

CONFIANÇA E HONESTIDADE NA PRÁTICA DA CATIRA: um estudo com negociantes rurais da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba

José Vitor Palhares dos Santos (UFMG) - titopalhares@hotmail.com

Alice de Freitas Oleto (UFMG) - aliceoleto@hotmail.com

Resumo:

O objetivo que norteou este trabalho foi analisar as relações baseadas na confiança e na honestidade entre os catireiros na prática da catira, 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. Para atingir o objetivo proposto, utilizamos da abordagem da pesquisa qualitativa, de caráter exploratório. A coleta de dados foi feita por meio de entrevistas semiestruturadas com trinta e um catireiros da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba e a análise dos dados foi feita através da Análise Crítica do Discurso (ACD). De acordo com os dados analisados, é possível afirmar que até mesmo negociações fortemente pautadas e permeadas pela confiança e honestidade como forma de se estabelecer vínculos e criar novos negócios possuem também práticas como a mentira e a desonestidade como estratégias para se obter uma vantagem maior, como ocorre na catira. Portanto, ora a honestidade e a confiança são práticas relevantes que podem servir como estratégias eficientes para e nos negócios, ora elas são práticas incabíveis que dificultam a obtenção de um lucro maior nas negociações.

Palavras-chave: *Confiança; Honestidade; Catira.*

Área temática: *GT-05 Comportamento Humano em Organizações*

1. INTRODUÇÃO

Os estudos baseados em relações de confiança entre pessoas e entre organizações são discussões que vem acontecendo há algum tempo na academia, são debates complexos e delicados que já foram discutidos por economistas (WILLIAMSON, 1985), sociólogos (SABEL, 1992; LUHMANN, 1996), filósofos do campo da política (TOCQUEVILLE, 1962) e da ética (SOLOMON, 2000), e também por administradores (WHITNEY, 1993), demonstrando que a confiança pode ser uma área de pesquisa bastante interdisciplinar. Entretanto, Drummond (2007) afirma que apenas nos últimos vinte anos é que tal temática começou a ocupar lugar de destaque no ambiente acadêmico e empresarial brasileiro.

No que se referem à Administração, os primeiros estudos baseados em confiança estiveram relacionados ao seu papel na estrutura da organização e no processo interativo, bem como no aperfeiçoamento da competência individual (WHITNEY, 1993). Posteriormente, vários estudos analisaram a importância da confiança para o desenvolvimento e sucesso das organizações e equipes de trabalho (CHILD, 2001; ZANINI, 2007; JANOWICZ; NOORDERHAVEN, 2009; DIAS, 2010).

A definição do termo confiança é problemática devido ao fato de que é um conceito complexo, analisado por meio de uma pluralidade de disciplinas (GULATI; NICKERSON, 2008, p. 2), e, portanto, suas definições são situacionais, que variam de um contexto para o outro (IBBOTT; O'KEEFE, 2004, p.133). Para os fins deste estudo, o conceito de confiança está relacionado com o comportamento do indivíduo em relação a outro sujeito ou grupo de trabalho, onde há a expectativa mútua do cumprimento do que é combinado, e pode ser caracterizada como um “estado psicológico, que depende de expectativas e está relacionada com os comportamentos dos outros” (FREIRE, 2007, p. 21).

No que tange à Administração, Child (2001) pontua que a confiança é fundamental para os relacionamentos e os negócios, e que se trata da disposição do sujeito ou grupo confiar que as ações do outro serão mais benéficas do que prejudiciais. Para Luhmann (1996), as relações baseadas na confiança e geradas por normas sociais podem melhorar a eficiência das interações, na medida em que reduzem as incertezas.

Dessa forma, o objetivo que norteou este trabalho foi o de analisar as relações baseadas na confiança e honestidade entre os catireiros na prática da catira, 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. O catireiro, que em geral tem a catira como sua principal ocupação, possui sua imagem frequentemente relacionada a atributos como confiança, honestidade e reciprocidade, além de ser reconhecido pelos demais membros da sociedade local por meio da profissão que exerce, isto é, de catireiro. Assim, se forem (re)conhecidos por meio de maus negócios e “tramoias” que fazem nas catiras, os catireiros terão seus nomes e suas identidades relacionados à desonestidade e desconfiança (RIBEIRO; GALIZONI, 2007; SANTOS, 2016).

Mas o que seriam as catiras? As catiras são contínuas relações comerciais que envolvem a troca de alguma coisa por bens de consumo, produtos agropecuários, dinheiro, ou um pouco de cada, e vice-versa. Essas catiras são práticas antigas do meio rural de Minas Gerais, e em regiões como no Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, são negociações frequentes no cotidiano das pessoas, sendo os negociantes – catireiros – extremamente dedicados na execução dessa “arte”. As catiras, regidas por práticas próprias, são responsáveis pela conservação, geração e ampliação de renda de muitas famílias do interior do estado de Minas Gerais, pois

“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” (RIBEIRO; GALIZONI, 2007, p. 72).

Assim, para conseguir alcançar os objetivos propostos 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, já que foram entrevistados os catireiros que aceitaram participar do estudo. Os áudios das entrevistas foram gravados e, posteriormente, transcritos. Para a análise dos dados, foi utilizada a Análise Crítica do Discurso (ACD). Por fim, este trabalho está organizado em cinco seções, a contar desta introdução. No capítulo seguinte, foi abordado o referencial teórico sobre confiança e honestidade. Na terceira seção, tecemos os caminhos metodológicos trilhados na condução da pesquisa. Em seguida, apresentamos a análise dos dados sobre as relações de confiança e honestidade entre os catireiros na prática da catira, para, em seguida, encerrar este trabalho com as considerações finais sobre o estudo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A confiança e a honestidade têm sido reconhecidas como importantes fenômenos culturais dentro de uma sociedade por conduzirem as interações e as expectativas das pessoas que estão inseridas nesse meio. Bachmann *et al* (2001) entende que seria praticamente impossível estabelecer e manter as relações organizacionais com sucesso por um longo período de tempo sem um certo grau de confiança e honestidade. Para Giddens (1991, p.41), confiança seria “a crença na credibilidade de uma pessoa ou sistema, tendo em vista um dado conjunto de resultados ou eventos, em que essa crença expressa uma fé na probidade ou amor de outro, ou na correção de princípios abstratos”.

