiros parecem buscar legitimidade pela posse de “terras, imóveis e outros bens de raiz”

ou “pelo nome de família”, os segundos, muito embora vários com árvores genealógicas que envolvem ascendência local, trazem, de início, como fatores distintivos: 1. “vivência prévia em outros contextos”; 2. “patrimônio cultural”, “erudição”; 3. “princípios e filosofias de vida humanistas”; os quais são mobilizados na construção de práticas discursivas que legitimam sua atuação como indivíduos: “nobres”, dotados de profundo “senso humanista”; que percebem seus negócios como uma “missão, como parte intrínseca de seus projetos de vida”; que envolvem um importante papel social no “desenvolvimento da região e de resgate da cidadania de seu povo”. Nessa direção, como pessoas de alta cultura e educação, caber-lhes-ia o importante papel de treinar, capacitar e desenvolver o pessoal local, contribuindo para o crescimento da renda e qualidade de vida do entorno.

De início, focada na atração de um público mais “qualificado, com maior presença de intelectuais, artistas, pintores e pessoas de outros países”, a atividade turística de Tiradentes expande-se e, com ela, dá-se a chegada de um novo grupo de empreendedores. Muito embora não homogêneo, esse novo grupo irá trazer à tona novos traços: a “educação formal, em especial em gestão, mais que em dimensões das humanidades, da erudição e da cultura”, “experiências prévias em grandes empresas nacionais e multinacionais”, “vivência em grandes centros urbanos”. Em outros termos, aportaria “um caráter mais moderno, baseado em noções de *management* e em práticas mais sofisticadas de *marketing* e gestão”.

O desenvolvimento econômico e o “caráter cultural e artístico que se respira na cidade” atrairiam, ainda, outro tipo de empreendedor. Também heterogêneo em sua composição poder-se-ia, no entanto, subdividi-lo em dois subgrupos. Um primeiro que, diante das oportunidades que Tiradentes oferece “em termos de se atingir *nichos* de mercado mais amplos, e não apenas a ‘Classe A’”, recorre “ao jeitinho brasileiro”, “à cópia”, ao “arremedo”, estruturando negócios que. “longe da sofisticação ‘verdadeira’ dos empreendimentos direcionados a públicos mais exigentes”, direcionam-se para a oferta “a preços convidativos”, de “alternativas” para públicos financeiramente menos abastados. Um segundo grupo, composto basicamente por artistas, embora também menos afeito à tradição que irá, todavia, centrar-se em “produções mais vanguardistas”, percebendo, em Tiradentes, significativo potencial para a “expressão da originalidade e criatividade” de suas produções.

No item, a seguir, apresenta-se uma descrição, mais detalhada, dos diversos tipos de empreendedores identificados.

5.2 DISTINTOS TIPOS DE EMPREENDEDORES EM TIRADENTES: OS TRADICIONAIS, OS MODERNOS E OS PÓS-MODERNOS

As tensões no tecido social, evidenciadas durante a análise do processo de requalificação de funções econômicas de Tiradentes, de comunidade economicamente estagnada e “esquecida”, para uma ‘penturbia’ ou “cidade de vanguarda sociocultural”, permitiu reconhecer arenas no interior das quais diferentes atores representam papéis e constroem estratégias e dispositivos de distinção (BOURDIEU, 2003, 2008).

Para detectar e analisar essas arenas em disputa, tornou-se imperativo ir além da caracterização do processo de transformação econômica e identificação de contradições globais que marcam a dinâmica — nativos *versus* forasteiros, centro *versus* periferia, tradicional *versus* moderno — e avançar em considerações mais aprofundadas acerca da trajetória pessoal e profissional dos diferentes atores, no caso específico do foco deste artigo dos empreendedores locais, analisando discursos e características dos empreendimentos em que atuam. Assim procedendo, foi possível identificar variações significativas, notadamente no que se refere aos *habitus* e capitais econômicos e simbólicos.

A variação mais óbvia foi obtida, já durante o primeiro grupo de entrevistas, quando se deparou com dois empreendedores, os quais revelaram ocupar polos opostos em praticamente todos os aspectos evidenciados na caracterização do processo de transformação econômica investigado.

O primeiro é um dos chamados, pelos locais, de Extratiradentino — “ET” (em alusão à sigla “Extraterrestre” e em contraste com o nascido na terra, o “*Minhoca*”), cuja propriedade se localiza no centro histórico da cidade (em oposição à periferia, que, em virtude de processo de gentrificação do centro histórico e conseqüente valorização de imóveis, configura-se, atualmente, como o “*locus* privilegiado dos ETs”), o qual caracteriza seu empreendimento como “um projeto de vida” (em contraste com o “*empreendimento negócio*”), adota uma visão de negócios de longo prazo (em contraste com curto prazo), enfatiza um estilo de liderança orientado a pessoas (em contraposição a estilo orientado a tarefas e resultados), empenha-se na preservação de valores e estilos da comunidade (em contraste com mera exploração), adota um perfil mais coletivista (em contraste com uma perspectiva mais individualista) e preconiza, talvez por sua origem, um estilo de gestão mais europeu (em contraste com o norte-americano). Não coincidentemente, os valores pessoais desse empreendedor poderiam ser, textualmente, retirados de observação de Lessinger (1986), sobre a ‘penturbia’, ou de um manifesto de defesa do desenvolvimento sustentável que enfatiza a valorização da comunhão entre homem, natureza, arte, memória histórica, comunitarismo e voluntarismo.

