

AS PRÁTICAS COTIDIANAS DE NEGÓCIO DOS CATIREIROS DA REGIÃO DO TRIÂNGULO MINEIRO E ALTO PARANAÍBA

JOSÉ VITOR PALHARES DOS SANTOS
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)
titopalhares@hotmail.com

ALICE DE FREITAS OLETO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)
aliceoleto@hotmail.com

Introdução

Estudos sobre a estratégia como prática evidenciam que a estratégia não é um elemento exclusivo das organizações, mas também se constitui como uma atividade praticada pelas pessoas, podendo ser considerada como uma prática social. Desse modo, tal vertente concebe a estratégia como algo que as pessoas fazem, sendo vista como uma atividade contínua, centrada nas micro-atividades que compreendem a construção da estratégia. A estratégia e a prática, portanto, caminhariam juntas (WHITTINGTON, 1996).

Problema de Pesquisa e Objetivo

Este trabalho teve como objetivo compreender as práticas cotidianas do homem comum em seus negócios ordinários, sendo os sujeitos foco desta pesquisa os negociantes rurais do interior do Estado de Minas Gerais, mais especificamente aqueles da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, também conhecidos como catireiros. Nosso intuito foi o de fugir dos parâmetros gerencialistas dominantes para poder desvelar as muitas maneiras de fazer catira no cotidiano desses gestores ordinários.

Fundamentação Teórica

Certeau (1994; 1998) infere que é através das artes de fazer que os sujeitos (re)inventam seu cotidiano, e em suas obras o autor narra algumas práticas cotidianas, as quais, além de compreenderem as artes de fazer dos sujeitos, constituem as estratégias e táticas utilizadas pelos mesmos. Assim, algumas dessas práticas (estratégias) lidam com a estrutura no sentido de mantê-las e legitimá-las; mas há também práticas (táticas) que atuam no sentido de subverter os próprios componentes da estrutura.

Metodologia

A fim de atingir os objetivos propostos, utilizamos da abordagem da pesquisa qualitativa, de caráter exploratório. A coleta de dados foi feita por meio de entrevistas semi-estruturadas com 31 catireiros da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, que foram encontrados através da técnica da bola de neve. Os áudios das entrevistas foram gravados e, posteriormente, transcritos, formando o corpus da pesquisa. Para a análise dos dados, utilizamos da Análise Crítica do Discurso (ACD).

Análise dos Resultados

As estratégias na catira estão relacionadas com o conhecimento sobre o mercado rural, sobre as melhores épocas para se catirar, de entender as diversas peças-chave que fazem girar a engrenagem da catira. Já as táticas são aquelas operações circunstanciais e situacionais para tirar vantagem ou para não ter prejuízo nas negociações. São improvisações que dependem da astúcia do catireiro em perceber as oportunidades para se catirar, já que a prática da catira também pode ser considerada como tática

Conclusão

As práticas cotidianas de negócio da catira são múltiplas e diversas entre os catireiros da região estudada. Apesar de eles ainda suavizarem a importância de suas práticas cotidianas na gestão de seus negócios, eles exprimem a relevância de tais práticas na forma de verbos, como o andar, procurar, perguntar, negociar, argumentar, mostrar, conhecer, especular, saber, pechinchar, etc. Ademais, eles demonstram também que a catira exige que se tenha um aprendizado contínuo sobre essas práticas

Referências Bibliográficas

- CERTEAU, M. A invenção do cotidiano: artes do fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
CERTEAU, M. A invenção do cotidiano 2: morar, cozinhar. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
JARZABKOWSKI, P.; SEIDL, D. The role of meetings in the social practice of strategy. *Organization Studies*, Berlin, v. 29, n. 11, p. 1391-1426, 2008.
WHITTINGTON, R. Strategy as Practice. *Long Range Planning*, v. 29, n. 5, p. 731-735, 1996.

AS PRÁTICAS COTIDIANAS DE NEGÓCIO DOS CATIREIROS DA REGIÃO DO TRIÂNGULO MINEIRO E ALTO PARANAÍBA

INTRODUÇÃO

Os estudos sobre o campo da estratégia foram desenvolvidos, historicamente, com forte orientação econômica, direcionados à alta gerência das organizações e delineados através de perspectivas prescritivas (WHITTINGTON, 2006; BRITO, 2013). Nesse sentido, os estudos sobre estratégia tiveram como precursores autores clássicos, como Chandler (1962) e Ansoff (1965), em uma época em que prevalecia o racionalismo cartesiano nos estudos organizacionais, e o fazer estratégia era visto como um planejamento de objetivos e metas a serem atingidos no longo prazo (CLEGG; HARDY, 1999). Entretanto, com o passar dos anos, o campo da estratégia ganhou novas compreensões, como é o caso das pesquisas de autores como Wilson e Jarzabkowski (2004), que trabalharam sob o prisma da estratégia como prática, ao enfatizar a relação da estratégia com as práticas sociais cotidianas e darem atenção às questões de nível micro que envolve o indivíduo, a estratégia e a organização.

Os estudos sobre estratégia como prática evidenciam que a estratégia não é um elemento exclusivo das organizações, mas também se constitui como uma atividade praticada pelas pessoas (JOHNSON et al., 2003) em seu cotidiano, podendo ser considerada, então, como uma prática social (WHITTINGTON, 2004). Diferentemente das outras abordagens, as quais compartilham que o conceito de estratégia é algo que as organizações possuem, tal vertente concebe que a estratégia é algo que as pessoas fazem, sendo vista como uma atividade contínua, centrada nas micro-atividades que compreendem a construção da estratégia (JOHNSON et al., 2007). A estratégia e a prática, portanto, caminhariam juntas (WHITTINGTON, 1996).

Contudo, Barros *et al.* (2011) afirmam que as práticas cotidianas dos gestores ordinários para a construção de um corpo de conhecimento sobre gestão muitas vezes são ignoradas pelo ensino em Administração e por consultores da área. Tais práticas podem ser caracterizadas como um saber, mas não estão estruturadas em discursos acadêmicos e técnicos, embora sejam responsáveis pela manutenção e sobrevivência de muitos negócios. Tais autores denunciam a falta de consideração e o desprezo da Administração em relação aos saberes práticos gerados pelos pequenos comerciantes ou negociantes individuais por parte da comunidade técnico-científica, a qual alega que as práticas desses indivíduos – trazidos neste trabalho para a realidade dos catireiros – estariam superadas e poderiam ser classificadas como ineficientes do ponto de vista mercadológico, devido a falta de racionalidade, razoabilidade e a pouca elaboração. Para Brant (2004), Lima (2009) e Holanda (2011), o conhecimento do homem comum (conhecimento popular) e as práticas organizativas de sua gestão ordinária são marginalizados pelos pesquisadores, pois estes caracterizam os praticantes como amadores, isto é, inferem que esses sujeitos não possuem profissionalismo nem credibilidade, e que sobra improvisação em seus negócios.

Desse modo, este trabalho teve como objetivo compreender as práticas cotidianas do homem comum (MARTINS, 2008) em seus negócios ordinários, sendo os sujeitos foco desta pesquisa os negociantes rurais do interior do Estado de Minas Gerais, mais especificamente aqueles da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, também conhecidos como catireiros. Nosso intuito foi o de fugir dos parâmetros gerencialistas dominantes para poder desvelar as muitas maneiras de fazer catira no cotidiano desses gestores ordinários. O interesse pela temática das práticas cotidianas foi devido à leitura de duas obras de Certeau (1994, 1998), nomeadas como “A invenção do cotidiano” e “A invenção do cotidiano 2”. Em suas obras, o autor

esboça as maneiras de fazer do homem comum, não exatamente aquele vencedor que nos conta as histórias tradicionais, ao contrário, aquele que muitas vezes não é considerado como o personagem principal na vida social, a não ser à título de resistência em relação ao desenvolvimento da produção socio-cultural (CERTEAU, 1994). Essas maneiras de fazer, ou operações, como Certeau (1994) denomina, compõem as diversas práticas cotidianas dos indivíduos, as quais eles utilizam para se (re)apropriarem do espaço organizativo.