Luhmann (1979) segue esse mesmo entendimento afirmando que a confiança é importante, pois reduz a complexidade da sociedade e permite que a vida social transcorra mais suavemente. Num contexto mais amplo, Fukuyama (1996) afirma que a prosperidade de uma sociedade depende, entre outros fatores, da confiança generalizada da sociedade. A confiança seria, para Fukuyama (1996, p. 41), [...] “a expectativa que nasce no seio de uma comunidade de comportamento estável, honesto e cooperativo, baseado em normas compartilhadas pelos membros dessa comunidade”, sendo grande influenciadora da prevalência de interação numa sociedade ou de certas partes dela.

De acordo com Newell e Swan (2000), a confiança é um conceito multidimensional, e apresenta vários significados que compartilham, segundo Lane (1998), três pressupostos: a) existência de um grau de interdependência entre o que confia e o que recebe a confiança; b) a confiança provê forma de arcar com riscos ou incertezas nos relacionamentos de troca; e c) crença ou expectativa de que a vulnerabilidade resultante da aceitação do risco não irá tirar vantagem do relacionamento.

Para Costa (2000), a confiança é mais do que um conjunto de expectativas em relação a um determinado acontecimento, já que ela faz com que se aceite o desafio e as implicações associadas à atitude de confiar. Shapiro (1987), por outro lado, entende que a confiança é um relacionamento social no qual uma pessoa investe recursos, autoridade e responsabilidade em

outra, em que, normalmente, o retorno futuro é incerto. Já Ripperger (1998) compreende a confiança como uma aceitação voluntária e antecipada de um investimento de risco, pela abdicação de mecanismos contratuais explícitos de segurança e de controle contra comportamentos desonestos e oportunistas, na expectativa de que a outra parte não agirá dessa forma.

De acordo com Hardin (2002), a confiança poderia ser considerada um “interesse encapsulado”, já que as expectativas do indivíduo que confia estão baseadas na percepção que este possui das motivações do indivíduo que recebe o investimento de confiança. Assim, mesmo que esses indivíduos possuam certas divergências em incentivos e interesses, a existência de algum ponto comum de interesse poderá estimular um indivíduo a realizar um investimento de confiança em outro indivíduo. Desse modo, dependendo das pessoas que interagem e do contexto específico, uma relação de confiança pode se estabelecer em diferentes bases, de formas diferentes e em níveis diferentes. É possível confiar em uma pessoa de forma constante, para várias questões, ou pode-se confiar em outra pessoa uma única vez, somente para algumas questões.

Peyrefitte (1999) afirma que a confiança é uma grande propulsora do desenvolvimento, principalmente quando ela é aplicada onde há iniciativa pessoal e liberdade criativa e empreendedora. Para o autor, a sociedade de confiança é uma sociedade em expansão pois ela poderia ser vista como uma sociedade de solidariedade, de projeto comum.

Contudo, apesar de todas as vantagens da confiança, ela também envolve riscos. Várias teorias descrevem instrumentos para minimizá-los, como contratos, recompensas, punições e outras formas de controle. A construção da confiança, além de levar tempo, é trabalhosa (WEHMEYER *et al*, 2001), quase não existindo em relacionamentos de curto prazo (HOECHT, 2002). Assim, quando existe confiança, o envolvimento entre os parceiros é aumentado, o que reduz capacidade de análise dos riscos, além de limitar a procura por novas oportunidades com outros parceiros. É por isso que um acordo baseado na confiança deve ser desenvolvido com muita cautela e numa perspectiva de longo prazo.

Quanto à honestidade, é possível afirmar que a conduta dos profissionais precisa ser sempre pautada por ela, de forma que a honestidade se transforme em um diferencial e confira autoridade moral. Alinhada com essa perspectiva, visualiza-se a honestidade dentro de um conceito maior que é o da ética (FORTES, 2005). Autores como Gibson (1994), Kennan e Wilson (1993) e Reitz *et al.* (1998) defendem que a honestidade não só se traduz em melhores resultados, como evita consequências de custos muito elevados, tais como a rigidez em futuras negociações, a destruição da relação com o oponente, a criação de uma reputação negativa, a escalada do conflito e a perda de oportunidades. Para eles, ser honesto, aberto e confiável é uma estratégia de resposta racional num cenário de incertezas futuras.

Há também autores que compreendem a honestidade como um componente da confiança, que define o cumprimento de acordos, sejam eles formais ou informais, explícitos ou tácitos, bem como para resolução de conflitos (TEIXEIRA; POPADIUK, 2003; DAFT, 2002; ROBBINS, 2003). E se uma pessoa tende a ser honesta, então tenderá a reconhecer, respeitar e cumprir os acordos a cada evento. Isto faz com que as outras pessoas criem a expectativa de que, no futuro, esta conduta de comportamento se mantenha, favorecendo, então, o desenvolvimento de relações de confiança. Assim, a honestidade pode ser um componente da confiança, uma vez que, quanto mais os acordos forem cumpridos e mais justas forem as resoluções dos

conflitos, maior será a confiança depositada nas partes envolvidas (DAFT, 2002; ROBBINS, 2003; ROBBINS, 2002).