Ao contrário, o outro entrevistado, nasceu na cidade, não possui formação superior

e, muito embora tenha iniciado seus negócios no centro histórico, tem seu maior empreendimento no entorno (periferia), não manifesta preocupação com aspectos como a preservação histórica ou ambiental e apresenta um estilo de gestão com foco estrito em resultados.

Por este estudo não se propôs a estimar a distribuição relativa desses diferentes tipos de empreendedores em Tiradentes, mas, avançando no processo de coleta de dados, evidenciaram-se, além desses dois, outros tipos de empreendedores, cujo contraste em termos de seus *habitus* e capitais em ação, mostraram-se relevantes para a ecologia econômica e simbólica da comunidade.

Ao final das análises, foi possível distinguir três categorias de empreendedores: *empreendedores tradicionais*, *empreendedores modernos* e *empreendedores pós-modernos* (citadas anteriormente).

Não totalmente homogênea, a primeira categoria — *empreendedores tradicionais* — pôde ser subdividida em duas subcategorias: os *empreendedores nativos* e os *empreendedores aristocratas*. Muito embora ambas as subcategorias aparentemente se igualem no que tange ao valor que sugerem atribuir à tradição, distinguem-se, todavia, quanto à forma de manifestação dessa noção: o *empreendedor nativo* revela enfatizar mais amplamente as dimensões de sua “linhagem familiar”, do “nome de família”, da “vinculação a um clã específico”. É distintivo, nessa subcategoria, a “fidelidade a um sangue”, à “terra”, ao “solo”, ao “passado”. Já o *empreendedor aristocrata* parece dar mais ênfase à sua “linhagem cultural”, evidenciada na valorização da erudição, do bom gosto e do belo, aspectos que procura “associar, de forma direta, ao DNA de seus empreendimentos”. A essa subcategoria associar-se-iam, portanto, atributos, tais como “nobreza”, “refinamento”, “sofisticação”, “requinte”, “alta cultura”, “bom gosto”, “estilo”, “beleza”, “distinção”, “erudição”, “estética”, “bravura”, “coragem”, “respeito e educação no trato com os outros, com os da terra”, “justiça”, “cidadania”.

Os *empreendedores nativos*, por seu turno, representam-se, em grande parte, por pequenos comerciantes e empreendedores individuais — marceneiros, serralheiros, carpinteiros, ourives, costureiras, doceiras e outros profissionais de ofício —, nascidos na cidade e região, os quais, em sua maioria, já mantinham negócios na cidade antes do “boom do turismo”, quando “a mesma encontrava-se ainda esquecida e povoada, basicamente, por idosos, crianças e famílias tradicionais da agricultura, pecuária ou do que, ainda, restava de um breve surto de desenvolvimento advindo da extração da prata e sua manufatura”. De modo geral, são caracterizados como “provincianos”, “tímidos”, “acomodados”, “estagnados”, “ultrapassados”, “conformistas”, “sem ambição”, “patrimonialistas” e “conservadores”. Embora detentores de “um saber que tem valor”, esse *savoir-faire*, em estado bruto, necessitariam de ser lapidados “para melhor se adequarem às novas demandas do contexto”. Vale observar que vários desses atributos encontram-se, também, comumente associados à parte significativa

dos trabalhadores nascidos na cidade, em especial àqueles com menor grau de instrução e/ou ocupantes de funções menos qualificadas.

Comumente fixados no centro histórico, os *empreendedores aristocratas*, em sua quase totalidade, são “pioneiros” na implantação de empreendimentos direcionados ao que mais tarde viria a configurar-se no processo de requalificação de funções econômicas de Tiradentes na direção do turismo e da indústria criativa. Embora alguns dos representantes dessa subcategoria tenham vínculo familiar com “nativos da cidade ou região”, a “linhagem familiar”, ou o “nome de família”, parece não constituir o principal fator de distinção social.

Ao contrário dos *empreendedores nativos*, os *aristocratas* parecem evidenciar, como elementos centrais de diferenciação, o fato de serem “estrangeiros” ou terem, “apesar de nascido(s) na cidade e região, vivenciado experiências em outros países ou grandes centros urbanos nacionais”. Outro traço distintivo é, conforme mencionado, o “nível cultural”, de “erudição” que, de modo geral, atribui-se às “vivências externas, mundo afora, em um caldo cultural e humanista”, que lhes permitiram um “toque de sofisticação singular” e uma “capacidade talvez ímpar de revisitar elementos do cotidiano, por meio de outros olhares e formas, que transcendem à instrução formal em si”. Em essência, esses dois elementos centrais parecem forjar, já nos primórdios do atual processo de transformação econômica de Tiradentes, o imaginário do tipo de *empreendedor aristocrata vis-à-vis* ao nativo.

