

Evolução de Cooperativas de Coleta Seletiva de Resíduos de Equipamentos Elétricos e Eletrônicos

Uma Análise a Partir das Atribuições da Audiência

Ana Carolina Simões Braga¹
Dimária Silva Meirelles²

<http://dx.doi.org/10.21527/2237-6453.2017.41.383-415>

Recebido em: 18/9/2015
Aceito em: 23/11/2016

Resumo

Teve-se como objetivo central neste estudo compreender a incumbência da audiência na evolução de cooperativas de coleta seletiva de resíduos de equipamentos elétricos e eletrônicos. Para alcançar este objetivo foi feita uma revisão teórica sobre o conceito audiência; ancorado nos princípios que abalizam o conceito audiência foi realizado o estudo de caso Coopermiti. O estudo de caso foi construído em forma de narrativa constituída por eventos ao longo do tempo. Os eventos são fomentados, ora pelos membros organizacionais, ora pelos agentes externos da audiência, mediante as atribuições realizadas por ela e que corroboram o desenvolvimento organizacional. Os dados são longitudinais, abrangendo um período de coleta de dados primários de 25 meses, iniciando em novembro de 2012 e finalizando em dezembro de 2014. Foram realizadas no total 8 entrevistas do tipo narrativa entre membros organizacionais e agentes externos da audiência da Coopermiti, as quais foram complementadas com informações advindas de dados secundários. A análise de dados foi a narrativa. Como resultado observou-se que, desde a sua fundação, em 2009, até o final do ano de 2014, o processo evolutivo do sistema organizacional da Coopermiti foi composto por eventos promovidos tanto por membros organizacionais como por agentes externos, apresentando atribuições além das contempladas na teoria sobre o conceito audiência.

Palavras-chave: Agentes externos e membros organizacionais da audiência. Cooperativa de coleta seletiva de resíduos de equipamentos elétricos e eletrônicos. Evolução do sistema organizacional.

¹ Doutora, mestre e bacharel em Administração de Empresas pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM). Especialista em Logística Empresarial pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Atualmente realiza Pós-Doutorado na Universidade Presbiteriana Mackenzie. carol_macke@hotmail.com

² Doutora e mestre em Economia da Indústria e da Tecnologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Graduada em Economia pela Universidade Federal de Uberlândia/MG. Professora da Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM). dmeirelles@gmail.com

EVOLUTION OF COOPERATIVES OF SELECTIVE COLLECTION OF WASTE OF ELECTRONICS AND ELECTRICAL EQUIPMENT: AN ANALYSIS FROM THE AUDIENCE ASSIGNMENTS

Abstract

This study aimed to understand the incumbency of the audience in the evolution of cooperatives of selective collection of waste of electronics and electrical equipment. For obtaining this aims was reviewed the audience concept. Anchored in the principles which constitute this concept was woven the case study Coopermiti. The case study was built in narrative form constituted by events over time. The events were promoted by the organisational members and external agents of the audience through the assignment that corroborate the development organisational. The data are longitudinal, the collecting primary data occurred in a period of 25 months, from November 2012 to December 2014. Were carried out in the total 8 interviews of the narrative type between organisational members and external agents of the audience of the Coopermiti; complemented with information of secondary data. The data analysis was the narrative. As result it is observed that, since its founding in 2009 until the end of 2014, the evolutive process of the organisational system of the Coopermiti was composed of events promoted by the organisational members and by the external agents of the audience, having assignments beyond those referred in the audience concept.

Keywords: Organisational members and external agents of the audience. Cooperatives of selective collection of waste of electronics and electrical equipment. Evolution of the organisational system.

Na primeira década do novo milênio, a sociedade moderna vem enfrentando crises de diversas naturezas, entre elas a crise ecológica, parametrizada por características de ordem material e abstrata. A primeira é constituída pela deterioração, degradação e exaustão ambiental, provocando catástrofes naturais sem precedentes (SIQUEIRA; MORAIS, 2009) e a segunda se refere aos padrões culturais institucionalizados. Entre os elementos fomentadores dessa crise e em consonância com a natureza deste estudo destaca-se os resíduos sólidos, representando tanto um desperdício energético e de recursos naturais como uma fonte poluidora no ambiente natural (PAULA; SOUZA-PINTO; SOUZA, 2010).

Como resposta à crise ecológica, vários eventos patrocinados pela Organização das Nações Unidas – ONU – foram realizados nos últimos 40 anos, apresentando objetivos que versam desde fomentar debates sobre o desenvolvimento sustentável até desenvolver mecanismos para o seu alcance. Tais esforços se fazem notar no Brasil: em agosto de 2010 foi sancionada a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Entre os princípios contemplados nesta Lei destacam-se: i) a gestão integrada para os resíduos sólidos; ii) a logística reversa; e iii) o fomento para o desenvolvimento, quer seja de associações, quer seja de cooperativas de coleta seletiva de resíduos sólidos (BRASIL, 2010).

A coleta seletiva de resíduos sólidos realizada por cooperativas ou associações de catadores tem o devido destaque na Lei, haja vista que aufere alguns aspectos sustentáveis, tais como: econômico, social e ambiental. No âmbito econômico a coleta seletiva tem sido uma estratégia de sobrevivência em muitos países (PAULA; SOUZA-PINTO; SOUZA, 2010). No âmbito social possibilita a geração de novos postos de trabalho e melhores condições de vida para os que vivem à margem da sociedade (FERRAZA et al., 2006). No aspecto ambiental representa a diminuição dos impactos, mediante a redução na quantidade de resíduos sólidos a serem depositados no meio ambiente e a redução na extração de matéria-prima por meio da reutilização de materiais usados (WAITE, 1995).

A Lei sinaliza o fomento de associações e cooperativas; entretanto vários estudos têm evidenciado as poucas iniciativas de programas de coleta seletiva. Na verdade, a Pesquisa Nacional de Saneamento Básico realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (INSTITUTO..., 2010) informou que os primeiros programas de coleta seletiva e reciclagem no Brasil remontam à década de 80, na qual em 2008 foram identificados 994 programas. Ao mesmo tempo, o cenário é mais agravante para os programas de coleta seletiva de resíduos de equipamentos elétricos e eletrônicos. Segundo a Secretaria Nacional de Saneamento Ambiental (2012), existem no Brasil somente 18 programas de coleta seletiva de resíduos de equipamentos elétricos e eletrônicos, distribuídos, a saber: i) região Sudeste com nove programas; ii) região Sul apresenta cinco programas; e iii) região Nordeste com quatro programas. As regiões Norte e Centro-Oeste não possuem tais programas.

Mesmo com a presença da Lei – Política Nacional de Resíduos Sólidos – nota-se que somente 18% dos municípios brasileiros possuem programa de coleta seletiva, segundo o Ministério do Meio Ambiente (2015). Esta realidade advém de diversos fatores que afetam o desenvolvimento e a instituição desses programas, a saber: i) ausência de capital (MEDINA, 2000; PAULA; SOUZA-PINTO; SOUZA, 2010); ii) resistência por parte dos catadores em trabalhar nos moldes estabelecidos, quer seja de cooperativas, quer seja de associações (BESEN; RIBEIRO, 2014); iii) falta de participação da sociedade na seleção dos resíduos sólidos em seus domicílios (BRAGA; MEIRELLES, 2013); e iv) falta de incentivos governamentais (RIBEIRO; BESEN, 2007), entre outros. Neste estudo advoga-se o papel significativo da audiência para o desenvolvimento e a consolidação de cooperativas de coleta seletiva.