A confiança e a honestidade, importantes no mundo organizacional, ganham proporções muito maiores quando se fala na prática da catira. Isso porque, como evidenciado por Agne e Waquil (2011a; 2011b) e Ribeiro e Galizoni (2007), a confiança, a honestidade e a reciprocidade são características acentuadas das identidades dos praticantes da catira. De acordo com esses autores, os catireiros precisam ser (re)conhecidos na região, ter um nome que está atrelado à confiança nos negócios, além da astúcia em reconhecer oportunidades para se catirar. Assim, confiança, honestidade e reciprocidade (re)criam e reforçam os laços afetivos entre os catireiros, e servem para sustentar suas relações de negócio.

De acordo com Ribeiro e Galizoni (2007), a catira não é um negócio qualquer, mas uma troca essencial. E essas trocas “têm por base a confiança e o nome dos parceiros, são marcadas pelas histórias pessoais, carecem de muita conversa e, às vezes, de uma encenação emprestada ao jogo do truco, mesmo quando, desde o começo, todos já saibam qual será o desfecho do negócio” (RIBEIRO; GALIZONI, 2007, p. 69). E os autores reforçam a importância da confiança e da honestidade ao informar que uma vez que os catireiros tenham um bom nome, eles podem até mesmo fazer negócio sem ter capital, na base apenas da confiança e da honestidade.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com o intuito de analisar as relações baseadas na confiança e honestidade entre os catireiros da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba na prática da catira, foi feita uma pesquisa com abordagem qualitativa e de caráter exploratório. Richardson *et al.* (2007) definem a pesquisa qualitativa como a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características.

Flick (2008) destaca que os pesquisadores qualitativos estão interessados em ter acesso a experiências, interações e documentos em seu contexto natural. A ideia se baseia em métodos, e a teoria precisa acompanhar o que se estuda. Além disso, os pesquisadores são uma parte importante do processo de construção da pesquisa, baseada na interpretação dos resultados. Já para Denzin e Lincoln (2007), a pesquisa qualitativa é, em si mesma, um campo de investigação, pois atravessa disciplinas, campos e temas.

A caracterização da pesquisa como exploratória tem por objetivo conhecer o fenômeno de estudo tal como ele se apresenta, seu significado e o contexto no qual ele está inserido. Piovesan (1970) explica que a pesquisa exploratória leva o pesquisador, frequentemente, à descoberta de enfoques, percepções e terminologias novas para ele, contribuindo para que, paulatinamente, seu próprio modo de pensar seja modificado. Isto significa que o pesquisador, progressivamente, vai ajustando suas percepções à percepção dos entrevistados. Em outras palavras, ele vai conseguindo controlar, quase que imperceptivelmente, o seu viés pessoal.

O *corpus* da pesquisa foi construído 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. Para Manzini (1991), a entrevista semiestruturada está focalizada em um assunto sobre o qual confeccionamos um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista.

Para o autor, esse tipo de entrevista pode fazer emergir informações de forma mais livre, e as respostas não estão condicionadas a uma padronização de alternativas. Para Triviños (1987), a entrevista semiestruturada tem como característica questionamentos básicos que são apoiados em teorias e hipóteses que se relacionam ao tema da pesquisa. Os questionamentos dariam frutos a novas hipóteses surgidas a partir das respostas dos informantes. O foco principal seria colocado pelo investigador-entrevistador. Complementa o autor, afirmando que a entrevista semiestruturada “[...] favorece não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade [...]” além de manter a presença consciente e atuante do pesquisador no processo de coleta de informações (TRIVIÑOS, 1987, p. 152).

A delimitação dos entrevistados se limitou aos catireiros que fazem negócios nas regiões do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba e que se autodefiniam como catireiros. Desse modo, a escolha dos entrevistados levou em consideração o catireiro que se identifica como tal. Além disso, delimitou-se os catireiros do estado de Minas Gerais por essa ser uma das regiões em que a catira está mais consolidada (RIBEIRO; GALIZONI, 2007).

Ainda quanto à fase de coleta de dados, a delimitação dos entrevistados também levou em consideração um processo de conveniência, já que as entrevistas foram feitas com os catireiros que iam aceitando participar da pesquisa, que puderam ser encontrados, *a priori*, mediante uma lista 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, 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, esta foi respaldada pelas afirmações de Minayo (2001) em que o critério de representatividade na pesquisa qualitativa não é numérico como na pesquisa quantitativa, já que o pesquisador deve ser capaz de identificar e analisar profundamente dados não-mensuráveis, como sentimentos, sensações, percepções, pensamentos, intenções, comportamentos passados, entendimento de razões, significados e motivações de um determinado grupo de indivíduos em relação a um problema específico.

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 análise 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, buscou-se reconstruir e interpretar as visões de mundo dos entrevistados, a fim de atingir os objetivos que se propôs com a pesquisa.

4. AS RELAÇÕES DE CONFIANÇA E HONESTIDADE ESTABELECIDAS ENTRE OS CATIREIROS NA PRÁTICA DA CATIRA

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.

Um dos primeiros aspectos que nos chamou atenção nas entrevistas com os catireiros diz respeito à identificação dos mesmos. No início das nossas entrevistas, pedimos que os catireiros nos contassem um pouquinho da sua história, de quem era aquele sujeito que estava ali na nossa frente. Todos os respondentes, sem exceção, foram enfáticos em nos dizer o seu nome completo, sendo que alguns ainda complementaram com apelidos pelos quais eram conhecidos na região. Parecia que, a partir do momento em que eles nos diziam seu nome completo, nós pesquisadores já poderíamos ter uma noção de com quem estávamos conversando, como se nós já os (re)conhecêssemos há algum tempo pela notoriedade que o nome do catireiro possui na região.