Vale reiterar relatos de *empreendedores aristocratas*, associando-se, de maneira enfática, a estrita ligação de seus empreendimentos a “projetos pessoais, projetos de vida”, sendo, comumente, apresentados “não como negócios”, mas como “extensão de suas vidas”. Relevante, ainda, registrar que ambas as subcategorias de *empreendedores tradicionais* — *empreendedores nativos* e *empreendedores aristocratas* — revelam, não raro, preocupações quanto à “sobrevivência, a médio e longo prazos” de seus negócios. Muito embora os *empreendedores aristocratas* pareçam dispor de dispositivos que lhes permitiriam maior *background* para “ajustes e mudanças de rumo em seus modelos de negócios e gestão”, aspectos, como a sucessão, transparecem como elementos críticos para a perpetuidade de seus empreendimentos, isso, na medida em que a transição de “modelos de gestão mais aristocratizados, carismáticos e fortemente centrados na identidade e projeto de vida do fundador” pode apresentar-se desafiadora para os sucessores e, portanto, como “fator de risco”.

Quanto aos *empreendedores nativos*, uma vez que o processo de reconversão econômica foi levado a cabo, majoritariamente, por empreendimentos externos, eles se apresentam pouco representativos em termos econômicos, exceto em alguns casos pela posse de imóveis no centro histórico. O menor nível de escolaridade e a própria dimensão de seus negócios (pequenos bares, lanchonetes, *ateliers* de artesanato e prestação de serviços, “com baixo valor agregado”) sofrem, continuamente, o peso da concorrência, por parte dos em-

preendimentos mais “modernos”. Papel importante tem sido desempenhado por instituições governamentais de apoio a micro e pequenas empresas, por meio de ações de sensibilização e mobilização desses empreendedores, em especial quanto à importância da qualificação e “de uma visão mais estratégica de seus negócios”, bem como à oferta de cursos e treinamentos em gestão e desenvolvimento pessoal. No caso específico dos pequenos artesãos, são indicadas como relevantes, “senão fundamentais à sobrevivência futura”, iniciativas de “cooperativismo e o associativismo”.

Aos *empreendedores tradicionais* — *nativos e aristocratas* —, contrapõe-se e disputa por espaço, poder e *status* outra categoria de empreendedores, a qual se poderia denominar de *empreendedores modernos*. Muito embora o conjunto desses empreendedores pareça igualar-se no que se refere à valorização de atributos, como a “qualificação formal”, a ênfase em formas de “gestão profissionalizada” e na disseminação de valores que visam a extrapolar a dimensão da tradição (do “nome de família”, do “conservadorismo”, do “patrimonialismo”, da “informalidade”), os representantes dessa categoria encontram-se distantes de apresentarem-se como categoria homogênea, podendo-se identificar, com base nos capitais econômicos e simbólicos por eles mobilizados, duas subcategorias: os *empreendedores utilitaristas* e os *empreendedores conscientes*.

Os *empreendedores utilitaristas*, já em bom número com negócios localizados, geograficamente, fora do centro histórico da cidade, habitualmente são associados à “busca frenética e incansável por lucro”, pela tônica “no fazer dinheiro” e na adoção de “lógica de gestão utilitarista e pragmática, centrada no modelo do *management*, de base norte-americana”.

Diferentemente dos *empreendedores aristocratas*, que buscam forjar uma imagem de seus empreendimentos associada a “valores mais humanistas, visando ao desenvolvimento da sociedade e das pessoas, e a um projeto ético e estético”, alicerçado em uma “filosofia que enfatiza uma valorização do humano e do local”, os *empreendedores utilitaristas* comumente são descritos como focados no “entretenimento”, no “curto prazo”, no “lucro imediato”, no “‘how to do’ do *management*”, no “*marketing*”, no “*aqui e agora*”, no “midiático”, no “espetaculoso e na ornamentação”, em “visibilidade, conexões e parcerias que visam unicamente (a) gerar negócios” e na “exteriorização e ostentação de riqueza material e não de riqueza interior”, na “evidenciação de sucesso, por meio de símbolos de *status* econômico: grandes construções, grandes eventos, entre outros típicos do *show business* e dos *novos ricos*”, bem como na “exploração dos recursos naturais e humanos disponíveis”.

Outra subcategoria de *modernos* compreenderia os empreendedores que são denominados de *empreendedores conscientes*. Constitui-se essa subcategoria, na grande maioria, de indivíduos que justificam sua presença em Tiradentes pelo desejo de “saírem dos grandes centros urbanos”. Muitos são profissionais liberais ou ex-executivos de grandes empre-

sas, nacionais e multinacionais, que, em especial durante viagens à cidade como turistas, se “apaixonaram e decidiram fazer uma transição profissional, realizando antigos sonhos de terem os próprios negócios”, quer “pelo estresse, por desligamentos involuntários e desejo de reconstruir a vida de outra forma”. São psicólogos, médicos, advogados, engenheiros que, além verem na cidade encantos naturais e potencial econômico, vislumbram ter “ali melhor qualidade de vida e criar seus filhos, de forma mais livre e saudável”.

A grande parte dos representantes dessa subcategoria destaca, no entanto, o processo de transição para Tiradentes “como gradativo, com a manutenção, durante um bom período, de um pé no grande centro, em suas profissões originais, e outro em Tiradentes”. Segundo relatos, somente a partir desse “período de experiência e aclimatação”, aliado à consolidação do desenvolvimento da cidade como polo turístico e dos próprios empreendimentos, foram, “aos poucos ali se fixando integralmente”. Para grande parte deles, todavia, o processo de integração tem sido “lento e nem sempre amistoso” — “a própria caracterização dessa leva de pessoas como *ETs* já dá o tom do processo” e do jogo de forças em ação. Aliam-se a isso dificuldades quanto à integração entre os próprios *ETs*: “Temos procedido a diversas tentativas, que passaram pela criação de uma Associação Comercial, mas sem sucesso. Outra, que estamos apostando, agora, é a criação de uma Associação de Pousadas”.