A audiência de modo geral é formada por membros organizacionais e agentes externos que possuem uma relação de qualquer natureza com a organização (HSU; HANNAN, 2005; HANNAN, 2008; NEGRO; KOÇAK; HSU, 2010; ROBERTS; SIMONS; SWAMINATHAN, 2010; GOLDBERG;

VASHEVKO, 2013), a qual é responsável por estabelecer os atributos que compõem a estrutura categórica e que, ao mesmo tempo, tais atributos sirvam para inspecionar e avaliar a organização parceira de uma respectiva categoria (HSU; HANNAN 2005; GOLDBERG; VASHEVKO 2013). Os atributos que formam uma categoria social podem ser entendidos em termos formais e simbólicos, sendo constituintes do sistema organizacional (KROEZEN; HEUGENS, 2012).

Com base nesses aspectos é que emerge a pergunta central deste trabalho: Como a audiência atua na evolução de cooperativas de coleta seletiva de resíduos de equipamentos elétricos e eletrônicos? A resposta à pergunta central tem por objetivo principal compreender a incumbência da audiência no processo de evolução de cooperativas de coleta seletiva.

Há contribuições teóricas e empíricas. A contribuição teórica é desenvolver o próprio conceito de audiência, visto que há pouca discussão sobre o assunto nos estudos organizacionais. A contribuição empírica baseia-se em destacar o papel significativo dos membros organizacionais e dos agentes externos no desenvolvimento do sistema organizacional de uma cooperativa de coleta seletiva de resíduos sólidos.

O estudo adota o método qualitativo com estratégia de pesquisa estudo de caso ante a abordagem de processos (VAN DE VEN, 2007). A coleta de dados configura-se em 8 entrevistas do tipo narrativa e dados secundários, realizada em um período de 25 meses, iniciando em novembro de 2012 e finalizando em dezembro de 2014. A análise de dados foi feita com base nos pressupostos da análise de narrativas.

O artigo apresenta cinco seções, além desta introdução. A segunda seção contempla o referencial teórico que abarca o conceito audiência. A terceira informa os procedimentos metodológicos. A quarta seção expõe o estudo de caso tecido em forma de narrativa. A quinta exhibe a conclusão, as contribuições e as limitações do estudo.

Referencial Teórico

O referencial teórico desenvolvido neste estudo visa a ser a lente pela qual irá analisar o problema de pesquisa (VAN DE VEN, 2007), que será construído com base nos princípios que englobam o conceito audiência e os atores da cadeia reversa – ou cooperativas de coleta seletiva de resíduos sólidos.

Audiência

A audiência não é considerada um fenômeno de estudo, ou seja, não há uma teoria que trabalhe com este conceito especificamente. Por outro lado, este conceito vem sendo apreciado em estudos relacionados à identidade organizacional e ao estabelecimento de mercados, via categorização.

Albert e Whetten (1985) em seu estudo sobre identidade organizacional definiram a audiência como um conjunto de membros – ou *insiders* – e não membros – ou *outsiders*. Esta definição foi utilizada a posterior na ecologia organizacional, mais especificamente em estudos concernentes ao estabelecimento de mercados, via categorização. Para Pólos, Hannan e Carroll (2002), Hannan (2008) e Negro, Hannan e Rao (2010), os membros – ou *insiders* – são aqueles que estão dentro da organização e os não membros – ou *outsiders* – são os que estão fora dos limites organizacionais, os quais são denominados de agentes externos.

Dutton e Dukerich (1991) definiram a audiência não somente com base em sua localização em relação a uma organização, mas também ao papel que ela exerce. Para estes autores, a audiência de uma organização é composta por membros, que são aqueles responsáveis por estabelecer a identidade e a imagem organizacional, e os não membros, que são aqueles responsáveis pela constituição da reputação organizacional. Para os ecólogos organizacionais o papel central da audiência consiste em controlar e dominar os recursos materiais e simbólicos que fomentam tanto o sucesso como a falência de uma

organização (HSU; HANNAN, 2005). Alvesson (1990) descreveu o papel da audiência, na qual os membros externos exercem influência na organização o ponto de esta mudar as suas práticas gerenciais.

Ahmadjan e Ednan (2013) observam que grande parte da literatura tem focado nos produtores e nos consumidores como os principais responsáveis pelo processo de desenvolvimento de uma categoria existente ou na criação de uma nova categoria. Na perspectiva categórica, entretanto, o desenvolvimento de uma categoria existente ou a criação de uma nova categoria advém de um conjunto de agentes externos da audiência (NEGRO; HANNAN; RAO, 2010), tais como: i) críticos, especialistas, analistas e teóricos (CARROLL; SWAMINATHAN, 2000; LOUNSBURY; RAO, 2004; HSU; HANNAN, 2005; HANNAN, 2008; NEGRO; HANNAN; RAO, 2010; AHMADJAN; EDNAN, 2013); ii) consumidores (HSU; HANNAN, 2005; HANNAN, 2008; ROBERTS; SIMONS; SWAMINATHAN, 2010; GOLDBERG; VASHEVKO, 2013); iii) organizações líderes (RAO; MONIN; DURAND, 2003); e iv) agências regulatórias e autoridades políticas (ZHAO, 2005; HSU; HANNAN, 2005; NEGRO; HANNAN; RAO, 2010; AHMADJAN; EDNAN, 2013).

Os consumidores influenciam o processo de especificação dos atributos que compõem a estrutura categórica; na verdade, tais atributos possibilitam não somente estabelecer as propriedades que compõem os produtos e os serviços ofertados, mas também servem como um instrumento a fim de avaliar o comportamento e as ações organizacionais (HSU; HANNAN, 2005; HANNAN, 2008; ROBERTS; SIMONS; SWAMINATHAN, 2010; GOLDBERG; VASHEVKO, 2013).

Há também agentes específicos responsáveis em fomentar o surgimento de novas categorias, os órgãos governamentais regulatórios (HSU; HANNAN, 2005; NEGRO; HANNAN; RAO, 2010). As autoridades locais podem reconhecer oficialmente um sistema de classificação – ou categorias –

existente (ZHAO, 2005) ou podem criar uma nova categoria, estabelecendo um sistema de incentivos que fomente a adoção do *design* autorizado (HSU; HANNAN, 2005; AHMADJAN; EDNAN, 2013).

Ahmadjan e Ednan (2013) destacam que os agentes externos políticos e agências reguladoras possuem o poder de criar novas indústrias, mediante o estabelecimento de novas categorias. Os agentes externos políticos e agências reguladoras não são somente responsáveis pela criação, mas também pela evolução da indústria, via incentivos. O estudo realizado por estes autores revelou que as categorias criadas pelos agentes externos políticos e agências reguladoras diferem qualitativamente das categorias criadas pelos agentes externos consumidores e produtores. Enquanto os agentes externos consumidores e produtores criam categorias a partir de práticas e formas existentes, os agentes externos políticos e agências reguladoras constroem com base nos discursos.

Para Carroll e Swaminathan (2000), os críticos e analistas exercem um poder ante os mercados. Segundo Kennedy (2009) e Negro, Hannan e Rao (2010), os críticos, especialistas e analistas compõem o mercado mediado e são vistos fora do sistema de interesses. Há mercados em que os críticos, especialistas e analistas são mais influentes, como a indústria do vinho, na qual estes agentes exercem o papel de árbitro da qualidade e que podem influenciar diretamente tanto o gosto da audiência como as demandas dos produtos ofertados (NEGRO; HANNAN; RAO, 2010).