O que está implícito nesse fato é que os catireiros, para selarem seus negócios, “tem que ser conhecido (...) e, sobretudo, precisa ter um bom nome” (RIBEIRO; GALIZONI, p. 72, 2007), uma boa reputação, pois, caso contrário, se tais praticantes forem (re)conhecidos por meio de maus negócios que fizeram ou por fraudes de pagamento na catira, por exemplo, terão seus nomes e identidades relacionados a desonestidade e a desconfiança. Por isso os enunciadores dão tanta ênfase e iniciam as entrevistas nos dizendo seus nomes completos, como forma de legitimação e validação de seus discursos que foram proferidos durante as entrevistas, isto é, como forma de podermos verificar, através da reputação que seu nome tem na comunidade local, que eles são catireiros honestos.

Em seguida, perguntamos como são as relações entre os catireiros na prática da catira, de forma a verificar se os entrevistados explorariam a questão da necessidade das relações se basearem na confiança e honestidade, como apontado por Agne e Waquil (2011a; 2011b) e Ribeiro e Galizoni (2007). O discurso que se sobressaiu nessa temática pode ser observado nos fragmentos destacados abaixo.

01 Eu penso que a primeira coisa que pessoa tem que ser é honesto. Tem que ter honestidade, pro cê panhar nome e confiança, né! Tudo que você for fazer hoje, se você não tiver nome, não vai né! Cê tem que ter nome, né! Tem que ser honesto, aí você panha confiança, panha nome e faz catiras. Senão você não faz. (C06)

02 Tem que saber origem de quem cê tá negociando né, a procedência.. Cê num pode só comprar ali de qualquer pessoa... se não daqui um poquin cê tá comprando dos ladrão.. E aí, como cê faz? Então é isso, procedência, honestidade e tem que passar confiança também, né?! (C16)

03 Oh, é importante ter conhecimento né, conhecimento de mercado, dos produtos, de quem tá vendendo.. E cê tem que ser uma pessoa honesta, uma pessoa que tem um bom nome, né! Cê vai negociar com todo mundo e por muito tempo, então cê não pode ficar... ser uma pessoa desonesta. Ser trapaceiro, essas coisas sabe. Cê tem que ser correto, passar confiança, pro cê continuar no ramo. Tem que ter bom nome, porque cê vai na praça e eles perguntam “cadê o fulano catireiro?”, porque todo mundo já conhece todo mundo né. (C10)

04 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?! (...) Senão leva manta, né?! (C11)

Dessa forma, como podemos observar pelos trechos acima, os catireiros da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba reforçam o discurso da importância das relações baseadas na confiança e na honestidade na prática da catira (AGNE; WAQUIL, 2011a; 2011b; RIBEIRO; GALIZONI, 2007). Nos fragmentos 01 e 02, os enunciadores evidenciam a importância da honestidade na catira e como os catireiros vão ganhando, a partir de negócios honestos fechados, a confiança de outros praticantes, construindo, dessa forma, uma reputação positiva e angariando novas catiras. Já na terceira passagem, o entrevistado pontua que a

honestidade e a confiança são fundamentais não somente para que o catireiro consiga novas catiras, mas principalmente para que ele continue atuando no ramo. De acordo com esse respondente, caso o praticante for desonesto, trapaceiro e não passar confiança nos negócios que catira, dificilmente ele irá continuar praticando a catira, uma vez que, ao construir uma má reputação em torno dos negócios que ele realiza, o catireiro será (re)conhecido na comunidade local pelos negócios desonestos que faz, e dificilmente alguém irá querer fechar outros negócios com ele.

Portanto, corroboramos que a conduta dos catireiros também precisa ser pautada na honestidade, de forma com que ela se torne um diferencial e confira autoridade moral à esses praticantes (FORTES, 2005). Além disso, podemos afirmar também, de acordo com os entrevistados, que a honestidade pode ser caracterizada como uma estratégia para se obter melhores resultados, evitando a criação de uma reputação negativa e de perda de oportunidades (KENNAN; WILSON, 1993; GIBSON, 1994; REITZ et al., 1998) na catira.

Ademais, vale ressaltar ainda que, segundo os respondentes, a honestidade pode ser compreendida como um componente da confiança, uma vez que é através da prática da honestidade na catira que os catireiros vão obtendo a confiança dos demais catireiros. Dessa forma, a honestidade pode ser entendida como um componente da confiança, de forma com que quanto mais honestos os catireiros forem e mais acordos forem cumpridos, maior será a confiança depositada nas partes envolvidas (DAFT, 2002; ROBBINS, 2003; ROBBINS, 2002). Já a confiança pode ser caracterizada no contexto da catira como um processo fundamental que vai tratar da disposição do catireiro confiar que as ações de negociação do outro praticante serão mais benéficas e honestas do que prejudiciais (CHILD, 2001).

Ainda sobre os trechos destacados acima, vale ressaltar que o entrevistado C11, no fragmento 04, infere sobre a importância de o catireiro estabelecer um bom relacionamento com os outros praticantes, fazendo um círculo de amigos de onde poderá sair várias catiras. Desse modo, a catira, além de ser uma prática para manutenção e expansão dos negócios de várias famílias mineiras, também (re)cria e reforça laços afetivos entre os catireiros, que servem para sustentar suas relações de negócio (RIBEIRO; GALIZONI, 2007).

Assim, honestidade, confiança e reciprocidade (re)criam e reforçam os laços afetivos entre os catireiros da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba, e servem para sustentar suas relações de negócio. De acordo com esses enunciadores, o catireiro precisa ser honesto, ter um bom nome e tem que passar confiança para os demais praticantes. Como a catira é algo recorrente no cotidiano dessas pessoas, na medida em que elas vão sendo honestas nos negócios que fazem, elas vão sendo (re)conhecidas por isso, e construindo um (bom) nome perante os catireiros, e quando se tem (bom) nome na comunidade local, mais confiança você passa para os demais praticantes. Por outro lado, caso o catireiro seja desonesto em seus negócios ou perca a confiança dos demais praticantes, ele irá sujar seu nome (reputação), e dificilmente fará outras catiras depois, pois sua reputação na catira estará manchada perante os outros catireiros, e ele será visto como trapaceiro nos negócios.