Como atributos, os *empreendedores conscientes*, além do caráter “urbano e cosmopolita”, de suas origens, da valorização da “instrução em nível superior” e de “experiências prévias e competências em práticas modernas de gestão”, procuram enfatizar discursos e posturas gerenciais associados a conceitos de “responsabilidade social empresarial”, “preservação do meio ambiental”, “respeito à ecologia”, “cidadania empresarial”, entre outros que procuram vincular a imagem de seus empreendimentos às noções de “sustentabilidade” e “desenvolvimento sustentável”.

Nessa direção, tendem a demonstrar maior preocupação com o futuro da cidade, incluindo aspectos como os “riscos de um crescimento desordenado”, alertando para a necessidade de preservar-se o patrimônio histórico local e, “mais que *inchar*, prosperar”. Também chamam a atenção para problemas relacionados com saneamento básico, abastecimento de água, tratamento de lixo, esgoto, entre outros.

Finalmente, além dos *empreendedores tradicionais*, dos *empreendedores modernos* e suas variações, uma última categoria de empreendedores pôde ser identificada: os empreendedores pós-modernos, que, de forma similar, parecem distinguir-se em duas subcategorias: *empreendedores camaleões* e *empreendedores vanguardistas*.

Os *empreendedores camaleões*, no geral, compõem-se de trabalhadores advindos de grandes centros, mas também de cidadãos da cidade que perceberam, no processo de transformação econômica, oportunidades de “fazerem a vida”. Com poucos recursos financeiros,

comparativamente aos *empreendedores modernos* e *aristocratas*, constituem seus empreendimentos na base da “improvisação, da imitação, quase sempre de forma tosca, por meio de cópias baratas, descartáveis e malfeitas”, do estilo de pousadas, cardápio de restaurantes e artigos de *ateliers* de arte voltados a públicos “mais sofisticados”. Distinguem-se, ademais, pela flexibilidade, pela capacidade em assumir riscos e pelo elevado senso de oportunidade.

Por meio do recurso a “simulacros e cópias malfeitas”, propõem-se a atrair e ofertar seus produtos e/ou serviços a visitantes que não “dispõem de recursos para frequentar ambientes mais refinados”. Segundo relato de entrevistado, “atualmente, há mais de 150 pousadas na localidade, muitas delas de aventureiros e oportunistas”. Frequentemente inseridos na economia informal e na irregularidade, esses empreendimentos “não passam de *puxadinhos* de casas e garagens, caricaturas de negócios”. Salienta um entrevistado:

Recentemente, teve um carnaval em que diversos moradores saíram de suas casas e as alugaram: foi um caos, faltou água, a cidade ficou lotada e de um público que, infelizmente, ainda não é o que tem consciência do que constitui um patrimônio histórico. Vocês não imaginam os impactos, a quantidade de lixo e de pessoas usando os espaços públicos como verdadeiros banheiros a céu aberto.

Em suma, contrariamente aos *empreendedores tradicionais* e modernos, os *empreendedores camaleões* acabam “equilibrando(-se) como em um trapézio”, beneficiando-se “de projetos e iniciativas dos outros”, “oportunisticamente, esse pessoal somente fica esperando pelos frutos de ações de terceiros, pelas lutas e conquistas dos outros, sem qualquer esforço”. Nessa direção, destaca outro entrevistado:

limitam a integração de iniciativas coletivas, por exemplo, aquelas que poderiam reduzir os períodos de sazonalidade econômica, por meio da promoção conjunta de festivais e eventos, que demandariam alianças e investimentos do conjunto dos empreendedores. Mas como organizar isso se apenas um pequeno grupo investe e, ao final, todos, incluindo os informais, se beneficiam, sem nenhum esforço?

Como tentativa de resposta a essa questão, diversos relatos indicam a necessidade de ação mais firme de lideranças políticas locais quer na regularização dos negócios informais —dificultada pela prevalência do “populismo e pela troca de favores eleitorais: cada cidadão da cidade é um voto” —, quer na orquestração mais efetiva do processo de desenvolvimento local: “a percepção é que o setor público ainda não alcançou o ritmo de modernidade que o atual ciclo de desenvolvimento de Tiradentes exige”. “O modelo de governo e de liderança pública ainda é o tradicional: patrimonialista, personalista, fundado em poucas famílias tradicionais do lugar, no voto de cabresto, no populismo”, relata um entrevistado. Nesse rumo, diversas menções são procedidas quanto a “um vácuo de liderança. Os *ETs*, por exemplo, não têm representação política, muitos nem votam aqui, nem peso para eleger representantes, nem são unidos o suficiente para pressionar, como grupo”, destaca outro respondente.