Assim, com esta pesquisa buscamos contribuir para o entendimento da Administração sobre uma análise das diversas práticas cotidianas (estratégias e táticas) e as maneiras de fazer em que os catireiros organizam o dia-a-dia de seus negócios. A importância acadêmica se deve ao fato de que esses sujeitos podem contribuir para com os Estudos Organizacionais ao dissertarem sobre temáticas da linha e revelarem práticas e negócios antes pouco conhecidos, uma vez que as catiras e os catireiros do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba guardam e (re)constroem diariamente práticas, histórias, conhecimentos, estratégias e táticas que merecem e precisam ser destacados na nossa área. Além disso, há também a relevância social desta pesquisa, quando damos vozes e ouvidos aos catireiros, gestores ordinários que cotidianamente (re)criam práticas em suas catiras como forma de sobrevivência e ampliação de riqueza, mas que antes eram invisíveis para academia.

Portanto, a fim de atingir os objetivos indicados neste trabalho, utilizamos da abordagem da pesquisa qualitativa, de caráter exploratório. A coleta de dados foi feita por meio de entrevistas semi-estruturadas com trinta e um catireiros da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba. Os catireiros foram encontrados por meio da técnica da bola de neve e o critério utilizado para a escolha dos mesmos foi por conveniência, isto é, à medida que eles aceitaram participar do estudo. Os áudios das entrevistas foram gravados e, posteriormente, transcritos, formando o *corpus* da pesquisa. Para a análise dos dados, utilizamos da Análise Crítica do Discurso (ACD). Por fim, este trabalho está organizado em cinco seções, a contar desta introdução. No capítulo seguinte, abordamos o referencial teórico sobre estratégia como prática e o “fazer estratégia” no cotidiano. Na terceira seção, tecemos os procedimentos metodológicos trilhados na pesquisa. Em sequência, há a análise dos dados, ou seja, analisamos as práticas cotidianas de negócio dos catireiros da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, para, em seguida, encerrar este trabalho com as considerações finais sobre o estudo.

ESTRATÉGIA COMO PRÁTICA E O “FAZER ESTRATÉGIA” NO COTIDIANO

O surgimento da abordagem da estratégia como prática é marcado pela publicação do artigo “*Strategy as practice*”, de autoria de Richard Whittington, no ano de 1996, em um periódico que noticia pesquisas referentes à estratégia organizacional, em que o pesquisador sugeriu no artigo que a estratégia fosse vista como uma prática social (CANHADA; RESE, 2009). A concepção do termo “estratégia como prática” surge na academia em meados da década de 90, quando Whittington (1996) viu a necessidade de explorar questões centrais decorrentes do estudo sobre estratégia, tais como: O que seria a estratégia? Quais são seus praticantes? O que eles fazem? Como a teoria da administração estratégica enfoca e sustenta a noção de estratégia como prática? Nesse momento, grande parte dos estudos sobre estratégia passou a se preocupar com o papel dos agentes organizacionais para a construção da mesma.

Nesse sentido, os estudos de Walter e Augusto (2011), Walter et al. (2012) e Okayama et al. (2014) evidenciam que a abordagem da estratégia como prática é predominante,

especialmente, em países europeus, como por exemplo na Inglaterra, dando destaque a dois principais autores: Whittington e Jarzabkowski. Esses autores também são apontados como os principais difusores dessa perspectiva nas pesquisas brasileiras, uma vez que ambos foram os responsáveis pela introdução dessa temática no Brasil, por meio de dois estudos reeditados e publicados no país (WALTER; AUGUSTO, 2011). Entretanto, a concepção da estratégia como prática no Brasil ainda está caminhando, a passos curtos, para a sua solidificação na academia, devido ao baixo número de estudos publicados aqui, ou até mesmo porque tal abordagem foi introduzida posteriormente no nosso país, quase dez anos depois da primeira publicação no exterior (WALTER; AUGUSTO, 2011; WALTER et al., 2012; OKAYAMA et al., 2014).

Ao destacar a vertente da estratégia como prática, enfatizamos que ela representa uma perspectiva diferente – mais reflexiva –, que provocou modificações significativas no modo de se produzir conhecimento sobre a prática de fazer estratégia (JARZABKOWSKI, 2004; JARZABKOWSKI; SEIDL, 2008; WHITTINGTON, 1996, 2003, 2006). Para os autores europeus, trata-se da revisão de pressupostos epistemológicos, ontológicos e metodológicos no campo da teoria da administração estratégica, haja vista que a vertente da estratégia como prática emergiu em virtude da saturação dos modelos normativo-prescritivos formulados pela visão clássica da administração estratégica e da necessidade de produzir novas explicações sobre a ação dos agentes organizacionais, tanto no nível micro (ações cotidianas) quanto no macro (ambiente de atuação) (JARZABKOWSKI; SEIDL, 2008; WHITTINGTON, 2006).

Desse modo, a estratégia como prática pode ser compreendida como um conjunto de atividades desenvolvidas nas inter-relações sociais estabelecidas nas organizações. É por meio de tais atividades que emergem as práticas, formais ou informais, que são compostas pelas estratégias (CANHADA; RESE, 2009). Assim, o fazer estratégia, nessa perspectiva, se preocupa em perceber como ocorrem as atividades cotidianas e sua relação com a esfera social. Para Jarzabkowski (2005, p. 34), o fazer estratégia no cotidiano pode ser compreendido como “a habilidade astuciosa para usar, adaptar e manipular os recursos empregados para engajar-se na formação da atividade da estratégia ao longo do tempo”, preocupando-se com questões que envolvam as ações dos sujeitos, suas reflexões, como eles pensam e as técnicas utilizadas no fazer estratégia.

Contudo, é importante mediar aqui que autores como Wilson, Jarzabkowski, Whittington e Seidl, dentre outros, pensam a estratégia como prática aplicada nas organizações burocráticas e os meios de torná-las mais eficientes, e não nas práticas da gestão ordinária de sujeitos comuns. Tais autores priorizam o desempenho organizacional, mudando apenas o enfoque da análise na busca pela eficiência da organização. Por isso, nos referenciamos, especialmente, em Certeau (1994; 1998), a fim de desvelar as “artes de fazer” de sujeitos cuja relevância para a formação da sociedade não é analisada. Desse modo, nosso viés aqui não é o organizacional, mas sim o social.

Certeau (1994) infere que, é através das artes de fazer que os sujeitos (re)inventam seu cotidiano. Em suas obras, Certeau (1994, 1998) narra algumas práticas cotidianas, as quais, além de compreenderem as artes de fazer dos sujeitos, constituem as estratégias e táticas utilizadas pelos mesmos. Para o autor, algumas dessas práticas lidam com a estrutura no sentido de mantê-las e legitimá-las; mas há também práticas que atuam no sentido de subverter os próprios componentes da estrutura. É nesse contexto que surgem os conceitos de estratégias e táticas. De acordo com Certeau (1994, p. 46), a estratégia pode ser concebida como

[...] o cálculo das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que um sujeito de querer e poder é isolável de um “ambiente”. Ela postula um lugar capaz de ser circunscrito como um próprio e portanto capaz de servir de base a uma gestão de suas relações com uma exterioridade distinta (CERTEAU, 1994, p. 46).