Todavia, houve também entrevistados que romperam com o discurso da importância da honestidade e da confiança na prática da catira, justificando que tais práticas eram importantes há algum tempo atrás, mas que atualmente não possuem a mesma relevância, pois as catiras feitas hoje em dia são diferentes das realizadas antigamente, como pode ser observado nos trechos abaixo.

05 Antes tinha que passar confiança! Perdeu a confiança perdeu tudo, né! Aí, depois não tem prazo mais. Mas agora acabou, né! Todo mundo desconfia de todo mundo, a gente não conhece todo mundo mais. (C08)

06 Não, não! Hoje em dia, ultimamente, ou é troca de coisa ou no dinheiro. Hoje não tem confiança não, não se conhece mais ninguém, não se conhece a vida das pessoas mais! (C01)

07 Não hoje em dia num tem disso de confiança mais. É que antigamente cê conhecia mais o pessoal, né?! Podia confiar. Mas hoje não tem mais isso de confiança não, já vi muito caboco que sai das cidades vizinhas pra passar cheque sem fundo aqui. Então antes tinha, hoje não tem mais não. (C13)

Nesse sentido, o enunciador C08, no quinto trecho, reitera como era a dificuldade, antigamente, de se fazer catiras ao perder a confiança dos demais catireiros. Mas tanto ele (C08), como também C01 e C13, afirmam, utilizando de advérbios e locuções adverbiais de tempo (como antes, agora, hoje, hoje em dia) para distinguir e diferenciar a importância da confiança na catira em épocas distintas, que atualmente a confiança não tem o mesmo peso que possuía anos atrás. De acordo com esses entrevistados, hoje eles não conseguem (re)conhecer mais todas as pessoas que catiram e, pra não levar prejuízo de sujeitos desconhecidos e talvez desonestos, preferem não confiar tanto nas pessoas. Como exemplo disso, C13 argumenta que já viu muitos catireiros desconhecidos, que são de outras cidades, irem pra sua região e fechar negócios passando cheque sem fundo. Portanto, para não saírem no prejuízo, preferem desconfiar de todo mundo.

Desse modo, esses enunciadores rompem com o discurso da importância da confiança na prática da catira, ao afirmarem que, hoje, as relações estabelecidas pelos catireiros são diferentes das firmadas tempos atrás, uma vez que é difícil conhecer todos os praticantes. Além disso, para alguns entrevistados, a confiança já foi uma estratégia a ser observada no cotidiano de negócios, porém, atualmente, não é algo tão relevante como era antigamente. Contudo, mesmo esses catireiros que romperam com o discurso das relações baseadas na confiança e na honestidade na prática da catira também demonstram que a honestidade é um componente da confiança, e que esta está relacionada com a disposição de o praticante crer que as ações de negociação do outro catireiro serão mais benéficas do que trapaceiras e desonestas.

Assim, esses entrevistados demonstram reconhecer que as relações baseadas na confiança também exprimem riscos (WEHMEYER *et al*, 2001) para as catiras, como a possibilidade de receberem cheque sem fundo nas negociações (C13), e ao invés de tais praticantes buscarem instrumentos para continuar construindo laços de confiança e minimizar esses riscos, eles preferem acreditar que a confiança não é mais um fator fundamental a ser praticado na catira, já que agora dificilmente se (re)conhece quem são os catireiros praticantes.

Assim como relatado pelos entrevistados anteriores, houve outros respondentes que também expuseram a diferença na prática da catira atualmente quando comparada com a prática em anos atrás. Nesse sentido, os catireiros entrevistados relataram que, atualmente, tem sido mais difícil de praticar a catira, como pode ser notado nos fragmentos seguintes.

08 De primeiro o povo era mais honesto, né. Hoje ficou muito difícil, hoje a gente corre mais risco de catirar com pessoas que as vezes não paga, não honra os compromissos. Confiança.. Hoje tá mais difícil de confiar. E naquela época era mais lucrativo também, né. Hoje a margem diminuiu, quando não empata. (C11)

09 Ah, sempre muda né. Hoje cê tem que fazer o negócio mais travado né. Hoje a confiança é menor, cê tem que ter mais pé no chão. Antes não, cê podia dá prazo,

hoje cheque nem tá existindo mais. Cheque cê pega só duma pessoa que cê conhece mesmo. E olha lá ainda. (C29)

Desse modo, C11 e C29, nos trechos 08 e 09, respectivamente, também afirmam que, hoje, a confiança entre os catireiros é menor. Antigamente, os praticantes eram mais honestos e honravam mais seus compromissos, mas hoje a prática da catira ficou mais difícil, pois os catireiros correm mais risco com pessoas que não pagam (C11). Assim, tendo em vista que aumentaram os calotes nas catiras e que diminuiu a confiança entre os catireiros, uma estratégia que C29 adotou, atualmente, para gerir sua relação e seus negócios com os outros praticantes é catirar com mais pé no chão, isto é, com mais segurança.

Nesse aspecto, o enunciador ainda relata que o cheque, no passado, era algo comum, até como forma de dar um prazo no pagamento para o outro praticante. Entretanto, devido à falta de confiança e para evitar possíveis calotes, hoje, quando ele recebe cheque, só o faz de pessoas conhecidas, demonstrando, ao utilizar essas palavras, que até mesmo de pessoas conhecidas corre-se o risco de não receber, o que explica, então, a estratégia de adotar uma postura mais travada, pé no chão e desconfiada nas negociações.

Para encerrar a apresentação e análise dos dados, gostaríamos de expor uma contradição que encontramos nos discursos dos catireiros sobre a honestidade na prática da catira. Como já relatado anteriormente, alguns entrevistados afirmaram que a honestidade seria algo importante nas relações estabelecidas entre os catireiros, algo que funcionaria como uma estratégia para conseguir novas negociações. Os fragmentos destacados a seguir corroboram o discurso desses respondentes.