Por último, os *empreendedores vanguardistas*, em essência, constituídos por proprietários de *ateliers* de arte, produtores artísticos, pintores e demais artistas, caracterizam-se e são comumente caracterizados por atributos, tais como “criatividade”, “criação”, “novo”, “sensibilidade”, “independência”, “autonomia”, “liberdade”, “negação da tradição e do *status quo*”, “polêmica”, “transgressão”, “desconstrução”, “provocação”, “contestação”, “desprendimento”, “resistência” e por “estilos de vida particulares”. De modo geral, estimulam, pelo caráter questionador da própria arte, dos comportamentos, da ecologia e da política, a inserção na comunidade de novos temas, como o papel do homem e da mulher, o lugar do corpo e da sexualidade na sociedade, o uso dos objetos no cotidiano, da cultura de massa e o desperdício da sociedade de consumo.

O Quadro 2 apresenta uma síntese da tipologia de empreendedores proposta e atributos que caracterizam os *habitus* de seus componentes.

Quadro 2: Atributos de distinção por tipo de empreendedor

Categoria	Subcategoria	Atributos
Empreendedores tradicionais	Empreendedores nativos	Mineiridade, simplicidade, sabedoria, "conhecimento tácito", rusticidade, naturalidade, emoção, timidez, modéstia, recato, ensimesmamento, provincianismo, família, localismo, pitoresco, conformismo, acomodação, estagnação, defasamento, atraso, "falta de ambição", patrimonialismo, conservadorismo, subsistência, "estilo de vida popular"
	Empreendedores aristocratas	Erudição, cultura, requinte, sofisticação, nobreza, refinamento, bom gosto, estilo, beleza, distinção, elaboração, estética, mecenato, cortesia, cidadania, respeito, autoridade, justiça, cordialidade, bravura, coragem, dignidade, postura, atitude, elegância, estatura, garbo, charme, amplitude, largueza, desenvoltura, graça, harmonia, cerimonialismo, etiqueta, altivez, classe, dicção, pronúncia, discrição, essência, prestígio, reputação, encanto, chiqueza, consagração, memória histórica, "respeito ao local e à natureza", "empreendimento não como negócio (lucro), mas como projeto de vida"
Empreendedores modernos	Empreendedores utilitaristas	Entretenimento, curto prazo, lucro imediato, individualismo, marketing, ambição, agressividade, competitividade, resultado financeiro, crescimento, esforço, trabalho, expansão, diversificação, negócios, parceria, conexões, espetáculo, espetaculosidade, extravagância, excesso, espalhamento, fantasia, show business, ornamento, ostentação, visibilidade, aparência, massa, "gosto duvidoso", futilidade, superficialidade, "racionalidade instrumental", "novos ricos"
	Empreendedores conscientes	Cosmopolitanismo, qualificação, diploma, profissionalismo, gestão, cientificidade, qualidade, certificação, competência, modernidade, redes, qualidade de vida, vida saudável, responsabilidade social, preservação ambiental, ecologia, cidadania empresarial, desenvolvimento sustentável, politicamente correto

Categoria	Subcategoria	Atributos
Empreendedores pós-modernos	Empreendedores camaleões	Improvisação, imitação, informalidade, cópia, efeito, caricatura, descartável, símile, simulacro, "jeitinho brasileiro", senso de oportunidade, aventura, risco, flexibilidade, adaptabilidade
	Empreendedores vanguardistas	Arte, criação, novidade, originalidade, subjetividade, sensibilidade, independência, vanguarda, intelectualidade, autonomia, liberdade, "negação da tradição", "negação do status quo", "à margem", polêmica, visão crítica, "fora da caixa", transgressão, desconstrução, provocação, contestação, desprezimento, resistência, "estilo de vida particular"

Fonte: Dados de pesquisa.

Esses tipos de empreendedores, quando não outros, apresentam capital cultural e econômico, identidade pessoal, valores e interesses que os distinguem (BORDIEU, 2008, 2003), bem como preconizam diferentes modelos de negócios e estilos de liderança. Juntos concorrem para definir a comunidade de Tiradentes e dispor de seus recursos culturais, naturais, humanos e econômicos. Quem quer formular ou executar uma política de turismo, planejamento urbano ou mesmo sair vitorioso em um pleito político nessa comunidade deveria entender e saber lidar, pelo menos instintivamente, com as diferenças entre esses múltiplos atores.

6. À guisa de conclusões: contribuições do caso Tiradentes para o estudo de empreendedorismo

Se a literatura internacional sobre variações quanto a tipologias de empreendedores foi útil para melhor compreender a evolução dos negócios em Tiradentes, acredita-se que a experiência da comunidade também propicie *insights* não encontrados na literatura existente. Um importante ponto que se aprende é que os diferentes tipos de empreendedores não surgem e nem atuam em um vácuo social, nem são independentes um do outro, especialmente em um contexto em que compartilham do mesmo patrimônio histórico ou ecológico. Eles fazem parte de uma ecologia social comunitária, repleta de competição, colaboração e sinergias intencionais e inconscientes. Viu-se que, em Tiradentes, *empreendedores vanguardistas* que atuaram de forma empreendedora, em articulação com seus públicos e no convenci-

mento a governos locais e federais, tiveram papel central na redescoberta e requalificação das funções econômicas da cidade. É evidente, nesse sentido, iniciativas como os festivais de cinema e de gastronomia em Tiradentes. Constatou-se também que o patrimônio do centro histórico foi ocupado e resguardado por *empreendedores aristocratas*, que zelaram pelo conjunto arquitetônico histórico e deixaram-no economicamente viável, defendendo arduamente sua não descaracterização. É provável que sem a presença desses dois tipos — os *empreendedores vanguardistas* para identificar a cidade como digna de atenção, por meio de sua autoridade estética e rede social extensa, e os *empreendedores aristocratas* para tornar a planta física de Tiradentes habitável, sem descaracterizá-la — a cidade permaneceria no abandono.