Ainda, as empresas líderes de mercado podem criar um sistema de classificação, definindo elas mesmas e seus rivais (RAO; MONIN; DURAND, 2003). Lounsbury e Rao (2004) argumentaram que as organizações poderosas visam a preservar a estrutura categórica existente. O Quadro 1 a seguir informa de maneira sintética os principais agentes externos e membros organizacionais da audiência e que serviram como um guia durante a análise dos dados.

Quadro 1 – Agentes externos e membros organizacionais que compõem a audiência

Audiência	Descrição	Autor (es)
Agentes externos	Consumidores; Críticos, especialistas e analistas; Autoridades governamentais e agências reguladoras; Produtores líderes.	Carroll e Swaminathan (2000) Lounsbury e Rao (2004) Zhao (2005) Hsu e Hannan (2005) Hannan (2008) Negro; Koçak e Hsu (2010), Negro, Hannan e Rao (2010), Roberts, Simons e Swaminathan (2010), Ahmadjan e Ednan (2013) Goldberg e Vashevko (2013)
Membros organizacionais	Funcionários organizacionais; Membros organizacionais; Gerentes.	Alvesson (1990) Dutton e Dukerich (1991)

Fonte: Elaborado pelas autoras.

A audiência, então, é responsável por definir os atributos que compõem um sistema categórico (GOLDBERG; VASHEVKO, 2013) e, conseqüentemente, o próprio sistema organizacional constituinte de uma organização. Esses mesmos atributos são utilizados como um mecanismo que possibilita à audiência inspecionar, avaliar e consumir os produtos e os serviços ofertados (KOÇAK; HANNAN; HSU, 2009). Ao mesmo tempo, Kroezen e Heugens (2012) destacam elementos de ordem formal e de ordem simbólica constituintes da identidade organizacional e, conseqüentemente, do sistema organizacional.

Os atributos definidos pela audiência que compõem a estrutura categórica – ou sistema organizacional – são a base para o processo de identificação, ora dos membros organizacionais, ora dos agentes externos. Após uma revisão na literatura sobre identidade no nível organizacional e estudos sobre estabelecimento de mercados foram identificados os atributos que compõem o sistema organizacional, informados no Quadro 2 a seguir.

Quadro 2 – Atributos constituintes do sistema organizacional

Atributos	Definição	Autor (es)
Formal	Modelo de negócios; Estratégias.	Kroezen e Heugens (2012).
	Setor.	Baum e Singh (1996)
	Limites organizacionais; Atributos físicos; Aparência física; Estrutura; Processos organizacionais.	Van Tonder e Lessing (2003)
	Procedência de insumos.	Carroll e Wheaton (2009)
	Profissionalização; Qualificação profissional; Habilidades pessoais.	Bogaert, Boone e Carroll (2010)
	Modos de prestação de serviços.	Kovács e Hannan (2010)
	Sistema produtivo.	Carroll e Swaminathan (2000) Negro, Hannan, Rao (2010) Roberts, Simons e Swaminathan (2010)
	Artefatos e práticas que representam a cultura.	Kroezen e Heugens (2012)
Simbólica	Qualidade dos insumos.	Swaminathan (1995)
	Missão; Valores; Ideologia; Crenças; Comportamento organizacional; Normas	Ashforth e Mael (1996)
	Filosofia de gestão; Função social; Símbolos.	Van Tonder e Lessing (2003)

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Atores da Cadeia Reversa

A cadeia reversa é composta por vários atores sociais, iniciando-se na sociedade (BRINGHENTI; GUNTHER, 2011), passando para as cooperativas (DEMAJOROVIC; BESEN, 2007), intermediários (PAULA; SOUZA-PINTO; SOUZA, 2010) e finalizando na indústria de reciclagem (PAULA;

SOUZA-PINTO; SOUZA, 2010), além do governo (SILVA; SILVA, 2007). Cada ator apresenta atribuições distintas, desde regulamentar e fomentar o desenvolvimento até legitimar via a participação.

Segundo Paula, Souza-Pinto e Souza (2010), o poder público tem o seu papel de destaque, sendo responsável tanto por regulamentar e proteger as atividades de coleta seletiva como fomentar o seu desenvolvimento, mediante as leis e decretos. Os mecanismos legais têm por principal objetivo viabilizar os programas de coleta seletiva (SILVA; SILVA, 2007). Os órgãos públicos são vistos como meros fomentadores, mediante um sistema de incentivos.

Já a sociedade tem o seu papel de destaque, visto que a sua participação em programas de coleta seletiva garante a consolidação de organizações de catadores, constituindo um dos fornecedores principais de resíduos selecionados. Posto isso, a sociedade deve ser informada, sensibilizada e motivada tanto em relação a conceitos quanto em relação às práticas da coleta seletiva para que sejam assimiladas e incorporadas no seu cotidiano (BRINGHENTI; GUNTHER, 2011). A sociedade em grande parte da literatura de logística reversa é vista como aquela que disponibiliza os resíduos sólidos aos programas de coleta seletiva (MCDONALD; OATES, 2003; BRINGHENTI; GUNTHER, 2011).

Siqueira e Morais (2009) identificaram três tipos de catadores, de acordo com o ambiente, a saber: catadores de rua, catadores cooperados e catadores de lixões. Dos três identificados, os catadores de lixões são os que representam a população marginalizada, que realizam a catação direta nos lixões e estão desvinculados de qualquer assistência e organização. Os catadores realizam suas atividades sem qualquer vínculo empregatício, direitos trabalhistas e com uma fonte de renda que não chega a um salário mínimo (BORTOLI, 2009). Silva e Silva (2007) destacaram que a população de catadores está destituída dos padrões mínimos de vida e encontra-se em uma situação de precariedade e de vulnerabilidade social. Na verdade, não há outra atividade que seja tão estigmatizada e desprestigiada como o trabalho

dos catadores de coleta seletiva de materiais reutilizáveis e recicláveis (INSTITUTO..., 2010). Esses trabalhadores enfrentam tanto a exclusão quanto a hostilidade social no entorno em que se encontram, sendo vistos pela grande maioria da sociedade como mendigos e infratores (MEDINA, 2007).

Os catadores organizados em forma de cooperativas ou associações tornam-se uma promessa quanto à valorização e à profissionalização da atividade de coleta seletiva (DEMAJOROVIC; BESEN, 2007). O reconhecimento e a importância da atividade de catador devem crescer na mesma proporção que a sua valorização como uma atividade profissional digna e respeitada (SILVA; SILVA, 2007). Segundo Silva e Silva (2007), organizar os catadores em forma de cooperativas e associações por meio de programas de coleta seletiva possibilita modificar as condições vivenciadas por esses trabalhadores, por meio de melhorias na qualidade de vida e também nos ganhos ambientais.

Metodologia

Este estudo teve como objetivo geral compreender a incumbência da audiência no processo de evolução de cooperativas de coleta seletiva de resíduos de equipamentos elétricos e eletrônicos. Como objetivo específico que visou ao alcance do objetivo geral: identificar os membros organizacionais e os agentes externos da audiência de cooperativas de coleta seletiva de resíduos de equipamentos elétricos e eletrônicos, mediante as atribuições por eles realizadas ao longo do tempo.

Este estudo adotou um viés paradigmático-interpretativista com o método de pesquisa qualitativa (PATTON, 2002), visto que busca compreender como a audiência atua no processo de evolução de cooperativas de coleta seletiva de resíduos sólidos. Entra em congruência com a abordagem de processos, pois possibilita a compreensão do processo de mudança do fenômeno de estudo (VAN DE VEN, 2007).