Ou seja, as estratégias são práticas cotidianas que contam com um lugar próprio de poder. Dessa forma, um sujeito, dotado de poder e querer, e advindo de um lugar privilegiado, pode articular e manipular suas estratégias sobre outras pessoas. A essas últimas, em posições desfavoráveis de querer e poder, cabe a manipulação e articulação de ações calculadas que podem até subverter a ordem social estabelecida, o que Certeau (1994) designa como táticas. Dessa forma, a estratégia seria o meio de uma pessoa – detentora do poder – gerir as relações com os outros, e a tática seria a arte do fraco – as ações daqueles despossuídos de poder. Nas palavras do autor, a tática é um

[...] cálculo que não pode contar com um próprio, nem portanto com uma fronteira que distingue o outro como totalidade visível. A tática só tem por lugar o do outro. Ela aí se insinua, fragmentariamente, sem apreendê-lo por inteiro, sem poder retê-lo à distância. Ela não dispõe de base onde capitalizar os seus proveitos, preparar suas expansões e assegurar uma independência em face das circunstâncias (CERTEAU, 1994, p. 46).

Desse modo, as táticas são práticas que não possuem lugar próprio de poder, além de serem situacionais e circunstanciais, dependendo do tempo e da ocasião. É uma arte do improviso. Há um relacionamento dessas práticas com a astúcia do indivíduo para aproveitar as circunstâncias. São as “mil maneiras de jogar/desfazer o jogo do outro” (CERTEAU, 1994, p. 79). Tais práticas têm por objetivo tornar “mais forte” o lado “mais fraco” por meio do aproveitamento de ocasiões para originar resultados imediatos. “A tática é movimento “dentro do campo de visão do inimigo” [...], e no espaço por ele controlado. Ela opera golpe por golpe, lance por lance. Aproveita as “ocasiões” e delas depende” (CERTEAU, 1994, p. 100).

Em sequência, no que se refere à diferença entre essas duas práticas (estratégias e táticas), Carrieri *et al.* (2012) afirmam que sua distinção pode ser visualizada quando se conhece o lugar de quem as pratica – se o praticante está no poder naquele momento específico ou não. Para Souza e Carrieri (2012, p. 45), “a estratégia é destinada ao acúmulo futuro, à prescrição e ao controle. Já a tática é contextual e efêmera”. Além disso, outra diferença apontada pelos autores é que através das estratégias pode-se impor, produzir e mapear espaços, enquanto que por meio das táticas pode-se somente utilizá-los, alterá-los ou manipulá-los pontualmente.

Assim, Certeau (1994) nos alerta de que, na análise das práticas, há a necessidade de compreendermos, ao invés do “além da ação realizada”, o “como ela é realizada”, isto é, as maneiras de fazer estratégia no cotidiano. Nesse sentido, Carrieri *et al.* (2012) inferem que os estudos sobre estratégia como prática devem ser associados ao cotidiano e ao contexto, os quais, segundo os autores, influenciam no saber-fazer dos indivíduos, na gestão ordinária. Mas do que se trata o cotidiano? A importância dessa temática para a pesquisa se dá no momento em que foi possível compreender as ações diárias praticadas pelos indivíduos, caracterizados nesta pesquisa como sujeitos comuns (MARTINS, 2008), que não são envolvidos pelas metanarrativas nas pesquisas tradicionais em Administração, e que dependem do dia-a-dia para garantirem sua sobrevivência (PATTO, 1993). É na vida cotidiana que esses sujeitos se inserem na sociedade e se relacionam (HELLER, 1985), (re)produzindo constantemente suas práticas diárias (CERTEAU, 1994). De acordo com Certeau (1994), as atividades diárias desenvolvidas por esses sujeitos constituem a formação de saberes que mantém a cotidianidade, os quais, por sua vez, compõem as artes de fazer.

A temática do cotidiano, além de ser pouco explorada na área de Administração (LIMA, 2009), é retratada de maneira trivial nos estudos ocidentais (LEFEBVRE, 1991). Segundo Carrieri (2012, p. 36), “para a visão dominante na Administração pesquisar o cotidiano praticado socialmente não se constitui como um trabalho de relevância e necessidade acadêmica”. Por outro lado, ao analisar o cotidiano de negócio de indivíduos comuns, é possível compreender como eles (re)criam suas estratégias e táticas em sua gestão ordinária.

A gestão ordinária é aquela exercida no cotidiano dos negócios ordinários, uma prática caracterizada como social e cultural composta por uma diversidade de códigos, referências e interesses pessoais e relacionais (CARRIERI; PERDIGÃO; AGUIAR, 2014). São práticas administrativas vivenciadas no dia-a-dia de micro, pequenos e médios negócios formais ou informais, que, embora possuem pontos de contato com a Administração, não são diretamente modeladas por ela. Desse modo, há a figura do gestor ordinário que, por exemplo, faz cálculos de cabeça para fechar seus negócios no cotidiano, mas que desconhece os conceitos de matemática financeira. Esses gestores ordinários refletem um ponto de vista sobre o contexto no qual estão inseridos, contudo, são marginalizados nas narrativas da e sobre a Administração (BARROS; CARRIERI, 2015).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A fim de buscar compreender as práticas cotidianas de negócio dos catireiros da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba na arte da catira, trilhamos os caminhos de uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório. Nesse sentido, concordamos com Chizzotti (2004) quando o autor infere que esse tipo de investigação (qualitativa) permite estudar os fenômenos em um contexto em que há uma relação entre os pesquisadores e os atores da pesquisa, e não interpretar os dados de maneira isolada. Ademais, corroboramos com as ideias de Certeau (1994) quando este propõe que, ao se investigar as práticas cotidianas, nos preocupemos não com o seu material, com aquilo que é utilizado no dia-a-dia, mas sim em sua forma, o movimento astucioso e as maneiras de utilizarem as práticas. E, nesse contexto, para o autor, os métodos estatísticos não são capazes de representar as trajetórias táticas, que são suprimidas pelas generalizações.

No mais, quando nos referimos a um caráter exploratório (GIL, 2008) da pesquisa, temos consciência de que o fenômeno investigado, isto é, as práticas cotidianas, não é uma temática nova a ser explorada na Administração. Entretanto, ao relacionar essas práticas à arte da catira, trazemos aí uma temática pouco explorada na academia. Esse também foi um fator limitante da pesquisa, uma vez que há poucos trabalhos que descrevem o cotidiano dos catireiros e da prática da catira para dar subsídio a esta pesquisa.

Mas o que são as catiras? As catiras são contínuas relações comerciais que envolvem a troca de alguma coisa (normalmente de animais) por bens de consumo, produtos agropecuários, dinheiro, ou um pouco de cada, e vice-versa. Esses negócios contínuos são de todos os tamanhos, não necessariamente envolvem dinheiro em suas transações e é uma das práticas mais antigas do meio rural mineiro e, em algumas regiões desse Estado, como no Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, são negociações frequentes no cotidiano das pessoas, sendo os negociantes – catireiros – extremamente dedicados na execução dessa arte (RIBEIRO; GALIZONI, 2007; SANTOS, 2016). Além disso, as movimentações sociais e financeiras das catiras, regidas por práticas próprias, são responsáveis pela conservação, geração e ampliação de renda de muitas famílias do interior do estado de Minas Gerais (SANTOS, 2016). Como evidenciado por Ribeiro e Galizoni (2007, p. 72), as catiras “dinamizam grandes e pequenos

negócios, criam e distribuem riquezas, consolidam poupanças, expandem o patrimônio comercial ao firmar relações costumeiras de confiança que alicerçam novas e continuadas trocas entre os agentes econômicos”.