10 Eu acho que a estratégia, pelo menos a minha, é ser honesto no que faz. Se você catirar um touro com uma pessoa e falar que ele tem aquela genética, aquela qualidade, ele tem que ter mesmo. Uma vaca dar tanto de leite... Se a mercadoria tiver defeito, fala: ó, tô vendendo, ela tem esse defeito. Passar uma confiabilidade pra pessoa, pra ela chegar na casa dela e ver que aquilo realmente é verdade... Pra ele ter confiança de catirar comigo de novo. (C05)

11 A estratégia é tá preparado pra qualquer ocasião que surgir! (...) E é bom catirar com catireiro que seja honesto. Se você for comprar um gado meu, eu tô baseado, eu sei quanto que vale aquela mercadoria. Então eu não vou te pedir muito além do que vale e você, se oferecer muito pouco, eu não vou aceitar. Tem que fazer um acordo dentro da normalidade do mercado. E vai ser um negócio bom pros dois. É isso. (C06)

Portanto, segundo os entrevistados acima, as relações baseadas na honestidade entre os catireiros permitiria uma maior confiabilidade entre os praticantes, auxiliando no processo de criação de novas negociações futuras, como observado no trecho 10. Já o entrevistado C06 afirma que a honestidade na catira está relacionada com o fato de que o catireiro, quando honesto, não vai oferecer um valor muito abaixo do que a mercadoria vale, nem receber um valor muito acima do praticado, até que se chegue a um acordo dentro da normalidade do mercado, isto é, que não fuja da realidade dos preços que têm sido praticados no mercado da catira.

Assim, as relações baseadas na honestidade e confiança entre os catireiros seria uma estratégia de criar e estabelecer laços entre esses praticantes, para que, futuramente, novas catiras sejam realizadas. Porém, outros entrevistados relataram diferentes estratégias no momento da negociação e, dentre esses discursos, identificamos um que contradiz o discurso da importância da honestidade na prática da catira, como pode ser observado nos trechos abaixo.

12 Ah, eu costumo usar de vez em quando umas estratégia que funciona. Por exemplo, vou te da uma dica aqui: eu to dispondo dum carro aqui agora; eu comprei ele por 25mil e eu vou falar que paguei 35mil nele; o cara vai lá e me dá 30[mil]. Então a gente mente, porque se eu falar o preço que eu paguei, ele vai querer por o preço dele e aí eu não ganho meu lucro, cê entendeu?! Então cê tem que usar um pouco da estratégia assim. O catireiro ele mente demais, num adianta, todo catireiro mente, mas é uma mentira... honesta né, não é uma mentira assim, que cê vai querer enganar o outro... É só uma mentira assim, procê ganhar um dinheiro em cima, porque se você fala o valor real, cê não ganha, cê não sobrevive. (C17)

13 Ah, tem que ter né [estratégias]... Cê tem que saber, como se diz, fazer propaganda, vender seu peixe né. Tem que falar: “oh, eu tenho isso e isso é bão por isso isso e isso e tal”. E o catireiro ele nunca conta quanto que ele pagou numa mercadoria né... Por exemplo: “Ah, eu quero dois mil nisso aí! Mas quanto cê pagou? Paguei dois e duzentos.” Mas na verdade eu não paguei dois e duzentos, eu paguei mil e oitocentos. Então cê nunca fala o valor certinho né, pra ganhar um pouco mais em cima. Sempre tem que fazer assim. (C15)

14 Primeiro é procurar trabalhar com mercadorias de qualidade né, pro outro catireiro ter entusiasmo né. Qualidade é uma coisa importante. Essa é uma estratégia né?! Acho que é uma das estratégias. Acho também que ninguém vai negociar o valor real das coisa né.. Mesmo cê acompanhando o mercado, cê sabeno quanto é que pesa o animal, quanto é que custa a arroba, sempre tem uma margem né. E se eu sei que o animal dele vale mil reais, por exemplo, eu num vou pedir mil reais nele... eu vou pedir oitocentos e cinqüenta, novecentos [reais]... E a outra pessoa num vai querer catirar por oitocentos, ela vai pedir mil e duzentos, mil e trezentos [reais]. E aí vai, nessa disputa.. Até chegar num acordo. (C11)

Portanto, o que é um consenso nos fragmentos acima, de que outra estratégia entre os catireiros é mentir e/ou omitir a verdade (ser desonesto) nas catiras, justamente é um dissenso, uma discordância e até mesmo uma contradição em relação ao discurso das relações baseadas na honestidade e confiança entre esses praticantes. Nesse sentido, o enunciador C17 ainda legitima que mentir, dentre outras práticas na catira, é uma estratégia que funciona, pois se ele falar o preço real que pagou na mercadoria, ele não terá lucro, uma vez que o outro praticante vai querer por o preço dele. Esse entrevistado estabelece uma relação de condição entre mentira-lucro e verdade-prejuízo, ao utilizar a conjunção “se”, afirmando que, para o catireiro ganhar um dinheiro em cima, ele deverá mentir, caso contrário, se ele falar o valor real, ele não ganha.

Do mesmo modo, os entrevistados C15 e C11 afirmam, respectivamente, que nunca falam o valor exato de quanto pagou em uma mercadoria, ou que nunca iniciam as catiras negociando o valor praticado no mercado, para, dessa forma, ganhar um pouco mais em cima. Assim, o primeiro enunciador confirma que a verdade, ou porque não dizer, a honestidade nas negociações, é uma estratégia que nunca deve ser posta em prática, ao contrário da omissão da verdade, que é uma prática recorrente e legítima entre esses enunciadores, pois eles sempre utilizam dessa estratégia para obter lucro nas catiras realizadas.