Seguindo as prerrogativas de Marshall e Rossman (1999), a natureza exploratória deste estudo advém de que o fenômeno a ser estudado é pouco conhecido; na verdade há uma ausência de estudos concernentes à audiência de cooperativas de coleta seletiva de resíduos de equipamentos elétricos e eletrônicos. Por fim, é uma pesquisa descritiva, pois possibilita uma compreensão com base na natureza, características intrínsecas e nas relações existentes entre os fenômenos (CERVO; BERVIAN, 2006). A pesquisa descritiva é congruente com a perspectiva de processos, pois possibilita descrever uma sequência de eventos que mudam ao longo do tempo (VAN DE VEN, 2007).

A estratégia de pesquisa aqui adotada foi o estudo de caso único, a Coopermiti, estando em consonância com a abordagem de processos (VAN DE VEN, 2007). Com o propósito de obter a qualidade do estudo de caso, os procedimentos metodológicos foram desenvolvidos com base em quatro critérios, a saber: validade do constructo, validade interna, validade externa e a confiabilidade (DONAIRE, 1997). As subseções a seguir informam os procedimentos realizados neste estudo.

Escolha da Empresa Participante

A escolha da Coopermiti baseou-se no critério de acessibilidade, visto que em 2012 foi realizado um estudo-piloto para a confecção do artigo: Surgimento de Novas Formas Organizacionais: um estudo exploratório em cooperativas de coleta seletiva (BRAGA; MEIRELLES, 2013). Neste estudo entendeu-se que o segmento de resíduos de equipamentos elétricos e eletrônicos apresenta limites organizacionais estabelecidos quando comparado com outros segmentos do setor. A Coopermiti foi fundada em 1999, na cidade de São Paulo e com atuação na grande São Paulo, sendo referência em seu segmento de atuação, apresentando tanto *know-how* como uma estrutura organizacional instituída. Ela é responsável pelo processo de triagem de resíduos de equipamentos elétricos e eletrônicos, conforme a licença fornecida

pela Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (2015). Vale destacar que a divulgação do nome desta cooperativa – Coopermiti – deve-se graças à assinatura do documento: Autorização para Divulgação.

Escolha dos Sujeitos Participantes

A descrição quanto ao procedimento de escolha dos sujeitos da pesquisa possibilita aumentar a validade do constructo, segundo as orientações de Donaire (1997). Diante da variedade de membros organizacionais e agentes externos contemplados no referencial teórico deste estudo (ver o Quadro 1), estabeleceu-se como critério para o processo de escolha o tempo das relações intraorganizacional e interorganizacional. O Quadro 3 informa a descrição de cada agente externo e membro organizacional participante desta pesquisa e o tempo de relação.

Quadro 3 – Perfil da audiência participantes neste estudo

Audiência	Nomenclatura	Definição	Atuação	Parceiro desde:
Agente externo	E\A1	Fornecedor	Setor de seguros	2012
Agente externo	E\A2	Fornecedor	Setor hospitalar	2012
Agente externo	E\A3	Fornecedor	Setor de distribuição	2011
Membro organizacional	E\M1	—	Fundador	Desde o surgimento
Membro organizacional	E\M2	—	Área administrava	Desde o surgimento
Membro organizacional	E\M3	—	Área administrativa	2014
Membro organizacional	E\M4	—	Área operacional	2011

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Nível e Unidade de Análise

Neste estudo, o nível de análise é a organização, na qual as narrativas tecidas pelos membros organizacionais e agentes externos da audiência estão relacionadas à história da Coopermiti. Van de Ven (2007) destacou

que os eventos são a unidade natural dos processos sociais. Dessa forma, os eventos são os atores-chave que realizam a mudança ou o que acontece com eles. Nesse sentido, a unidade de análise deste estudo é o evento, o qual é configurado mediante as atribuições desempenhadas pelos membros organizacionais e agentes externos da audiência que fomentam o desenvolvimento do sistema organizacional ao longo do tempo.

Coleta de Dados

Segundo Creswell (2007), a coleta de dados qualitativos consiste tanto em estabelecer as delimitações do estudo como coletar informações por meio das mais variadas fontes de evidência, tais como: observações, entrevistas, documentos e materiais visuais. Com o objetivo de alcançar uma robustez no estudo de caso, foram utilizadas neste estudo duas fontes de evidência, a saber: entrevista pessoal e dados secundários. Ambos garantem a validade do constructo (DONAIRE, 1997).

- *Coleta de dados primários*: a entrevista aplicada foi do tipo aberta, considerada mais adequada para a finalidade exploratória deste estudo. O roteiro desenvolvido e aplicado na entrevista aberta foi do tipo narrativa, constituída por uma pergunta gerativa que incentivou o entrevistado a narrar, estando em conformidade com as prerrogativas da abordagem de processos (VAN DE VEN, 2007). Ainda buscando atender aos princípios contemplados na abordagem de processos (VAN DE VEN, 2007), os dados são longitudinais, com a coleta de dados ocorrendo em um período de 25 meses, iniciando em novembro de 2012 e finalizando em dezembro de 2014.
- *Coleta de dados secundários*: serviram de apoio às informações obtidas nas entrevistas, considerando, a saber: manuais, informativos, fotos e vídeos disponibilizados pela cooperativa; vídeos

e entrevistas realizados pelas redes de televisão: Globo, RIT, Record, LBV, Ficais da Natureza, Canaltech, Gazeta, Cultura, Negócios do Bem e Instituto Ressoar.

Todos esses materiais são compostos por narrativas, que contam a história do passado, narram o presente e projetam o futuro (CZARNIAWSKA, 1998).

Tratamento e Análise de Dados

O processo de preparação de dados baseou-se na transcrição (LANKSHEAR; KNOBEL, 2008). Dessa forma, as entrevistas foram gravadas, com a permissão dos entrevistados, e transcritas a seguir para a análise. As transcrições foram encaminhadas para os respondentes a fim de obter a precisão dos dados, os quais foram organizados em pastas de acordo com a sua natureza e guardados no *Droptbox*. Para a análise de dados adotou-se a análise de narrativas, seguindo as prerrogativas de Pentland (1999). Esta autora estabeleceu um quadro que relaciona as propriedades da narrativa com possíveis indicadores para a teoria organizacional, conforme o Quadro 4.

Quadro 4 –Propriedades da narrativa

Propriedades da narrativa	Propriedades análogas na teoria organizacional
Sequência	Padrões de eventos
Ator focal	Papel, redes sociais e demográficas
Voz	Ponto de vista, relações sociais e poder
Contexto moral	Valores culturais e pressupostos
Outros indicadores	Outros aspectos do contexto

Fonte: PENTLAND (1999, p. 713).

No primeiro momento foi feita a análise de narrativas individuais com base no modelo de Pentland (1999). Esta análise consistiu na leitura e releitura dos dados brutos advindos das entrevistas; o mesmo método foi empregado na análise dos dados secundários. A análise de imagens está baseada no

sentido conotativo, cuja interpretação foi de acordo com a natureza deste estudo (RODRIGUES, 2007). A seguir foi confeccionado o estudo de caso Coopermiti em forma de narrativa. A narrativa Coopermiti foi construída com base nas narrativas individuais e nos dados secundários. A seguir apresenta-se o estudo de caso Coopermiti.

0 Caso Coopermiti

O estudo de caso Coopermiti foi construído por meio do cruzamento das análises de narrativas individuais e documentos com os pressupostos teóricos considerados neste estudo.