O *corpus* da pesquisa foi constituído por meio de dados coletados através de entrevistas semiestruturadas com 31 catireiros que atualmente moram e catiram na região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba. De acordo com Thiollent (1987), as entrevistas são estratégias profícuas em inserir o pesquisador no universo simbólico dos entrevistados. De acordo com Triviños (1987, p. 152), esse tipo de ferramenta (entrevistas semiestruturadas) auxilia na descrição dos fenômenos investigados, como também na explicação e compreensão dos mesmos, mantendo o pesquisador consciente e atuante nessa fase da pesquisa. Além disso, segundo Boni e Quaresma (2005), essa técnica possui algumas vantagens, como a elasticidade da duração das entrevistas, que permite uma cobertura mais profunda sobre os temas necessários a serem investigados, e a possibilidade de promover uma maior interação entre o pesquisador e os entrevistados, favorecendo na captação de respostas mais espontâneas e na proximidade entre esses sujeitos envolvidos, permitindo que o pesquisador toque em assuntos mais complexos e delicados.

A delimitação dos entrevistados levou em consideração os catireiros que fazem negócios/catiras nas regiões do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba e que se autoidentificam como catireiros. Desse modo, a escolha desses atores não foi pelo o que ele negocia, nem pela questão de ele ser do meio rural ou urbano. Esses catireiros negociam tanto animais (que é o mais comum) como também bens materiais. A escolha dos entrevistados levou em consideração o catireiro que se identifica como tal. Além disso, delimitamos os catireiros do estado de Minas Gerais por essa ser uma das regiões em que a catira está mais consolidada, principalmente no Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba (RIBEIRO; GALIZONI, 2007).

Ainda no que tange a fase de coleta de dados, a delimitação dos sujeitos investigados também levou em consideração um processo de conveniência, ou seja, à medida que os catireiros aceitaram participar da pesquisa. Além disso, a escolha desses sujeitos envolveu, *a priori*, uma rede de contatos que os pesquisadores possuíam. Contudo, a partir do momento em que o primeiro catireiro aceitou participar da pesquisa, os demais foram encontrados por meio da técnica da bola de neve (*snowball sampling*), método este que tem sido amplamente utilizado em pesquisas sociais qualitativas, quando os sujeitos de pesquisa compartilham e reconhecem outros indivíduos que possuem características semelhantes ao interesse da investigação (BIERNARCKI; WALDORF, 1981). Já em relação à quantidade de participantes da pesquisa, nos respaldamos nas afirmações de Rey (2005) e de Degob e Palassi (2009), os quais inferem que na pesquisa qualitativa não é o número de entrevistados que define a validade dos resultados obtidos, mas sim a especificidade dos sujeitos que se investiga.

Por fim, os dados coletados foram analisados por meio da Análise Crítica do Discurso (ACD). De acordo com Fairclough (2003), a Análise Crítica do Discurso trata a linguagem como discurso, e este como um elemento do processo social que está interconectado com outros elementos da prática social, isto é, o discurso é a linguagem como uma forma de prática social, sendo a ACD uma analítica de como os (con)textos interagem inseridos em práticas socioculturais. Os discursos, segundo O’Connor (1995), é o locus através do qual os atores expressam suas práticas, valores, símbolos e visões de mundo. Desse modo, através da Análise Crítica do Discurso, buscamos reconstruir e interpretar as visões de mundo dos sujeitos da pesquisa, a fim de atingir os objetivos que propomos com a mesma.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Dos 31 catireiros participantes da pesquisa, 28 são homens e 3 são mulheres. Os entrevistados possuem entre 25 e 82 anos de idade, e a escolarização varia desde o ensino fundamental, ensino médio completo, ensino superior incompleto e completo. As principais cidades dos catireiros entrevistados foram Sacramento, Uberaba, Araxá, Conquista, Perdizes, Patrocínio, dentre outras localizadas na região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, em Minas Gerais.

Iniciamos as entrevistas com os catireiros pedindo que eles nos falassem um pouco mais sobre quem eram aqueles sujeitos, solicitando que eles se identificassem e nos contassem um pouco sobre suas histórias de vida. De forma geral, as entrevistas foram fluidas. Entretanto, não foram muito descontraídas. Ao contrário, percebemos certo receio por parte de muitos catireiros ao serem entrevistados, um certo pé atrás, uma desconfiança, talvez por não termos tido um contato prévio com os mesmos, o que pode ter dificultado na nossa interação naquele momento, ou até mesmo por muitos deles serem mais reservados, mais tímidos.

Desse modo, muitas das vezes não sentimos os entrevistados a vontade para falar sobre as práticas (estratégias e táticas) que eles utilizam no cotidiano da catira, ora por perceber que éramos uns desconhecidos para eles e que os indagava sobre particularidades que fazem a diferença na hora de fechar uma catira, um negócio; ora por perceber que eles mesmos acham que isso é um assunto tão comum em seus cotidianos que não veem a necessidade de discutirem ou de se fazer uma pesquisa sobre esse tema. Portanto, como afirmam Ribeiro e Galizoni (2007), a temática das relações comerciais de troca surgiu, num primeiro momento, em um contexto em que os próprios praticantes diminuem a importância das mesmas por meio de evasivas, e isso ainda é visto nas pesquisas sobre a catira, como pode ser observado abaixo, nos fragmentos retirados das entrevistas.

01 Mas cê vai fazer pergunta sobre catira pra que? É uma coisa tão simples, não tem muito segredo, não tem muito o que falar (...) Sobre o mercado é... o mercado rural que a gente tem que ficar atento, isso tem muita coisa, mas catira é simples demais, a gente fecha negócio de olho fechado. (C12)

02 Você tem certeza que tá fazendo um trabalho de escola sobre catira mesmo? (...) E o pessoal de lá fica querendo saber dessas coisas? Porque a gente tá tão acostumada com isso que pra nós não é novidade mais, né?! Pra gente já é coisa fácil. (C31)

Como é possível observar pelos trechos acima, os entrevistados utilizam adjetivos como “simples” e “fácil” para tentar diminuir a importância da catira nas pesquisas acadêmicas. Além disso, no primeiro fragmento podemos observar que o sujeito não vê motivos suficientes para que se estude as catiras, embora ela esteja inserida no contexto do mercado rural, o qual ele já vê a importância de ser pesquisado. Ademais, podemos observar ainda pelos trechos acima que a catira é algo muito comum no cotidiano desses entrevistados, por meio das escolhas dos vocábulos “acostumada”, “não é novidade” e “fecha negócio de olho fechado”, este último reforçando, ainda, além do caráter corriqueiro da catira, que essas contínuas transações parecem ser algo mais simples do que a gente imagina.

Foi perguntado aos catireiros como eles aprenderam a praticar a catira, e os respondentes indicaram que o aprendizado da catira se dá através da prática, como pode ser observado nos fragmentos abaixo.

