

259

“TONY MÁGICAS”: A LOJA ENCANTADA DE PORTO ALEGRE E SUAS MICRO-ESTRATÉGIAS. *Marcia Bahlis Moreira, Félix Rossato Neto, Neusa Rolita Cavedon (orient.)* (UFRGS).

Em meio a metrópole que exhibe seus símbolos de modernidade, um espaço no centro da capital gaúcha reúne parte da memória comercial de Porto Alegre, trata-se do Viaduto Otávio Rocha. Dentre as lojas e serviços considerados tradicionais, como sapateiro, chaveiro, sebos e outros, um negócio vem se mantendo ao longo do tempo, misturando comércio e fantasia, alimentado o imaginário da clientela que faz uso dos meios eletrônicos, mas igualmente busca diversão através do ilusionismo, trata-se da Loja Tony Mágicas, idealizada em 1978 por Paulo Roberto Martins, conhecido como Tio Tony. “A loja encantada de Porto Alegre”, como diz em seu “slogan”, firmou-se no local, ganhando nome reconhecido, através de programas infantis apresentados pelo Tio Tony. Hoje, sem programa há mais de 20 anos, a micro-empresa conta com o trabalho da esposa do Tony, de uma funcionária, além do próprio mágico. O empreendimento foi crescendo e se transformando, atualmente, eles contam com um Salão próprio para ser utilizado na realização de festas infantis e escolares. Identificar as micro-estratégias acionadas pelos proprietários no cotidiano de sua atividade profissional constitui-se no objetivo da presente pesquisa. Para tanto fez-se uso do referencial teórico desenvolvido por Miles e Snow (Miles et al., 1978) e autores que pesquisaram sobre estratégias voltadas para os pequenos negócios (Johnson, Melin e Whittington, 2003). O método que serviu para a condução da pesquisa foi o etnográfico, com o registro dos acontecimentos realizados em um diário, entrevistas também foram efetuadas durante o período compreendido entre fevereiro e maio de 2004. A proximidade da pesquisadora com os proprietários, refletindo-se inclusive na possibilidade de interagir em seu ambiente familiar, proporcionou a identificação de estratégias articuladas de maneira simbiótica entre os espaços da casa e da rua, revelando o entrelaçamento de domínios próprio dos micro-negócios com implicações no âmbito administrativo. (BIC).