O estudo de caso Coopermiti é apresentado em forma de narrativa, viabilizando identificar a evolução do sistema organizacional ao longo do tempo. Esta evolução é parametrizada por eventos promovidos, ora por membros organizacionais, ora por agentes externos da audiência, mediante as suas atribuições que fomentaram a inclusão de atributos constituintes do sistema organizacional, visto que a unidade de análise na perspectiva processual é o evento. Os atributos identificados *a priori* na teoria serviram como um guia, a princípio, pois esta pesquisa é interpretativista. Foi adotada a estratégia indutiva para nomear os eventos, tendo como base as informações que o representam.

Em vista disso, o processo evolutivo do sistema organizacional é marcado por oito eventos, iniciando no final do ano de 2009 e encerrando no final do ano de 2014, e que serão descritos a seguir.

Primeiro Evento “Fundação da Coopermiti”.

O desenvolvimento do projeto e a fundação da Coopermiti ocorreram no final de 2009. Observou-se que o estabelecimento de atributos organizacionais foi influenciado pelas características intrínsecas e a educa-

ção formal dos fundadores. Conforme o excerto a seguir, observa-se tanto atributos de ordem formal como de ordem simbólica (VAN TONDER; LESSING, 2003).

E nessa época eu tava, um dos trabalhos voluntários que eu fazia era ensinar eletrônica para jovens, minha formação é técnica, ciência eletrônica, ciência da comunicação [...] (E\M1, 2014).

Entre os atributos formais destaca-se o contexto, responsável por delimitar o setor de atuação, assim como também a função social que determina as atividades relativas do modelo de negócios (KROEZEN; HEUGENS, 2012), no caso aqui são as atividades relacionadas ao ensino e à reciclagem. A Coopermiti é uma cooperativa de reciclagem, os pressupostos existentes na lei que regula este setor a definem como um centro de reciclagem, responsável pelas atividades de coleta, separação e destinação. As atividades e a função social são contempladas em estudos sobre identidade e estabelecimento de mercado, como atributos que demarcam uma respectiva organização.

Ao mesmo tempo, a lei estabelece atributos de ordem simbólica relativos aos valores organizacionais (ASHFORTH; MAEL, 1996), como o cooperativismo. Embora os fundadores não sejam citados no conceito audiência, eles são fundamentais no processo de especificação de valores organizacionais, a saber: ética, desenvolvimento humano, valorização do indivíduo e princípios da sustentabilidade. Vale destacar que estes atributos podem, ou não, manter-se ao longo do tempo.

2ª Evento “Concretização do projeto Coopermiti”

Este evento aconteceu no início de 2010 e constatou a presença de um agente externo, mais especificamente, a prefeitura de São Paulo. O sistema de incentivos fornecido por este órgão público representou a inclusão de atributos de ordem formal relativos, sobretudo, a aspectos físicos (VAN TONDER; LESSING, 2003) como o galpão e caminhões (ver Figura 1) e a

redução na estrutura de custos do modelo de negócios (KROEZEN; HEUGENS, 2012), mediante a isenção nos pagamentos de água, luz, aluguel e motoristas, conforme o excerto a seguir.

[...] o apoio da prefeitura de São Paulo que nos concede o galpão, a água, luz, os caminhões para coletar os resíduos em São Paulo capital [...] (E\M2, 2014).

Figura 1—Atributos físicos concedidos pela prefeitura do município de São Paulo



Fonte: Elaborada pelas autoras a partir de REPÓRTER ECO (2013) e LIXO ELETRÔNICO (2014).

Ao mesmo tempo, o convênio com a prefeitura é visto como uma parceria que legitima a Coopermiti perante o mercado consumidor; em outras palavras, a parceria legitima as práticas organizacionais (KROEZEN; HEUGENS, 2012), em observância às falas dos entrevistados quando dizem: “O ponto forte para nós é a parceria com a prefeitura da cidade de São Paulo, porque quando falo que sou parceiro da prefeitura de São Paulo [...] a pessoa para me escutar.” (E\M2, 2014), e “[...] ela tinha um contrato com a prefeitura, então, eu entendi, a gente entendeu que era muito bom isso, [...]. Uma empresa séria, se fosse uma cooperativa como tem aí hoje em dia, eu acho que a prefeitura não ia colocar o nome dela, né. Então, assim, a gente entendeu que era uma empresa que até a prefeitura viu que valia a pena fazer uma parceria.” (E\A2, 2014). Observa-se o desenvolvimento de mais um valor organizacional (ASHFORTH; MAEL, 1996), ou seja, o cumprimento dos requisitos de ordem legal.

Os órgãos públicos exercem o papel de criar e fomentar o desenvolvimento de novos segmentos, mediante um sistema de incentivos (ZHAO, 2005; HSU; HANNAN, 2005; NEGRO; HANNAN; RAO, 2010; AHMAD-JAN; EDNAN, 2013). Observa-se que este agente externo apresenta atribuições além das contempladas na teoria; no caso aqui, o convênio é visto como um parceiro interorganizacional – estrutura relacional do modelo de negócios – (KROEZEN; HEUGENS, 2012) que endossa as práticas organizacionais da Coopermiti ante o mercado.

3ª Evento “O Perfil Empreendedor”

Este evento foi fomentado pelos cooperados – membros organizacionais – e aconteceu no início de 2010. A teoria da identidade define os membros organizacionais da audiência como sendo aqueles que estão dentro dos limites organizacionais (ALBERT; WHETTEN, 1985; DUTTON; DUKERICH, 1991), mas pouco se tem discutido sobre eles em estudos de estabelecimento de mercados.

Seguindo a narrativa, a Coopertimi no início do ano 2010 estava inapta para operar, conforme a fala do entrevistado E\M2 (2014) quando diz: “No início o galpão era vazio, não tinha nada e recebemos as chaves, então, quem estava no início do projeto acabamos tirando o dinheiro do próprio bolso para comprar bancadas, ferramentas, bancar a coleta de alguns eletrônicos com o carro particular, né, até vir o caminhão da prefeitura.”

É nesse momento que a característica persistência do perfil empreendedor de seus fundadores se destaca. Assim, este evento é fomentado mediante investimentos com capital próprio que viabilizou a aquisição de máquinas manuais – atributos de ordem formal – (VAN TONDER; LES-SING, 2003) a serem utilizadas nos processos operacionais, viabilizando a operacionalização da Coopermiti.

4ª Evento “Uma Ajudinha a Mais”

A Coopermiti ao longo dos anos de 2010 e 2011 possuía uma estrutura física laboral inadequada, representando tanto um risco ocupacional como ineficiência operacional. Em setembro de 2011 a Coopermiti deu um salto em sua estrutura física por meio de incentivos financeiros concedidos pela Fundação Banco do Brasil. Este tipo de organização não é contemplado no conceito audiência, entretanto é considerado como agente externo da audiência por fomentar a inclusão de atributos de ordem formal que representaram melhorias no sistema organizacional.

Fundação Banco do Brasil, em 2011 nos apoiou financeiramente, [...] tivemos dinheiro para comprar esta balança, né, de piso, empilhadeira, algumas gaiolas para armazenar o resíduo e ferramentas pneumáticas com base de compressor [...] acelerou o processo de desmontagem, descarrega do caminhão quando chega uma grande quantidade, a empilhadeira nos ajudou bastante no trabalho, até mesmo na movimentação de cargas internamente (E\2, 2014, 2015).