O escopo e a eficiência de *empreendedores conscientes* e *empreendedores utilitaristas*, por sua vez, trouxeram para a cidade um fluxo de visitantes e recursos financeiros que certamente aumentaram o valor econômico do centro histórico e a prosperidade da comunidade como um todo, contribuindo para a viabilidade de Tiradentes como destino turístico. Mesmo os *empreendedores camaleões* contribuíram por tornar certos ativos imobiliários comercialmente produtivos sem exigir pesados investimentos financeiros, possibilitando que um público de menor renda possa visitar a cidade e, de alguma forma, ter acesso às suas belezas e riquezas. É patente que, ao mesmo tempo em que cada tipo tem seu papel, seus objetivos e impactos coexistem em um estado de tensão perpétua, expostos ao risco de um desequilíbrio potencialmente desastroso. Por exemplo, uma aliança política entre *empreendedores nativos*, *empreendedores utilitaristas* e *empreendedores camaleões*, em oposição aos *empreendedores aristocratas*, *empreendedores conscientes* e *empreendedores vanguardistas* poderia baratear a atmosfera da cidade a ponto de extinguir seu valor como destino turístico qualificado. Assim, entende-se que a literatura clássica sobre empreendedorismo não está atenta à dinâmica de coexistência e tensão entre tipos de empreendedores distintos, ao mesmo tempo em que não considera a importância da ecologia social comunitária em criar um contexto que contribua para definir os parâmetros de interação entre empreendedores e o seu papel social na comunidade.

Compreender que o empreendedor está inserido em um contexto social em que outros empreendedores têm papéis diferenciados e conflituosos não é o único saldo do estudo de Tiradentes. Aprendeu-se, também, que o empreendedor depende do entorno de formas ainda não explicitadas na literatura. Está óbvio, mas não sem importância, que a existência e a disponibilidade de um centro histórico valorizam e facilitam os dons e as inclinações do *empreendedor vanguardista* e do *empreendedor aristocrata*, de uma forma maior que outros contextos. Da mesma forma, se o *empreendedor camaleão* estivesse localizado na extrema periferia de Tiradentes não teria como alavancar patrimônio físico, capital cultural ou social, da forma como consegue estando perto do centro. Os *empreendedores utilitaristas*, por sua vez, parecem mais autoconfiantes e menos vulneráveis às questões sociais e de uso do espaço da

comunidade, sendo, talvez por isso, mais individualistas e menos ligados à ação comunitária. Mesmo assim, considera-se razoável imaginar que certos contextos, altamente tradicionais ou culturalmente progressistas, impeçam ou limitem sua atuação.

Vê-se que essa justaposição de pensamentos sobre a variação entre empreendedores e seu contexto propicia insumos tanto para a formulação de políticas públicas, quanto para o entendimento dos fatores que influenciam o desempenho do empreendedor individual. A comunidade que quer maximizar sua prosperidade econômica, enquanto zela por sua qualidade de vida, terá de administrar um *mix* de tipos empresariais que valorizam seus ativos naturais e culturais. Paralelamente, deve proporcionar condições para o surgimento e a manutenção de entidades econômicas mais consistentes com a natureza e as vocações da região.

Finalmente, por esta modesta incursão no contexto empresarial de Tiradentes, sugere-se a possibilidade de que os tipos identificados na literatura internacional vêm com bagagem cultural que terá de sofrer alterações em interesse da universalidade ou, pelo menos, de sua transportabilidade. Percebe-se, por exemplo, que impor o tipo *artesão*, conforme descrito na literatura internacional, demanda considerar as diferenças entre a origem social do “*artesão*” tiradentino (*empreendedor aristocrático*) e do *artesão* dos estudos norte-americanos. O típico artesão norte-americano origina-se da classe trabalhadora, enquanto os “*artesãos*” de Tiradentes provêm de famílias mais abastadas e dispõem de capitais culturais e econômicos mais amplos. Interessante também notar que diferente dos empreendedores mais *agressivos*, nos estudos americanos, que parecem ter uma formação e trajetória de carreira mais cosmopolita, apresentando experiência gerencial e formação mais liberal, em Tiradentes, o que mais se aproxima desse tipo — os *empreendedores utilitaristas* — compreende também empreendedores de origem local e experiência de vida mais estreita, mas que, no entanto, adotaram modelos de gestão do capitalismo de escala, aparentemente sem grande dificuldade.

Limitações de espaço não permitirão uma comparação exaustiva e detalhada dos empreendedores de Tiradentes com os vários tipos encontrados na literatura internacional, porém, considera-se valioso, antes de concluir, o registro de impressões preliminares sobre a relevância das tipologias existentes para o cenário observado neste estudo e vice-versa. Sem dúvida, a categoria do artesão, presente em quase todas as principais tipologias de empreendedorismo é, também, de significativa relevância para os empreendedores de Tiradentes.