03 Ah, eu fui aprendendo sozinho no dia a dia mesmo. (...) Na prática! (...) Foi por minha conta mesmo. (C10)

04 A gente vai aprendendo na prática, não tem escola pra catira não. E levando, talvez levando manta, prejuízo, você vai pegando a prática de fazer catira pro cê não errar. (C11)

05 Isso a gente aprende... Eu cresci trabalhando na enxada, capinando e fazendo de tudo na roça. Aí cê vê os outros... Um negocia aqui e ali. Observa o pessoal catirar. Daí virei catireiro também. (C12)

06 Na prática mesmo... Que isso num tem outro jeito. Cê que tem que aprender mesmo.. Num tem um manual. Então é a escola da vida que te ensina, né?! (C13)

Nos trechos acima, fica notório que a arte da catira, para muitos entrevistados, foi aprendida pela prática contínua com outros catireiros. No fragmento 03, por exemplo, o enunciador deixa claro que não precisou de ninguém da família para iniciar a catira, mas sim de outros catireiros, com quem ele a praticou e aprendeu. No trecho 04, o entrevistado utiliza de uma expressão local (*manta*) para também dizer que a prática da catira se aprende com os erros, com os prejuízos nos negócios. Já nos fragmentos 04 e 06, os enunciadores reforçam que a catira é aprendida somente através da prática, que as pessoas não conseguirão catirar por meio de *manuais* ou até mesmo em *escola*, a não ser que seja a *escola da vida que te ensina*, com as práticas contínuas estabelecidas com outros catireiros em seus cotidianos, que envolvem os *tombos*, as *mantas*, os *prejuízos*.

Além disso, podemos notar nos fragmentos acima a utilização de verbos como “observa”, “pega” (a prática), “aprende”, “vê” e “negocia”. A utilização dos verbos no tempo indicativo do presente demonstra que, embora os enunciadores estejam se contando sobre sua iniciação na arte da catira que ocorreu anos atrás, essas ações de “observar”, “aprender”, “negociar”, “pegar a prática” ainda ocorrem nos dias de hoje, demonstrando que as práticas na catira precisam ser acuradas constantemente em seus cotidianos, que é um aprendizado contínuo. Os catireiros precisam estar atentos às catiras que estão acontecendo ao seu redor. E como isso acontece? *Observa um, vê os outros, negocia aqui e ali, e vai aprendendo* constantemente em seu dia-a-dia.

Como relatado anteriormente, as catiras são negócios contínuos que envolvem troca (geralmente de animais) por bens de consumo, produtos agropecuários, dinheiro, ou um pouco de cada e vice-versa (RIBEIRO; GALIZONI, 2007). Além disso, há catira de todos os tamanhos e alguns praticantes catiram também serviços (SANTOS, 2016), como reforçado no trecho abaixo.

07 Não tem tamanho. Pra você ver, meu pai catirava fazenda e eu catiro serviços que custariam três reais, cinco reais, vinte reais, coisas pequenas. Então, quer dizer, não tem valor. Catira não tem tamanho. Meu pai catirava fazenda, ele trocava fazenda por carro, por cinco arreo, duas geladeira véia, freezer. Então, quer dizer, ele aceitava qualquer coisa na catira. E eu não! São pequenas coisas, serviços, que agregam valor no artesanato que eu faço. (C03)

Dando continuidade, tendo em vista que a estratégia está relacionada com a prática na abordagem da estratégia como prática (WHITTINGTON, 1996) e que a primeira não é vista como algo exclusivo que as organizações possuem, mas aquilo que as pessoas fazem em seu cotidiano (JOHNSON et al., 2007), perguntamos aos catireiros o que eles fazem em seu cotidiano, quais e como se dão as práticas cotidianas na catira. Algumas respostas podem ser conferidas nos trechos abaixo.

08 O catireiro tem que ser bom negociador e catirar de tudo hoje. Tem que especular as coisas também, saber argumentar, mostrar, falar, igual vendedor de loja mesmo.

Eu catiro vaca gorda, bezerro, vaca magra, qualquer trem, né! Porque se você for especificar “Vou catirar bezerro, só bezerro”, aí você vai na fazenda, lá tem bezerro, tem umas vacas magras. “Não, só quero vaca gorda.” Acaba perdendo, aí você mesmo denigre a sua imagem. (C06)

09 Ó, o catireiro tem que ter um... um bom relacionamento, tem que ter pessoas... ter um círculo de amizades que você tem... Pra fazer as catiras, né?! E tem que procurar se atualizar sempre.. É.. do mercado, dos preços... Senão leva manta, né?! (C11)

10 Ah, cê tem que ter visão do mercado. E pra isso cê tem que andar muito. Vai atrás, procura gado pra comprar e pra vender... É especulação, cê tem que saber quem que compra e quem tá querendo vender... Saber das mercadorias, com quem cê ta catirando.. (C26)

11 Então, a gente levanta cedo é... anda, procura outros catireiros pra ganhar seu sustento ali. Com essa economia que nós tamo teno no nosso país, uma dificuldade financeira, nós sabemos que todo mundo tá passando uma crise danada. Mas a gente procura mesmo assim, né?! Aí a gente já faz com mais pé no chão, sem buscar ganhar muito em cima. As vezes você compra uma vaca e troca aquela vaca por quatro, cinco bezerro. Depois pega o bezerro e já troca por mais duas vaca e vai indo... Tem que procurar, pode ficar parado não. (C19)

Assim, podemos afirmar que as práticas dos catireiros no cotidiano da catira são expressas por meio de verbos, como andar, procurar, perguntar, negociar, comprar, argumentar, mostrar, falar, conhecer, especular, saber, dentre outros contidos nas entrevistas. Todos os catireiros deixaram em evidência que uma das principais práticas na arte de fazer catira é ser um caminhante, isto é, o catireiro precisa andar muito para especular quem são os possíveis catireiros com quem eles poderão se relacionar e o que eles catiram em seu cotidiano. Além disso, outro aspecto relevante que sobressaiu quando indagados sobre o que fazem em seu cotidiano diz respeito à necessidade de se manterem atualizados sobre o mercado, os preços das mercadorias, os praticantes da catira e o que eles têm negociado, pois como seus negócios vão de fazendas a navios, de galinhas a vacas, de carro a éguas, é preciso que eles saibam o valor desses produtos a todo o momento, sua cotação no mercado financeiro local e não local (principalmente dos animais) a fim de que se possa fazer as proporções para as trocas em produtos e/ou dinheiro. Dessa forma, é por meio dessas práticas, ou maneiras de fazer catira, que os sujeitos catireiros (re)inventam seu cotidiano diariamente e o reproduz. Essas atividades diárias constituem a formação de saberes que mantêm a cotidianidade e que compõem as artes de fazer (CERTEAU, 1994; 1996) catira.

Outro ponto que gostaríamos de destacar sobre os fragmentos acima é em relação à tática (CERTEAU, 1994) exposta na prática da catira pelo enunciador C19, no trecho 11. Esse entrevistado, ao evidenciar a necessidade de conhecimento do mercado e da economia, ressalta que quando identifica que os catireiros estão em um momento de dificuldade financeira, ou que a região passa por uma crise econômica, para driblar essas dificuldades e continuar fechando seus negócios, ele busca não ganhar lucros exorbitantes em cima das catiras fechadas. Ou seja, segundo esse entrevistado, como um movimento situacional e subversivo (CERTEAU, 1994), para tentar reverter o difícil momento de estabelecer negócios – tendo em vista as crises econômicas e dificuldades financeiras locais – a tática que ele enxergou para continuar catirando seus produtos e serviços com outros sujeitos naquele determinado momento foi a de negociar com mais pé no chão, sem buscar ganhar muito em cima do outro.

Em sequência, detalhamos como os catireiros praticam a catira no cotidiano. Nesse sentido, buscamos compreender, ao invés do “além da ação realizada”, o “como ela é realizada”

(CERTEAU, 1994), isto é, as maneiras dos catireiros de fazerem as catiras, como pode ser observado nas passagens a seguir.

