

## Estratégias de influência em uma rede de catadores de materiais recicláveis

**ROSIMERY ALVES DE ALMEIDA**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC

**DIEGO DE QUEIROZ MACHADO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC

**FÁTIMA REGINA NEY MATOS**

INSTITUTO SUPERIOR MIGUEL TORGA

**JOSÉ CARLOS LÁZARO DA SILVA FILHO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC

**CAROLINA MARIA FURTADO MATOS**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC

### Introdução

A atividade de catação, historicamente marginalizada, ganhou reconhecimento no Brasil a partir de 2002 com sua inclusão na CBO. Apesar de sua relevância para a sustentabilidade urbana, catadores enfrentam precarização e estigmas. Inseridos em redes de interação, recorrem a estratégias para exercer influência e garantir cooperação. Neste cenário, compreender como essas estratégias emergem é crucial para interpretar suas práticas sociais, cognitivas e organizativas, valorizando saberes periféricos.

### Problema de Pesquisa e Objetivo

O problema central consiste na escassez de estudos sobre estratégias de influência adotadas por catadores em contextos de vulnerabilidade e economia solidária. Esses trabalhadores, frequentemente invisibilizados, enfrentam o desafio de articular cooperação, resolver conflitos e fortalecer redes coletivas. O objetivo do estudo é investigar as estratégias de influência — brandas, racionais e enérgicas — utilizadas por catadores em três municípios do sertão paraibano, buscando compreender como sustentam processos de liderança, negociação e organização coletiva.

### Fundamentação Teórica

A fundamentação baseia-se no modelo de Raven (1992), que classifica as estratégias de influência em três tipos: brandas, racionais e enérgicas. Tais táticas refletem processos de persuasão, negociação e coerção, alinhadas a diferentes bases de poder social descritas por French e Raven (1959). O referencial dialoga ainda com abordagens de Mintzberg, Porter e Ansoff sobre estratégias organizacionais, bem como estudos de gestão da influência interpessoal e liderança transformacional. Esse arcabouço permite analisar como catadores utilizam recursos cognitivos, simbólicos e relacionais para sustent

### Metodologia

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, realizada nos municípios de Sousa, Cajazeiras e Marizópolis. Foram entrevistados nove catadores, pertencentes ou não a cooperativas, por meio de entrevistas semiestruturadas gravadas e transcritas. A coleta ocorreu entre maio e junho de 2024, incorporando observações de campo. Os dados foram analisados à luz da técnica de análise de conteúdo de Bardin (1977), categorizados segundo o modelo de Raven (1992), contemplando estratégias brandas, racionais e enérgicas.

### Análise e Discussão dos Resultados

A análise revelou a presença de três tipos de estratégias de influência entre catadores. As brandas envolvem liderança pelo exemplo, incentivo ao desenvolvimento, gentileza, colaboração e apoio mútuo, promovendo coesão e harmonia. As racionais baseiam-se em negociação, uso de argumentos factuais, apelos coletivos e exemplos de sucesso, garantindo acordos e parcerias. Já as enérgicas se expressam por firmeza, autoridade legítima e resistência frente a ameaças, utilizadas para manter a ordem e assegurar respeito. A diversidade de táticas demonstra competências sociais em contextos adversos.

### Considerações Finais

Observou-se que catadores empregam múltiplas estratégias de influência para sustentar suas redes, mesmo em cenários de precariedade e estigmatização. A utilização de táticas brandas fortalece vínculos solidários, enquanto estratégias racionais ampliam negociações e acordos coletivos. As estratégias enérgicas, embora menos frequentes, são essenciais para assegurar disciplina e proteção do grupo. A pesquisa contribui ao aplicar um modelo clássico a um contexto periférico, revelando práticas de liderança e cooperação pouco exploradas. Recomenda-se ampliar investigações em abordagens regionais.

### Referências

ANSOFF, H. I. *Corporate Strategy*. New York: McGraw-Hill, 1965. BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 1977. FRENCH, J. R. P.; RAVEN, B. H. *The bases of social power*. University of Michigan, 1959. MENDONÇA, J. R. C.; DIAS, S. M. R. C. De French e Raven (1959) ao modelo poder/interação de influência interpessoal, *Cadernos EBAPE.BR*, v. 4, n. 4, 2006. MINTZBERG, H. *The Rise and Fall of Strategic Planning*. New York: Free Press, 1994. PORTER, M. E. *Vantagem Competitiva*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. RAVEN, B. H. *A power/interaction model of interpersonal influence*. 1992.

### Palavras Chave

Catadores, Estratégias, Reciclagem