A Figura 2 ilustra esta evolução, evidenciando os atributos físicos (VAN TONDER; LESSING, 2003), tais como: gaiolas, empilhadeira, ferramentas pneumáticas e balança. As gaiolas viabilizaram a organização do espaço operacional e o armazenamento; a empilhadeira proporcionou a movimentação da carga dentro do galpão e também auxiliou os processos de descarregamento; as ferramentas pneumáticas auxiliaram nos processos de desmontagem; por fim, as balanças que viabilizaram pesar com melhor precisão tudo que entra e que sai da Coopermiti. Em consonância com a fala do entrevistado E\4 (2014) “Hoje já tem um material apto para você pegar, chegar e concluir um serviço, “Ah, vou precisar [...] tem um parafuso que é desse tamanho” – já tem aquela chave – como se diz? – aquela chave, que é daquele tamanho, que já dá para você desparafusar. Então, quer dizer, as coisas já tão bem mais [...] para a gente está bem mais fácil agora [...]”.

Figura 2 – Máquinas e equipamentos advindos do apoio financeiro da Fundação Banco do Brasil



Fonte: Elaborada pelas autoras a partir da COOPERATIVA INCENTIVA RECICLAGEM DE ELETRÔNICO (2012), REPÓRTER ECO (2013), A RECICLAGEM DO LIXO ELETRÔNICO (2013) e LIXO ELETRÔNICO (2014).

5ª Evento “Clientes que são Parceiros”

No final de 2011 a Coopermiti celebra uma parceria comercial com a *Beta* Distribuidora. A *Beta* Distribuidora é considerada um agente externo da audiência, visto que é cliente da Coopermiti. No conceito audiência, os consumidores consomem os produtos e serviços ofertados, especificam as características de produtos e serviços e avaliam as ações e comportamentos organizacionais (AHMADJAN; EDNAN, 2013).

Em observância aos trechos extraídos das entrevistas percebe-se que o papel desses agentes não se restringe aos dos contemplados na teoria (AHMADJAN; EDNAN, 2013), mas também podem ser considerados como parceiros no processo de desenvolvimento, mediante investimentos;

no caso aqui, a *Beta* Distribuidora realizou investimentos financeiros que possibilitaram a adequação na segurança do trabalho e assessoramentos de ordem jurídica e operacional que viabilizaram desenvolver competências de gestão de processos (BOGAERT; BOONE; CARROLL, 2010) e que, impactaram na evolução da Coopermiti. Essas observações podem ser verificadas no excerto a seguir e na Figura 3:

[...] numa parceria com a Coopermiti e disso a gente identificou uma série de adequações que seriam necessárias [...], então, assim, a gente fez uma série de investimentos para que a Coopermiti fizesse os ajustes necessários da segurança do trabalho e uma série de outras coisas para a profissionalização do trabalho da Coopermiti, [...] (E\A3, 2014).

Figura 3 – Máquinas e equipamentos advindos da parceria comercial *Beta* Distribuidora



Fonte: Elaborada pelas autoras a partir de REPÓRTER ECO (2013).

6ª Evento “A Reestruturação Organizacional”

No final do ano de 2011 a Coopermiti encontrava-se insolvente economicamente. Em vista disso, o fundador E\M1 assumiu a direção no início de 2012 e começou um processo de reestruturação organizacional. Entre os atributos apontados no processo de reestruturação organizacional deve-se destacar primeiro os de ordem formal, a saber: i) instituição do Sistema Integrado de Gestão do Meio Ambiente – ou Sigma –; ii) formalização dos processos operacionais e administrativos; iii) mapeamento dos processos; iv)

monitoramento dos processos; v) programas de treinamentos; vi) socialização do conhecimento; e vii) rastreamento na destinação final dos resíduos. Os atributos apontados nos itens i, ii, iii, iv, v e vi não são contemplados *a priori*, entretanto são considerados constituintes do sistema organizacional. O item vii, rastreabilidade de destinação, decorre do propósito de ser da Coopermiti, mas pode ser comparado com a procedência de insumos, apontado por Carroll e Wheaton (2009).

Quanto aos atributos de ordem simbólica relacionados aos valores organizacionais (ASHFORTH; MAEL, 1996) nota-se o desenvolvimento de novos a partir do processo de reestruturação organizacional, tais como: qualidade dos processos produtivos, desenvolvimento de habilidades individuais e satisfação do cliente. O pleno exercício da filosofia de gestão democrática (VAN TONDER; LESSING, 2003) ocorreu após o fundador EVM1 assumir a direção, isso evidencia a característica de liderança, sendo um elemento constituinte do perfil empreendedor.

7ª Evento “A Conquista”

No ano de 2013 a Coopermiti obtém as certificações ISOs 9001 e 14001. Este evento é pautado pela presença de agentes externos específicos, sobretudo aqueles relacionados a serviços de apoio; no caso aqui, a empresa de auditoria, compondo mercado mediado, conforme assinalou Kennedy (2009). Exerce o papel de árbitro da qualidade e influencia diretamente tanto o gosto da audiência como as demandas dos produtos ofertados (NEGRO; HANNAN; RAO, 2010). Essas certificações inferem que a Coopermiti está em consonância com padrões administrativos e operacionais institucionalizados, constituindo um diploma organizacional.

[...]certificações ISO 9001 em 2013, e a ISO 14001. São conquistas importantíssimas, né, muita gente duvidou que fosse possível, né, porque é um projeto social, porque a mão de obra não é qualificada, porque são pessoas de uma situação social que não permite ter competência alguma, ou como escutei de muita gente é tudo pião, então, este é o projeto, é um projeto que recicla pessoas, e, aí de agora a diante seria o futuro (E\M1, 2014)

Outro período 2013, foi muito impactante e muito gratificante, nós conseguimos ter a certificação ISO 9001 e 14001 [...] (E\M2, 2015).

A empresa de auditoria é considerada um agente externo da audiência, pois apresentou atribuições adicionais relativas à redução na estrutura de custos do modelo de negócios (KROEZEN; HEUGENS, 2012) da Coopermiti. A empresa de auditoria deixa de ser um simples prestador de serviços e passa a ser um parceiro que coparticipa do desenvolvimento da Coopermiti por meio de incentivos de ordem financeira, mediante a facilidade de pagamentos e descontos. Essas observações estão em consonância com o excerto a seguir:

[...] as consultorias do ISO 9001 e 14001 [...] tudo isso é muito caro, esses parceiros são muito importantes para mim, porque eles acreditaram no projeto [...] a gente não paga o preço que o mercado paga por ela, é lógico que eu pago o meu consultor, ninguém trabalha de graça, mas eu sei que ele não me cobra o que ele cobra no mercado, tem uma certa doação deles, porque ele quer participar, ele quer contribuir na construção de algo novo [...] (E\M1, 2014).

8ª Evento “A Capacidade Inovativa”

Os membros organizacionais, quer seja do nível administrativo, quer seja do nível operacional, são os principais responsáveis pela manutenção das certificações ISOs ocorridas no ano de 2014. A capacidade inovativa da Coopermiti está atrelada a melhorias quanto ao uso dos recursos internos

disponíveis, assim como nas competências administrativas e técnicas existentes (BOGAERT; BOONE; CARROLL, 2010). Entre as competências, destacam-se, a saber: i) competência administrativa ou habilidades que possibilitam identificar uma estrutura organizacional eficiente; ii) competências técnicas ou habilidades para desenvolver novos serviços e processos produtivos; e iii) competências de transformação ou habilidades de mudar as competências existentes (E\M1, 2012; E\M3, 2014). As competências de transformação estão relacionadas à capacidade inovativa da Coopermiti. Embora a capacidade inovativa não seja considerada na teoria *a priori*, ela é vista neste estudo como um elemento de ordem formal, pois é parte integrante do capital humano do sistema organizacional.