12 A catira você pratica assim: oferecendo a sua mercadoria e o outro catireiro te oferece a dele. “Vamos trocar? O que que cê me volta? Quanto que você quer de volta?” É mais ou menos isso aí, tem que pensar no valor das mercadorias e falar bem da sua que você tá mostrando. Tem que saber realçar as qualidades daquilo que cê tem. Outro exemplo: cê vai na fazenda, vai no curral da pessoa, vê o gado dele. Vamos lá: “Eu tenho umas vacas. Cê quer trocar as suas vaca de leite nuns bezerras? Ou num boi reprodutor?”. É assim que é o catira, tem que ir oferecendo o que você tem pra trocar naquilo que você quer. (C01)

13 A primeira coisa que tem que ver é o que que eu quero, né! Primeira coisa tem que ter o foco no que eu tô querendo pra fazer catira, no que eu tô interessado. “Tô precisando de um parafuso amarelo”. Daí eu vou atrás de quem tem pra poder catirar, oferecer o que eu tenho em troca do parafuso amarelo que eu preciso. (C02)

Como pode ser observado pelos fragmentos acima, algumas ações são importantes na prática da catira, como saber oferecer as mercadorias, realçar as qualidades dos produtos e serviços, pensar sobre o valor de troca, definir pelo que se está interessado, dentre outras. Nessas passagens, os enunciadores deixam em evidência que a prática da catira envolve a definição daquilo que o catireiro quer (o que lhe interessa), para que ele possa ir atrás de quem tem esse produto/serviço para oferecer uma outra mercadoria em troca e iniciar a negociação. Assim, tais práticas podem ser caracterizadas como um fazer estratégia na catira, pois se tratam de uma habilidade astuciosa de usar e adaptar os recursos disponíveis para engajar-se na formação de estratégias de negócio ao longo do tempo (JARZABKOWSKI, 2005).

Desse modo, é possível afirmar ainda sobre os discursos presentes nesses dois trechos, que uma das estratégias utilizadas por alguns catireiros na prática da catira seria definir o que lhe interessa, para que ele possa direcionar suas próximas ações de negociação, como a quem ele vai recorrer (quem tem o produto que ele quer), o que ele vai oferecer em troca e pensar quanto vale ambas as mercadorias. Além disso, outra estratégia praticada na catira exposta no trecho 12 é sobre como falar bem do que se catira (produto/serviço) para o outro praticante, saber realçar as qualidades da sua mercadoria para instigar o interesse do outro catireiro com quem se negocia. Visualizamos tais práticas como estratégia, pois são ações articuladas para gerir as relações e negociações com os outros, destinadas ao acúmulo futuro e a prescrição do modo como se faz catiras, e não como ações subversivas ou circunstanciais (CERTEAU, 1994). Nos fragmentos a seguir, há outros relatos em que destacamos as práticas estratégicas utilizadas no cotidiano da catira.

14 Ver o mercado, saber como o mercado que tá girando, se tá em alta, se tá em baixa. Você tem que tá por dentro do valor da mercadoria que você tem. Ninguém vai catirar fora do preço de mercado. Tá no meio de pessoas que tão no meio também é importante, porque aí você vai sabendo tudo, quem tem o gado, quem não tem. Andando, procurando saber das coisas. Porque hoje você sabe que ele tá valendo tanto, amanhã você não sabe quanto que ele vai tá valendo. Pode aumentar muito ou pode cair. Então não é uma coisa que você fala: “hoje eu vou comprar por tanto e amanhã ele vai tá do mesmo jeito”. Não, não é! É imprevisível. Então tem que tá atento nisso, nas oscilação do mercado. (C02)

15 Tem que cuidar do gado, no caso meu é gado. Tem que zelar, tem que dar remédio, tem que ir no pasto. Igual, eu alugo pasto. Sempre tá olhando, pra sua mercadoria tá sempre apresentável pra catirar, né? Então, aí é um trabalho que tem que fazer todo dia. (C05)

16 Outra estratégia é reparar na época né. Tem época melhor pra catirar. Por exemplo, período do inverno é difícil demais de catirar gado né. Porque tem restrição de alimentação de pasto, volume fica mais reduzido né.. Época boa é época das águas, a roça tudo gira em torno de chuva, porque miora os pastos. (C11)

Na passagem 14, o enunciador afirma que ter conhecimento sobre o mercado financeiro e de produtos agropecuários e suas oscilações é uma prática importante no cotidiano da catira. Em seguida, C05 relata sobre o cuidado contínuo necessário para com a mercadoria que ele vai catirar, de forma a tornar o produto/serviço mais apresentável e despertar o interesse do outro praticante. No trecho 16, o entrevistado expõe sobre a necessidade de se ter conhecimento da época em que se está catirando, como uma prática que influencia na realização ou não das negociações, pois há épocas melhores que outras para se catirar.

Em todas as passagens acima, podemos afirmar que são relatos de práticas caracterizadas como estratégias, uma vez que não são ações subversivas e nem situacionais, mas que são atividades necessárias para gerir as relações com os outros (CERTEAU, 1994) catireiros. Assim, as estratégias nas catiras estão mais relacionadas com o conhecimento sobre o mercado rural em que os sujeitos estão inseridos, sobre o catireiro saber que há melhores épocas para se catirar e de entender sobre as diversas peças-chaves que fazem girar a engrenagem da catira, como os preços das mercadorias, o cuidado com os produtos/serviços, sobre o mercado, os praticantes da catira, etc. Já nos fragmentos a seguir, ressaltamos algumas táticas evidenciadas nos discursos dos catireiros sobre suas práticas cotidianas de negócio.

17 Quando eu tô fazendo catira eu reparo se o catireiro pechincha. O bom pagador ele pechincha no preço. O mau pagador ele não tá nem ai, porque ele não vai te pagar mesmo... Então por que que ele vai pechinchar? Então a dica que eu to te dando é essa, isso eu aprendi com nego esperto e não esqueço dela não, reparar na situação pra ver se o nego vai pechinchar ou não. (C13)

18 Tem que induzir a pessoa a catirar a sua mercadoria e você ganhando um lucro. Ela também vai ganhar. Todo mundo tem que ganhar. Mas o que você não pode ter é um prejuízo. Isso você tem que induzir com ele com as suas estratégias, os conhecimentos, tudo mais. É um tipo de jogo, cada um tem suas cartas. E aí você tem que improvisar pra tentar induzir o outro. Você vai vender por tanto e ele vai puxar pra baixo e você pra cima pra você conseguir maior nível de lucro em cima daquele gado. E ele também, comprar pelo menor preço possível ou trocar por alguma coisa que der maior lucro pra ele. (C02)

19 Cê percebe quando o cara ta te passando pra trás, aí ce arruma um jeito de saí do negócio. Aí cê num faz a catira, pra não perder ne, num ter prejuízo. Disfarça, desconversa, arruma um jeito pra sair do negócio, porque vê que a pessoa é véiaca. (C25)

20 Então, vou te dar um exemplo dessa menina que eu catiro que mexe com decoração e que trabalha no carnaval: a Adriana. O que que aconteceu, ela queria fazer uma festa de aniversário pra filha dela. Como que ela fez? Um dia, o Mimi, que mexe com eventos, tava numa festa, e ele comentou com a Adriana que ia chamar ela pra decorar uma festa pra ele. E ela aceitou o trabalho. Ela tinha tudo o que ele queria, ela não ia precisar gastar comprando nada. Tudo que ele queria que enfeitasse o lugar ela tinha na casa dela. Aí ele falou: “quanto que vai ficar?” E ela: “não, vamos fazer o seguinte. Ao invés de você me pagar, o aniversário da minha filha vai ser mês que vem, eu uso o seu espaço de eventos pra fazer a festa.” Por que ela fez isso? Ela teria que cobrar seiscentos reais dele pelo serviço de decoração, mas ela não teria coragem de cobrar seiscentos reais dele. Por que? Porque ela tinha tudo em casa, não gastou com nada, e ela achou que seiscentos reais ficaria muito e ele não ia pagar. Ela foi lá e fez essa catira. Então, quer dizer, ficou mais interessante tanto pra ela quanto pra ele. Ninguém tirou dinheiro nenhum do bolso.