Ainda sobre o discurso da desonestidade, vale ressaltar que C17 caracteriza todo catireiro como mentiroso, um sujeito que mente demais em suas negociações para obter lucro. Apesar desse discurso já contradizer o discurso da importância da honestidade nas negociações, esse enunciador tenta amenizar o peso que a mentira tem na catira, ao caracterizá-la como uma mentira honesta, sem o intuito de querer enganar o outro praticante, afinal, segundo ele, é só uma mentira para ganhar um dinheiro em cima do outro catireiro. Assim, embora o entrevistado tente suavizar o fardo de mentir nas negociações, ele reforça um discurso ideológico da lógica capitalista e de sobrevivência em que está inserido na dimensão de suas

práticas sociais, ao afirmar que a estratégia de ser desonesto nas negociações é necessária para (sobre)viver e obter lucro nas catiras.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo proposto nesta pesquisa foi o de analisar as relações baseadas na confiança e honestidade entre os catireiros da região do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba na prática da catira. Dessa forma, é possível afirmar que as relações estabelecidas e os vínculos criados entre os praticantes da catira são baseados, muitas vezes, na confiança e honestidade desses sujeitos, os quais ainda são (re)conhecidos, em grande parte, pela reputação e o nome que criam ao fazer negócios honestos com outros catireiros. Além disso, vale ressaltar que práticas como a honestidade nos negócios e os vínculos de confiança criado entre os catireiros, que conferem o (re)conhecimento desses sujeitos por parte dos demais praticantes, são também exemplos de estratégias desses sujeitos para que eles possam continuar no ramo da catira e angariar novos negócios.

Por isso, para alguns entrevistados, a conduta desses praticantes deve ser sempre pautada na honestidade, como forma de se ter um diferencial na prática da catira. Essa honestidade, além de ser considerada uma estratégia nas negociações para se obter melhores resultados, também pode ser compreendida como um componente da confiança, uma vez que quanto mais honestos forem os catireiros, maior será a confiança depositada em suas relações.

Contudo, nem todos os catireiros consideram que as suas relações de negócio são baseadas na confiança e honestidade. Tais sujeitos afirmam que a catira sofreu algumas transformações no decorrer da história, e que práticas como a confiança e honestidade nas negociações eram fundamentais para selar negócios há tempos atrás, mas não são tão relevantes nos dias de hoje, onde não se (re)conhece os praticantes envolvidos. Ademais, para alguns entrevistados, nenhum catireiro é honesto nas negociações, sendo que a omissão, a mentira e a desonestidade também seriam práticas profícuas na catira com o objetivo de se um lucro maior nos negócios.

Portanto, não podemos generalizar que todas as relações de negócio entre os catireiros são baseadas na confiança e na honestidade, como também não podemos generalizar que o discurso da confiança e honestidade na catira seria uma forma de o catireiro manipular o ambiente e os praticantes a seu favor para se obter lucro, que na verdade eles são mentirosos e desonestos. Cabe aqui compreendermos que cada contexto deve ser analisado e levado em consideração, e que, enquanto para alguns catireiros suas relações são e devem continuar sendo baseadas na confiança e na honestidade, para outros, essas estratégias não são mais importantes, sendo a omissão, a mentira e a desonestidade algumas práticas profícuas que permeiam essas relações para se obter vantagem nas negociações.

Portanto, nossa contribuição com este trabalho para os Estudos Organizacionais está no fato de demonstrar que até mesmo negociações fortemente pautadas e permeadas pela confiança e honestidade como forma de se estabelecer vínculos e criar novos negócios possuem também práticas como a mentira e a desonestidade como estratégias para se obter uma vantagem maior, como ocorre na catira. Portanto, ora a honestidade e a confiança são práticas relevantes que podem servir como estratégias eficientes para e nos negócios, ora elas são práticas incabíveis que dificultam a obtenção de um lucro maior nas negociações.

Como principais dificuldades da pesquisa, podemos pontuar o receio e a timidez de alguns entrevistados no início das nossas conversas, que evitavam o assunto da confiança e da honestidade por meio de respostas evasivas. Porém, como utilizamos de entrevistas semi-

estruturadas para a calota de dados, quando percebemos tal reação dos respondentes, buscamos tocar na temática através de perguntas menos diretas e mais amplas, mas que contribuíssem da mesma forma para o assunto, como quando vinculamos confiança e honestidade como estratégias na prática da catira. Por fim, como sugestões de pesquisas posteriores, indicamos que os pesquisadores explorem a temática da confiança e honestidade nas relações de negócios de outros pequenos comerciantes rurais e sujeitos comuns, como fazendeiros e produtores rurais

REFERÊNCIAS

AGNE, C. L.; WAQUIL, P. D. A rede de relações sociais nos mercados de proximidade: os canais de comercialização e troca das agroindústrias rurais familiares da região do COREDE Jacuí centro – RS. **Ensaios FEE**, Porto Alegre, v. 31, Número Especial, p. 779-806, jun. 2011a.

AGNE, C. L.; WAQUIL, P. D. Redes de proximidade: agricultores, instituições e consumidores na construção social dos mercados para os produtos das agroindústrias rurais familiares na região central do RS. **REDES**, Santa Cruz do Sul, v. 16, n. 1, p. 149-171, jan/abr. 2011b.

BACHMANN, R. et al. Trust and control in organizational relations. **Organization Studies**. March, 2001.

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. **Tese – Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, v. 2, n. 1, p. 68-80, jan./jul., 2005.

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

CHILD, J. Trust – The Fundamental Bond in Global Collaboration. **Organizational Dynamics**, v.29, n.4, p. 274-288, 2001.

CHIZZOTTI, A. A pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais: evolução e desafios. **Revista Portuguesa de Educação**, Braga-Portugal, v. 16, n. 2, p. 221-36, 2003.