Uma antinomia que emergiu da análise do *N-vivo 8.0*, distinguindo o empreendimento *joia* (em particular alusão aos *empreendedores aristocratas*), comparado ao empreendimento *bijuteria* (compreendendo no limite os *empreendedores camaleões*), reflete o contraste entre o produto de qualidade do artesão cuidadoso, consciente e comprometido e o empresário mais oportunista que se aproveita de mão de obra barata e alienada para gerar alto volume de imitações baratas, cópias e simulacros. Outros detalhes também são consistentes —

despreocupação com lucros, negócio como projeto de vida e relacionamento mais igualitário com os empregados, observados em alguns relatos de empresários de Tiradentes; todos esses aspectos se aplicam ao tipo *artesão*, descrito em vários trabalhos internacionais que procuram categorizar os empreendedores.

Se as diferentes tipologias têm o *artesão* como polo comum, seu oposto extremo varia mais de uma tipologia para outra. Em Tiradentes, o oposto do *artesão* parece assemelhar-se mais com o *bricoleur*, de Lévi-Strauss (1966), passando, intermediariamente, pelo *engenheiro* ou pelo *empreendimento administrativo* de Filley e Aldag (1978), em virtude da ênfase na eficiência, racionalidade e economia de escala.

Esses tipos identificados são comuns nas pesquisas internacionais e parecem, também, de grande peso, em Tiradentes. A figura do *artista*, entretanto, embora de clara importância para o cenário de Tiradentes, é bastante rara nos estudos de empreendedorismo, tendo surgido somente na recente reapreciação de Lévi-Strauss (1966), por Stinchfield *et al.* (2010). Ela é de interesse também por apresentar dimensões e dinâmicas ausentes ou fracas nos demais tipos. A valorização de uma estética vanguardista, assim como a polêmica acerca da definição do belo, entra pouco em cena nas demais modalidades empresariais, e a preocupação com uso e praticidade, associadas à arte e à erudição, também são únicas.

O tipo de negócio aparentemente mais simples em Tiradentes — os proprietários de pequenos comércios populares e camelôs (comerciantes ambulantes) que fizeram ajustes rudimentares em seu patrimônio imobiliário ou ocupação habitual para explorar a “requalificação da cidade para uma atração turística” — parece, como evidenciado acima, ter alguma relação com o conceito de *bricolage*. Exploraram-se recursos “à mão” para oferecer alguma solução, mesmo que precária, às necessidades e demandas de novos públicos. Embora estudos sobre *bricolage* tenham identificado um conjunto de atributos e práticas que vão além do observado em Tiradentes, ainda assim muitos empreendimentos na cidade assemelham-se mais a essa tipologia que a qualquer outra que se estudou.

Aprendeu-se, também, que grande proporção de empreendedores nativos de Tiradentes era, de fato, de empreendedoras — mulheres que ficaram na comunidade, apesar da migração do contingente masculino, à procura de empregos e oportunidades em cidades maiores — que iniciaram negócios, por força de necessidade. No mínimo, essas observações preliminares sugerem que, embora os tipos de empreendedores encontrados na literatura internacional sejam reconhecíveis em Tiradentes, as trajetórias e origens sociais das pessoas que representam tais tipos podem ser bastante diferentes. Isso sugere que mesmo que os tipos de empreendedor acabem tendo um perfil universal típico, o caminho que percorrem para ocupar determinado papel de empreendedor pode variar de forma significativa, em função do contexto. Dessa forma, leva a acreditar, também, que mesmo que a tendência de reva-

lorização das pequenas cidades, prevista por Lessinger (1986), ocorra no Brasil, seguirá uma dinâmica e terá um *sabor* bem brasileiro.

7. Referências

- AUSBEL, K. **Restoring the earth: visionary solutions from the bioneers**. Tiburon, Ca: H. J. Kramer, 1997.
- BAKER, T.; NELSON, R. Creating something from nothing: resource construction through entrepreneurial bricolage. **Administrative Science Quarterly**, vol. 50, p. 329-366, 2005.
- BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2008.
- _____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- BOWEN, G. Grounded theory and sensitizing concepts. **International Journal of Qualitative Methods**, vol. 5, n.o 3, p. 1-9, 2006.
- CARLAND, J.; CARLAND, J. D.; STEWART, W. Seeing what's not there: the enigma of entrepreneurship. **Journal of Small Business Strategy**, vol. 7, n.o1, p. 1-20, 1996.
- COLLINS, O.; MOORE, D. **The enterprising man**. East Lansing, MI: Michigan State University Press, 1964.
- COOPER, A.; RAMACHANDRAN, M.; SCHOORMAN, D. Time allocation patterns of craftsmen and administrative entrepreneurs: implications for financial performance. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, vol. 22, n.o 2, p. 123-136, 1997.
- DENZIN, N.; LINCOLN, Y. **Handbook of qualitative research**. 2. ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2000.
- DEY, I. Grounding Categories: In: BRYANT. Z; CHARMAZ. T. A. (eds.) **The SAGE handbook of grounded theory**. Los Angeles: SAGE Publications, 2007.
- FILLEY, A.; ALDAG, D. Characteristics and measurement of an organizational typology. **Academy of Management Journal**, vol. 21, n.o 4, p. 578-591, 1978.
- FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre, Artmed, 2009.
- FROTA, L. C.; PETERSON, C. **Tiradentes: retrato de uma cidade**. Rio de Janeiro: Campos Gerais, 1983.
- GARUD, R.; KARNOE, P. Bricolage versus breakthrough: distributed and embedded agency in technology entrepreneurship. **Research Policy**, vol. 32, n.o 2, p. 277-300, 2003.
- GLASER, B. **Basics of grounded theory analysis: emergence vs. forcing**. Mill Valley, CA: Sociology Press, 1992.
- _____. **Sensitivity: advances in the methodology of grounded theory**. Mill Valley, CA: Sociology Press, 1978.