Ele não precisou pagar pelo serviço dela de decoração e nem ela precisou pagar ele pelo aluguel do salão. (C03)

Podemos perceber que no trecho 17, o entrevistado nos apresenta uma prática caracterizada como tática – contextual e efêmera (SOUZA; CARRIERI, 2012) – que necessita da astúcia do catireiro em perceber se, naquela determinada ocasião em que ele está catirando, o outro praticante está pechinchando ou não. Assim, ele demonstra que o catireiro precisa estar atento as ações dentro do campo de visão do inimigo e no espaço por ele controlado (CERTEAU, 1994), pois tem que se atentar se o outro praticante pechincha ou não, uma vez que o bom pagador pechincha no preço. Do mesmo modo, o entrevistado C02 afirma no fragmento 18 que as negociações feitas enquanto se catira são permeadas pela indução, e que a própria negociação seria um jogo de improvisação, onde cada catireiro tem suas cartas para serem jogadas e onde cada um adentra no campo de visão controlado pelo inimigo (CERTEAU, 1994). Assim, cabe a cada um deles tentar induzir o outro, em um movimento tático e contextual, para que a catira se concretize sem que nenhum dos dois saiam no prejuízo. O entrevistado C25, na passagem 19, também expõe uma tática ao relatar sobre a necessidade de o catireiro ser astuto para identificar determinadas ocasiões quando o outro catireiro está sendo velhaco (trapaceiro, que engana, ludibria).

E, por fim, o fragmento 20, onde fica caracterizado que a própria prática da catira seria caracterizada como uma tática, isto é, uma ação situacional e circunstancial, que depende do tempo, local e astúcia dos catireiros para aproveitar oportunidades e ocasiões (CERTEAU, 1994) de se catirar, como a oportunidade em que a amiga da enunciativa enxergou e a astúcia que teve para catirar o salão de eventos para fazer o aniversário de sua filha em troca dos serviços de decoração prestados ao dono do salão. Ademais, até mesmo a ação de fingir não cobrar de Mimi pelos serviços decorativos prestados – utilizando os termos “ao invés de você me pagar” – e usufruir do espaço do salão de eventos por meio da troca de serviços, pode ser caracterizado como uma tática, pois foi uma das maneiras que a Adriana enxergou para jogar o jogo do outro (CERTEAU, 1994), tornando mais forte o seu lado, que seria o mais fraco, uma vez que ela não teria coragem de cobrar os seiscentos reais de Mimi e, por isso, não ia fechar negócio.

Portanto, as práticas cotidianas de negócio dos catireiros da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba são múltiplas e diversas. Assim, a gestão ordinária desses negociantes envolve práticas sociais e culturais compostas por uma variedade de códigos, referências e interesses pessoais e relacionais (CARRIERI; PERDIGÃO; AGUIAR, 2014). O catireiro dessa região (re)cria e (re)produz diariamente estratégias e táticas como forma de fechar e angariar novas negociações e, dessa forma, expressa as diversas maneiras de fazer catira em seu cotidiano.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo que propomos com esta pesquisa foi o de compreender as práticas cotidianas do homem comum em seus negócios ordinários, sendo os sujeitos foco desta pesquisa o negociante rural do interior do Estado de Minas Gerais, mais especificamente aquele da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, também conhecido como catireiro. É possível afirmar que as práticas cotidianas de negócio na arte da catira são múltiplas e diversas entre os catireiros dessa região. Apesar de os catireiros ainda suavizarem a importância de suas práticas cotidianas na gestão de seus negócios, através, por exemplo, de respostas evasivas no início das entrevistas, eles exprimem a relevância de tais práticas na forma de verbos, como o andar, procurar, perguntar, negociar, comprar, argumentar, mostrar, falar, conhecer, especular,

saber, pechinchar, dentre outras. Ademais, eles demonstram também que essas práticas precisam ser acuradas constantemente em seus cotidianos, pois a catira exige que se tenha um aprendizado contínuo sobre as mesmas.

Sobre as estratégias e táticas praticadas no cotidiano da catira, foi visto que as primeiras estão relacionadas mais com o conhecimento sobre o mercado rural em que estão inseridos, sobre as melhores épocas para se catirar, de entender as diversas peças-chave que fazem girar a engrenagem da catira. Já as táticas são aquelas operações circunstanciais envolvidas na negociação das catiras, são práticas situacionais para tirar vantagem ou para não ter prejuízo nas negociações. São improvisações que dependem da astúcia do catireiro em perceber as oportunidades para se catirar – uma vez que a ação de catirar também pode ser considerada uma tática –, bem como em perceber situações em que há riscos de calotes e prejuízos.

Desse modo, a contribuição acadêmica desse estudo para a área está no fato de os negócios ordinários questionarem a universalidade dos modelos hegemônicos de gestão – que priorizam as grandes corporações e estrategistas da alta administração –, uma vez que o gestor ordinário (re)cria e utiliza de diversas estratégias e táticas cotidianas que nem sempre estão calcadas nos conceitos reconhecidos pela Administração, além de buscarmos fazer uma reflexão de como essas práticas podem ser incorporadas a gestão de outros negócios. Assim, ao analisarmos as práticas cotidianas de gestão dos catireiros, que são negligenciadas pela academia, estamos contribuindo para o reposicionamento dos saberes já legitimados do nosso campo. No que se refere à contribuição para a sociedade, afirmamos que a maior importância esteve em desvelar esses sujeitos do silêncio e da invisibilidade em que eles estavam submetidos. Ao dar voz e ouvidos a esses sujeitos, permitimos que eles mostrassem como eles se posicionam no mundo através das diversas práticas cotidianas (estratégias e táticas) e as maneiras de fazer em que os catireiros organizam o dia-a-dia de suas catiras, como forma de geração, ampliação de renda e manutenção de seus negócios.

Descritas as contribuições acadêmicas e sociais da pesquisa, e agora? Em que os catireiros influenciam na Administração? O movimento que buscamos com esta pesquisa não é este, de compreender como as práticas dos catireiros irão beneficiar a Administração. O movimento que intentamos é justamente o contrário: o de tentar compreender como a Administração pode incorporar as práticas cotidianas desses sujeitos como um saber prático da gestão ordinária de seus negócios. O avanço para área diz respeito a como essas práticas analisadas neste trabalho, que compõem o cotidiano de negócios dos catireiros, podem ser incorporadas a gestão de outros negócios. Visto isso, será que práticas como o pechinchar, o andar, o especular, o conhecer o mercado, preço, praticantes, dentre várias outras, são práticas frequentes em outros negócios? Se sim, como elas são realizadas por esses outros gestores ordinários? Quais são as maneiras de fazer negócios desses outros sujeitos comuns? Como são praticadas as estratégias e táticas na gestão de seus negócios ordinários? É por meio dessas e de outras perguntas possíveis de se retirar da análise deste estudo é que buscamos avançar no conhecimento da área, e não por meio de respostas estáticas e finalizadas (como em manuais).

Como principais dificuldades da pesquisa, pontuamos a pouca literatura existente, não sobre estratégia como prática, mas sobre os sujeitos catireiros, e também as interferências e ruídos presentes nas entrevistas, principalmente naquelas que ocorreram em estabelecimentos de leilões de gado. Por fim, como sugestões de pesquisas posteriores, indicamos explorar o aporte teórico da estratégia como prática para desvendar as práticas cotidianas de outros sujeitos comuns que também são marginalizados pelos discursos acadêmicos unitários e

universalizantes, mas que possuem diversas maneiras para gerir o seu cotidiano de negócio por meio de estratégias e táticas distintas, como os produtores rurais, por exemplo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANSOFF, I. H. **Corporate strategy**: business policy for growth and expansion. New York: McGraw-Hill, 1965.