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

COSTA, A. C. Confiança nas organizações: um imperativo nas práticas de gestão. In: RODRIGUES, S. B.; CUNHA, M. P. **Novas perspectivas na administração de empresas**. São Paulo, 2000.

DAFT, R. L. – **Organizações: teorias e projetos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

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.

DENZIN, N. K., LINCOLN, Y. S. e col. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Porto Alegre: Bookman e Artmed, 2007.

DIAS, H. B. P. D. **Liderança, confiança e desempenho percebido**. 175 p. Dissertação (Mestrado em Gestão). Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra. Coimbra, 2010.

DRUMMOND, V. S. **Confiança e liderança nas organizações**. São Paulo: Thomson Learning Edições, 2007.

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

FLICK, U. **Qualidade na pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

FORTES, J. C. **Manual do Contabilista**. São Paulo: Saraiva, 2005.

FREIRE, C. M. F. **Confiança: determinantes e implicações em Equipas de I & D**. 2007. 276 f. Tese (Doutorado em Ciências Empresariais) – Escola de Economia e Gestão da Universidade de Minho, Minho, 2007.

FUKUYAMA, F. **Trust : the social virtues and the creation of prosperity**, London : Hamish Hamilton, 1995.

GIBSON, K. Harmony, Hobbes and rational negotiation: a reply to Dees and Cramtom's "Promoting Honesty in Negotiation". **Business Ethics Quarterly**, v. 4, n. 3, p. 373-381, 1994.

GIDDENS. A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

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

GULATI, R.; NICKERSON, J. A. Interorganizational trust, governance choice, and exchange performance. **Organization Science**, v. 19, n. 5, p. 688–708, 2008.

HARDIN, R. **Trust and Trustworthiness**. New-York: Russell Sage Foundation, 2002.

HOECHT, A. The role of trust in strategic sourcing relationships. In: European Academy of Management Conference, May 9-11, 2002, Stockholm. **Anais...** Stockholm: EAMC, 2002.

IBBOTT, C. J.; O'KEEFE, R. M. Trust, planning and benefits in a global interorganizational system. **Information Systems Journal**, v. 14, p. 131-152, 2004.

JANOWICZ, M; NOORDERHAVEN, N. Trust, calculation and interorganizational learning of tacit knowledge: An organizational roles perspective. **Organization Studies**, v. 30, n. 10, p.1021-1044, 2009.

KENNAN, J.; WILSON, R. Bargaining with private information. **Journal of Economic Literature**, n. 31, p. 45-104, 1993.

LUHMANN, N. **Confianza**. Editora Anthropos, 1996.

MANZINI, E. J. A entrevista na pesquisa social. **Didática**, São Paulo, v. 26/27, p. 149-158, 1991.

- MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- LUHMANN, N. **Trust and power**. Chichester : John Wiley, 1979.
- NEWELL, S. SWAN, J. Trust and inter-organizational networking. **Human Relations**. v. 53, n. 10, p. 1287-1328, 2000.
- O'CONNOR, E. S. Paradoxes of participation: textual analysis and organizational change. **Organization Studies**, Berlin, v. 16, n. 5, p.769-803, 1995.
- PEYREFITTE, A. **A sociedade de confiança: ensaio sobre as origens e a natureza do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Toopbooks, 1999.
- PIOVESAN, A. Percepção cultural dos fatos sociais: suas implicações no campo da saúde pública. **Rev. Saúde Pública**, 4: 85-97, 1970.
- REITZ, H. et al. Ethics in negotiation: oil and water or good lubrication? **Business Horizons**, p. 5-14, May/June 1998.
- REY, F. G. **Pesquisa Qualitativa e subjetividade: os processos de construção da informação**. São Paulo: Pioneira Tomson Learning, 2005.
- RIBEIRO, E. M. Os fazendeiros da cultura – estudo sobre a fazenda “tradicional” e a modernização agrícola na região mineira dos cerrados. 230p. **Dissertação** (Mestrado em História). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas: Campinas, 1986.
- 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.
- RICHARDSON, R. J. et al. **Pesquisa social métodos e técnicas**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- RIPPERGER, T. **Ökonomik des Vertrauens**. Tübingen: Mohr Siebeck, 1998.
- ROBBINS, S. P. – **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- ROBBINS, S. P. – **Comportamento organizacional**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- SABEL, C. **Studied trust: Building new forms of cooperation in a volatile economy in Industrial districts and local economic regeneration**. Geveva: International Institute for Labour Studies, 1992.
- SERRES, M. Novas tecnologias e sociedade pedagógica. **Interface (Botucatu)**, Botucatu, v. 4, n. 6, p. 129-142, 2000.
- SHAPIRO, S. P. The social control of impersonal trust. **American Journal of Sociology**, 93/3, p. 623-58, 1987.
- SOLOMON, R. C. **A melhor Maneira de Fazer Negócios: Como a integridade pessoal leva ao sucesso corporativo**. São Paulo: Negócios Editora, 2000.
- TEIXEIRA, M. L. M.; POPADIUK, S. Confiança e desenvolvimento de capital intelectual: o que os empregados esperam de seus líderes? In: **RAC – Revista de Administração Contemporânea**. Rio de Janeiro: ANPAD, v. 7, n. 2, p. 73-92, abr.-jun. 2003.

TOCQUEVILLE, A. **A democracia na America**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1962.

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

WEHMEYER, K; RIEMER, K.; SCHNEIDER, R. Roles and trust in international systems. In: Eighth Research Symposium on Emerging Electronic Markets. **Anais... RSEEM**, 2001.

WHITNEY, J. **The Economics of Trust**: Liberating profits & restoring corporate vitality. New York : Mac Graw-hill, 1993.

WILLIAMSON, O. E. **The Economic Institutions of Capitalism**. New York : Free Press, 1985.

ZANINI, M. T. **Confiança**: o principal ativo intangível de uma empresa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.