-
- _____; STRAUSS, A. **The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research.** New York: Aldine de Gruyter, 1967.
- GIOIA, D. A.; THOMAS, J. B. Identity, image and issue interpretation: sensemaking during strategic change in academia. **Administrative Science Quarterly**, vol. 41, p. 370-403, 1996.
- HARPER, D. **Working knowledge: skill and community in a small shop.** Chicago-London: University of Chicago Press, 1987.
- HAYNIE, J. M.; SHEPHERD, D. A. A measure of adaptive cognition for entrepreneurship research. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, vol. 33, n.º3, p. 695-714, 2009.
- HICKS, S. **Explaining postmodernism.** San Jose, CA: Scholarly Publications, 2004.
- HULL, D.; BOSLEY, J.; UDELL, G. Renewing the hunt for the heffalump: identifying potential entrepreneurs by personality characteristics. **Journal of Small Business Management**, vol. 18, n.º1, p. 11-18, 1980.
- KINCHELOE, J. Describing the bricolage: conceptualizing a new rigor in qualitative research. **Qualitative Inquiry**, vol. 7, n.º 6, p. 679-692, 2001.
- LESSINGER, J. **An economics of the long run.** Seattle, WA: Socioeconomics, 2008.
- _____. The emerging region of opportunity. **American Demographic**, vol. 9, p. 33-37, 1987
- _____. **'Penturbia':** where real estate will boom after the crash of suburbia. Seattle, WA: Socioeconomics, 1991.
- _____. **Regions of opportunity.** New York: Random House, 1986.
- _____. **Schizomaina:** split society, perilous economy. Seattle, WA: Socioeconomics, 2003.
- LÉVI-STRAUSS, C. **The savage mind.** Chicago: The University of Chicago Press, 1966.
- LINCOLN, Y.; GUBA, E. **Naturalistic inquiry.** Newbury Park: Sage Publications, 1985.
- MALLMANN, T. D. M.; BORBA, B. W.; RUPPENTHAL, J. E. Avaliação da tipologia dos empreendedores residentes da incubadora tecnológica de Santa Maria utilizando o teste "Kersey Temperament Sorter". In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 25., 2005, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: ENEGEP, 2005.
- MCMULLEN, J.; SHEPHERD, D. A. A. **Theory of entrepreneurial action.** In: KATZ, J.; SHEPHERD, D. A. (eds.) **Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth.** Greenwich, CT: JAI Press, 2003.
- MEPPEN, T. The discursive community: evolving institutional structures for planning sustainability. **Ecological Economics**, vol. 34, p. 47-61, 2000.
- MILES, M.; HUBERMAN, A. **Qualitative data analysis: an expanded sourcebook.** 2. ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1994.
- MILLER, D. The correlates of entrepreneurship in three types of firms. **Management Science**, vol. 29, n.º 7, p. 770-791, 1983.
-

- MINER, A.; BASSOFF, P.; MOORMAN, C. Organizational improvisation and learning: a field study. **Administrative Science Quarterly**, vol. 46, p. 304-337, 2001.
- PADGETT, D. K. Coming of age: theoretical thinking, social responsibility, and a global perspective on qualitative research. In: PADGETT, D. K. (ed.) **The qualitative research experience**. Belmont, CA: Wadsworth/Thompson Learning, 2004.
- REICH, R. B. **The work of nations**. New York: Knopf, 1991.
- RIFFKIN, J. **The end of work**. New York: Putnam, 1995.
- SARASVATHY, S. The questions we ask and the questions we care about: reformulating some problems in entrepreneurship research. **Journal of Business Venturing**, vol. 19, p. 707-717, 2004.
- SMITH, A. **The entrepreneur and his firm: the relationship between type of man and type of company**. East Lansing, MI: Michigan State University, 1967.
- STINCHFIELD, B. T.; NELSON, R. E.; WOOD, M. Entrepreneurial opportunities: bricolage, art, craft, engineering and brokerage. **Proceedings of the Babson Entrepreneurship Research Conference**, Lausanne, Swiss, 2010.
- TOFFLER, A. **The third wave**. London: Pan, 1980.
- WOOD, M. S.; MCKINLEY, W. The production of entrepreneurial opportunity: a constructivist perspective. **Strategic Entrepreneurship Journal**, vol. 4, n.o 1, p. 66-84, 2010.
- ZAHRA, S.; GEDAJLOVIC, E.; DONALD, O.; NEUBAUM, D.; SHULMAN, J. A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges. **Journal of Business Venturing**, vol. 24, n. o5, p. 519-532, 2009.