[...] esse processo de identificação, destinação, como certificar é *know-how* nosso, nós que construímos, não existia aonde pegar no mercado. O nosso programa de treinamento para fazer essas triagens, também é uma tecnologia nossa, não existia no mercado [...] (E\M1, 2012)

[...] para fazer a manutenção desse sistema. Então o que a norma diz: “Olha, precisa ser feito”, legal, vamos fazer. Mas, assim, a gente sabe que é uma coisa meio padrão para diversas empresas [...] para trazer para nossa realidade é outra coisa, né. [...] porque é um processo inverso, da (utilização) inversa. E... e a gente tem que adequar com a nossa realidade [...] (E\M3, 2014).

Conclusão

Teve-se como objetivo central neste estudo compreender a incumbência da audiência na evolução de cooperativas de coleta seletiva de resíduos de equipamentos elétricos e eletrônicos. De acordo com o objetivo proposto, infere-se que a evolução do sistema organizacional ocorre mediante as atribuições realizadas pela audiência.

Em conformidade com as peculiaridades do objetivo central deste estudo, apurou-se no objetivo específico a identificação de membros organizacionais e agentes externos, mediante as atribuições que fomentaram a inclusão de atributos de ordem formal e simbólica que corroboraram na evolução do sistema organizacional.

Os membros organizacionais participantes do processo evolutivo da Coopermiti são aqueles que não estão somente dentro dos limites organizacionais, mas principalmente aqueles que contribuem na inclusão de atributos de ordem formal e simbólica. O mesmo vale para a identificação dos agentes externos que são aqueles responsáveis por contribuir das mais diversas formas para a evolução de uma organização.

As atribuições realizadas pela audiência e que impactaram na evolução organizacional apresentam as mais variadas naturezas. Do lado dos membros organizacionais notou-se que o perfil empreendedor dos fundadores foi fundamental para a definição de atributos tanto nos momentos iniciais como a perenidade dos mesmos ao longo do tempo. A profissionalização da Coopermiti foi resultado de um esforço interno e da qualificação no âmbito individual, sendo viabilizada mediante o processo de reestruturação ocorrido no ano de 2012; notou-se que isso só foi possível por meio da internalização dos valores pelos membros organizacionais de todos os níveis hierárquicos, visto que a internalização desenvolve um comprometimento afetivo e, conseqüentemente, uma maior assiduidade dos membros para o alcance dos objetivos da organização.

Do lado dos agentes externos tanto se confirmou os contemplados pelo conceito audiência como se identificou novos; no caso aqui, a Fundação Banco do Brasil. Identificou-se também atribuições adicionais que possibilitaram a evolução organizacional, como foi o caso da prefeitura de São Paulo, sendo vista como uma parceira que endossa as práticas organizacionais da Coopermiti perante o mercado; já a parceira comercial *Beta* Distribuidora não somente contrata os serviços ofertados pela Coopermiti, mas também realiza investimentos de ordem financeira e a transferência de *know-how*.

Observa-se, então, novos arranjos institucionais, na qual a organização – ou *Beta* Distribuidora – passa a coparticipar do processo evolutivo da organização. Por fim, também se observou atribuições adicionais nas empresas prestadoras de serviços de apoio, como exemplo a empresa de auditoria.

Este estudo apresenta contribuições teóricas e empíricas. A primeira concerne em fomentar o desenvolvimento do conceito audiência; a segunda evidencia um caso de sucesso no Brasil de cooperativas de coleta seletiva de resíduos sólidos, sendo auferida mediante novos arranjos coparticipativos que configuram a audiência da organização.

Entre as limitações desta pesquisa destaca-se a estratégia de estudo de caso, não podendo ser generalizada. A Coopermiti é um caso único e de sucesso. Em visto disso, sugere-se pesquisas na abordagem de processos em outros segmentos deste setor, que possibilitem identificar o processo de evolução de cooperativas de coleta seletiva.

Agradecimentos

Os autores agradecem à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) pelo auxílio financeiro concedido, o qual viabilizou a realização deste estudo e ao governo federal brasileiro a concessão da bolsa do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior, referente ao processo BEX 6107/14-1.

Referências

AHMADJAN, C.; EDNAN, J. Framing From Afar: External Agents and the Construction of the Japanese Ji-Buru Industry. *Working Paper Series*, n. 329, 2013.

ALBERT, S.; WHETTEN, D. A. Organizational identity. In: CUMMINGS, L. L. et al. (Ed.). *Research in Organizational Behaviour*, Greenwich CT: JAI Press, v. 7, p. 263-295, 1985.

ALVESSON, M. Organization: from substance to image. *Organization Studies*, v. 11, n. 3, p. 373-94, 1990.

ASHFORTH, B.; MAEL, F. Organizational identity and strategy as context for the individual. In: BAUM, J. A. C.; DUTTON, J. E. (Ed.). *Advances in strategic management*, Greenwich, CT: JAI Press, 1996.

A RECICLAGEM DO LIXO ELETRÔNICO. Direção e produção: Jornal da Gazeta, São Paulo, 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1X_9Lo-59bkQ>. Acesso em: 5 abr. 2015.

BAUM, J. A. C.; SINGH, J. V. Dynamics of organizational responses to competition. *Social Forces*, n. 74, p. 1.261-1.297, 1996.

BESEN, G. R.; RIBEIRO, H. Indicadores de sustentabilidade para programas municipais de coleta seletiva – métodos e técnicas de avaliação. Disponível em: <<http://www.polis.org.br/uploads/753/753.pdf>>. Acesso em: 15 jan. 2014.

BOGAERT, S.; BOONE, C.; CARROLL. Organizational forms emergence and competing professional schemata of Dutch accounting 1884-1939. *Research in the Sociology of Organizations*, n. 31, p. 115-150, 2010.

BORTOLI, M. A. Catadores de materiais recicláveis: a construção de novos sujeitos político. *Rev. Katál.*, Florianópolis, v. 12, n. 1, p. 105-114, 2009.

BRAGA, A. C. S.; MEIRELLES, D. S. Surgimento de novas formas organizacionais: um estudo exploratório em cooperativas de coleta seletiva. *Risus*, v. 4, n. 3, p. 90-180, 2013.

BRASIL. Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 3 ago. 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm>. Acesso em: 10 out. 2013.

BRINGHENTI, J. R.; GUNTHER, W. M. R. Participação social em programas de coleta seletiva de resíduos sólidos urbanos. *Eng Sanit Ambient*, v. 16, n. 4, p. 421-430, 2011.

CARROLL, G. R.; SWAMINATHAN, A. Why the microbrewery movement? Organizational dynamics of resource partitioning in the U.S. brewing industry, *American Journal of Sociology*, v. 106, n. 3, p. 715-762, 2000.

CARROLL, G. R.; WHEATON, D. R. The organizational construction of authenticity: An examination of contemporary food and dining in the U.S. *Research in the Organizational Behavior*. v. 29, p. 255-282, 2009.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. *Metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2006.

COOPERATIVA INCENTIVA RECICLAGEM DE ELETRÔNICO. Direção e produção Globo Repórter, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/globo-reporter/videos/t/edicoes/v/cooperativa-incentiva-reciclagem-de-eletronicos/1923785/>>. Acesso em: 2 mar. 2015.

CRESWELL, J. W. *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre: Artmed, 2007.

CZARNIAWSKA, B. A. *Narrative Approach in Organization Studies*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1998.