BARROS, A.; CARRIERI, A. de P. O cotidiano e a história: construindo novos olhares na Administração. **Revista de Administração de Empresas**, v. 55, n. 2, março-abril, p.151-161, 2015.

BARROS, A. N.; CRUZ, R. C.; XAVIER, W. S.; CARRIERI, A. P.; LIMA, G. C. O. Apropriação dos Saberes Administrativos: Um Olhar Alternativo sobre o Desenvolvimento da Área. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 12, n. 5, art. 55, p. 43-67, 2011.

BIERNARCKI, P.; WALDORF, D. Snowball sampling: problems and techniques of chain referral sampling. **Sociological Methods and Research**, v. 10, n. 2, p. 141-163, nov. 1981.

BONI, V.; QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, v. 2, n. 1, p. 68-80, jan./jul., 2005.

BRANT, F. **Mercado Central**. Belo Horizonte. Conceito Editorial, 2004.

BRITO, V. da G. P. **Estratégia como prática social e discursiva: um estudo sob a perspectiva da análise crítica do discurso**. 2013. 281 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

CANHADA, D. I. D.; RESE, N. Contribuições da “estratégia como prática” ao pensamento estratégico. **Revista Brasileira de Estratégia**, Curitiba, v. 2, n. 3, p. 273-289, set/dez. 2009.

CARRIERI, A. P. **A gestão ordinária**. Tese (Professor Titular) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.

CARRIERI, A. P.; MURTA, I. B. D.; TEIXEIRA, J. C.; SOUZA, M. M. P. Estratégias e Táticas Empreendidas nas Organizações Familiares do Mercado de Madureira (Rio de Janeiro). **Revista de Administração Mackenzie**, v. 13, n. 2, art. 109, p. 196-226, 2012.

CARRIERI, A. P.; PERDIGÃO, D. A.; AGUIAR, A. R. C. A gestão ordinária dos pequenos negócios: outro olhar sobre a gestão em estudos organizacionais. **Revista de Administração**, v. 49, n. 4, p. 698-713, 2014.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**: artes do fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano 2**: morar, cozinhar. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

CHANDLER, A.D. **Strategy and structure**: chapters in the history of American industrial enterprise. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1962.

CHIZZOTTI, A. O cotidiano e as pesquisas em educação. In: FAZENDA, I. (Org.). **Novos enfoques da pesquisa educacional**. São Paulo: Cortez, 2004.

CLEGG, S.R.; HARDY, C. Introdução: organização e estudos organizacionais. In: CLEGG, S.R.; HARDY, C.; NORD, W.R. (Org.). **Handbook de estudos organizacionais**: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais. São Paulo: Atlas, 1999. v.1, p.27-57.

DEGOB, R.; PALASSI, M. P. Os sentidos da participação dos colaboradores nos projetos e ações sociais dos Correios do Estado do Espírito Santo. **Organizações&Sociedade**, v.16, p.265-286, 2009.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing discourse**: textual analysis for social research. London: Routledge, 2003.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4 ed., São Paulo: Atlas, 2008.

JOHNSON, G.; LANGLEY, A.; MELIN, L; WHITTINGTON, R. **Strategy as Practice**: Research directions and resources. Reino Unido: Cambridge University Press, 2007.

JOHNSON, G.; MELIN, L. e WHITTINGTON, R. Micro strategy and strategizing: towards an activity-based view. **Journal of Management Studies**, v. 40, n. 1, p. 3-22, 2003.

HELLER, A. **O Cotidiano e a história**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

HOLANDA, L. A. **Resistência e apropriação de práticas de Management no organizar de coletivos da cultura popular**. Tese (Doutorado). Recife: Propad/UFPE, 2011.

JARZABKOWSKI, P. Strategy as practice: recursiveness, adaptation and practices-in-use. **Organization Studies**, Berlin, v. 25, n. 4, p. 529-560, 2004.

JARZABKOWSKI, P. **Strategy as Practice**: an activity-based approach. London: Sage, 2005.

JARZABKOWSKI, P.; SEIDL, D. The role of meetings in the social practice of strategy. **Organization Studies**, Berlin, v. 29, n. 11, p. 1391-1426, 2008.

LEFEBVRE, H. Apresentação de uma pesquisa e alguns achados. In.: **A vida cotidiana no mundo moderno**. São Paulo, Ática: 1991. p. 5-76.

LIMA, G. C. O. **Memórias da gestão: o percurso da identidade administrativa de tropeiros em Minas Gerais**. 172p. Dissertação (Mestrado em Administração). Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração da Universidade Federal de Minas Gerais: Belo Horizonte, 2009.

MARTINS, J. de S. **A sociabilidade do homem simples**. São Paulo: Hucitec, 2008.

O'CONNOR, E. S. Paradoxes of participation: textual analysis and organizational change. **Organization Studies**, Berlin, v. 16, n. 5, p.769-803, 1995.

OKAYAMA, E. Y.; GAG, M.; OLIVEIRA JUNIOR, P. F. P. Análise da produção científica em estratégia como prática. **Revista Brasileira de Estratégia**, v. 7, n. 2, p. 191-204, 2014.

PATTO, M. H. S. O conceito de cotidianidade em Agnes Heller e a pesquisa em educação. **Perspectivas**, São Paulo, v. 16, p. 119-141, 1993.

REY, F. G. **Pesquisa Qualitativa e subjetividade**: os processos de construção da informação. São Paulo: Pioneira Tomson Learning, 2005.

RIBEIRO, E. M.; GALIZONI, F. M. A arte da catira: negócios e reprodução familiar de sítiantes mineiros. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 22, n. 64, jun. 2007.

SANTOS, J. V. P. **Para além do *Business School*: desvelando as muitas maneiras de fazer catira e as identidades de catireiros do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba**. 2016. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.

SOUZA, M. M. P.; CARRIERI, A. P. Identidades, práticas discursivas e os estudos organizacionais: uma proposta teórico-metodológica. **Cad. EBAPE.BR**, v. 10, n.1, p. 40-64, 2012.

THIOLLENT, M. J. M. **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária**. São Paulo: Polis, 1987.

TRIVIÑOS, A. R. S. **Introdução a Pesquisa em Ciências Sociais**: Pesquisa Qualitativa em Educação. São Paulo: Atlas, 1987.

WALTER, S. A.; AUGUSTO, P. O. M. A institucionalização da estratégia como prática nos estudos organizacionais. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 46, n. 4, p. 392-406, 2011.

WALTER, S. A.; BACHL, T. M.; BARBOSA, F. Estratégia como prática: análise longitudinal por meio de bibliometria e sociometria. **Revista Brasileira de Estratégia**, v. 5, n. 3, p. 302-327, 2012.

WILSON, D.C.; JARZABKOWSKI, P. Pensando e agindo estrategicamente. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.44, n.4, p.21-31, out./dez. 2004.

WHITTINGTON, R. Strategy as Practice. **Long Range Planning**, v. 29, n. 5, p. 731-735, 1996.

WHITTINGTON, R. The work of strategizing and organizing: for a practice perspective. **Strategic Organization**, Thousand Oaks, v. 1, n. 1, p. 119-127, 2003.

WHITTINGTON, R. Estratégia após o modernismo: recuperando a prática. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 44, n. 4, p. 44-53, 2004.

WHITTINGTON, R. Completing the practice turn in strategy research. **Organization Studies**, New York, v. 27, n. 5, p. 613-634, 2006.