DEMAJOROVIC, J.; BESEN, G. R. Gestão compartilhada de resíduos sólidos: avanços e desafios para a sustentabilidade. In: ENANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Anpad, 2007.

DONAIRE, D. A utilização do estudo de casos como método de pesquisa na área de administração. *Imes*, v. 14, n. 40, p. 9-19, 1997.

DUTTON, J.; DUKERICH, J. Keeping an eye on the mirror: image and identity in organizational adaptation. *Academy of Management Journal*, v. 34, n. 3, p. 517-554, 1991.

FERRAZA, D. A.; YAMAMOTO, F.; CARVALHO, A. M. R.; LADEIA, C. R. Catadores de materiais recicláveis: representações sociais de coleta seletiva. *Revista Ciência em Gestão*, v. 2, p. 49-50, 2006.

GOLDBERG, A.; VASHEVKO, T. Social Boundedness as Market Identity Evidence from the Film Industry. *Stanford Graduate School of Business*. Stanford, 2013.

HANNAN, M. T. *Partiality*: Categories and niches. Paper prepared for the Nobel Symposium: “Foundations of Organizations”. Sweden, 2008.

HSU, G.; HANNAN, M. T. Identities, Genres and Organizational Forms. *Organization Science*, v. 16, n. 5, p. 474-490, 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Pesquisa nacional de saneamento básico, 2008. Rio de Janeiro, 2010.

- KENNEDY, M. Critics and Players: Audiences, Trust and Reality in Mediated Markets. The Sixth Conference on Innovation Journalism, Stanford, 2009.
- KOVÁCS, B.; HANNAN, M. T. The consequences of category spanning depend on contrast. *Research in the Sociology of Organizations*, v. 31, p. 175-201, 2010
- KOÇAK, O.; HANNAN, M. T.; HSU, G. *Audience Structure and Category Systems in Markets*. Presented at the Organizational Ecology Workshop. Verona, 2009.
- KROEZEN, J. J.; HEUGENS, P. P. M. A. R. Organizational Identity Formation: Processes of Identity Imprinting and Enactment in the Dutch Microbrewing Landscape. In: SCHULTZ, M. et al. (Ed.). *Constructing Identity in and Around Organizations*. Oxford: Oxford University Press, 2012.
- LIXO ELETRÔNICO. Direção e produção Boa Vontade TV, São Paulo, 2014. *Lixo eletrônico*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RDE0t0u2fQE>>. Acesso em: 7 ago. 2015.
- LANKSHEAR, C.; KNOBEL, M. *Pesquisa pedagógica: do projeto à implementação*. Porto Alegre: Artmed, 2008.
- LOUNSBURY, M.; RAO, H. Sources of Durability and Change in Markets Classifications: A Study of the Reconstitution of Product Categories in the American Mutual Fund Industry, 1944-1985. *Social Forces*, v. 82, n. 3, p. 969-999, 2004.
- MARSHALL, C.; ROSSMAN, G.B. *Designing qualitative research*. CA: Sage, 1999.
- MEDINA, M. *The World's Scavenger: Salvage for Sustainable Consumption and Production*. United Kingdom, Altamira Press, 2007.
- MCDONALD, S.; OATES, C. Reasons for non-participation in a kerbside recycling scheme. *Resources, Conservation and Recycling*, v. 39, n. 4, p. 369-385, 2003.
- MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. Cidades sustentáveis. Brasília, 2015. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/cidades-sustentaveis/residuos-solidos/politica-nacional-de-residuos-solidos/linha-do-tempo>>. Acesso em: 10 out. 2015.
- NEGRO, G.; HANNAN, M. T.; RAO, H. Categorical contrast and audience appeal: niche width and critical success in winemaking. *Industrial and Corporate Change*, v. 19, n. 5, p. 1.397-1.425, 2010.
- NEGRO, G.; KOÇAK, O.; HSU, G. Research on categories in the sociology of organizations, In: HSU, G., NEGRO, G., KOÇAK, O. (Ed.). *Categories in Markets: Origins and Evolution (Research in the Sociology of Organizations, volume 31)*, Emerald Group Publishing Limited, 2010.

PATTON, Michael Q. *Qualitative research & Evaluation methods*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2002.

PAULA, M. B.; SOUZA-PINTO, H.; SOUZA, M. T. S. A importância das cooperativas de reciclagem na consolidação dos canais reversos de resíduos sólidos urbanos pós-consumo. In: SIMPOI, São Paulo, 2010, *Anais...*São Paulo, 2010.

PENTLAND, W, Introduction. In: PENTLAND, W. et al. *The Application of Time Use Methodology in the Social Sciences*. 1. ed. Nova York: Plenum Publishing. 1999.

PÓLOS, L.; HANNAN, M.T.; CARROLL, G.R. Foundations of a theory of social forms. *Industrial and Corporate Change*, v. 11, n. 1, p. 85-115, 2002.

RAO, H.; MONIN, R.; DURAND, R. Institutional change in toque ville: Nouvelle cuisine as an identity movement in French gastronomy. *American Journal of Sociology*. v. 108, n. 4, p. 795-843, 2003.

REPÓRTER ECO. Direção e produção TV Cultura, São Paulo, 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=4CUHDhIW4Ac>>. Acesso em: 5 mar. 2015.

RIBEIRO, H.; BESEN, G. R. Panorama da coleta seletiva no Brasil: desafios e perspectivas a partir de três estudos de casos. *INTERFACEHS*. v.2, n.4, 2007.

ROBERTS, P. W.; SIMONS, T.; SWAMINATHAN, A. Crossing a Categorical Boundary: The implications of switching from non-kosher wine production in the Israeli wine market. In: HSU, G., NEGRO, G., KOÇAK, O. (Ed.). *Categories in Markets: Origins and Evolution* (Research in the Sociology of Organizations, Volume 31), Emerald Group Publishing Limited, 2010.

RODRIGUES, R. C. Análise e tematização da imagem fotográfica. *67Ci. Inf.*, Brasília, v. 36, n. 3, p. 67-76, 2007.

SILVA, R. I. H.; SILVA, M. G. H. Projeto “Jangurussu, Reciclando a Vida”: uma análise sócio-ambiental na visão do catador. In: CONGRESSO DE PESQUISA E INOVAÇÃO DA REDE NORTE NORDESTE DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA, 2., 2007. Paraíba. Anais... Paraíba: Connepi, 2007.

SECRETARIA NACIONAL DE SANEAMENTO AMBIENTAL. Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento: diagnóstico do manejo de resíduos sólidos urbanos – 2010. Brasília: MCIDADES. SNSA, 2012. Disponível em: <<http://www.reusa.com.br/biblioteca/DiagRS2010.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2014.

SIQUEIRA, M. M.; MORAIS, M. S. Saúde coletiva, resíduos sólidos urbanos e os catadores de lixo. *Ciência Saúde Coletiva*, v. 14, n. 6, p. 2.115-2.122, 2009.

SWAMINATHAN, A. The proliferation of specialist organizations in the American wine industry: 1941-1990. *Administrative Science Quarterly*, v. 40, n. 4, p. 653-680, 1995.

VAN DE VEN, A. H. *Engaged Scholarship: A Guide to Organizational and Social Research*. Oxford: Oxford University Press, 2007.

VAN TONDER, C. L.; LESSING, B. C. From Identity to Organisation Identity: The Evolution of a Concept. *Journal of Industrial Psychology*, v. 29, n. 2, p. 20-28, 2003.

WAITE, R. *Household waste recycling*. London: Earthscan Publications, 1995.

ZHAO, F. Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, v. 11, n. 1, p. 25-41, 2005.