



Turismo - Visão e Ação

ISSN: 1415-6393

luiz.flores@univali.br

Universidade do Vale do Itajaí
Brasil

Macke, Janaina; Sluminski Biasuz, Tamiris; Andreetta Bortolozzo, Daniela
POR ONDE ANDAM OS ESTUDOS SOBRE CAPITAL SOCIAL NO CAMPO DO
TURISMO? UMA META-ANÁLISE

Turismo - Visão e Ação, vol. 14, núm. 1, enero-abril, 2012, pp. 35-46
Universidade do Vale do Itajaí
Camboriú, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056073004>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe , Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

POR ONDE ANDAM OS ESTUDOS SOBRE CAPITAL SOCIAL NO CAMPO DO TURISMO? UMA META-ANÁLISE

WHY SUCH A LACK OF STUDIES ON SOCIAL CAPITAL IN TOURISM? A META-ANALYSIS

¿CÓMO ANDAN LOS ESTUDIOS SOBRE CAPITAL SOCIAL EN EL CAMPO DEL TURISMO? UN METAANÁLISIS

Janaina Macke

j.macke@terra.com.br

Professora dos Programas de Pós-Graduação em Turismo e de Administração da Universidade de Caxias do Sul (UCS)

Doutorado em Administração - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Mestrado em Engenharia de Produção - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS

Graduação em Engenharia Civil - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS

Tamiris Sluminski Biasuz

tamirisbiasuz@hotmail.com

Bolsista de Iniciação Científica (CNPq) da Universidade de Caxias do Sul (UCS)

Acadêmica do curso de graduação em Psicologia da UCS

Daniela Andreetta Bortolozzo

daniela.bortolozzo@hotmail.com

Bolsista de Iniciação Científica (BIC) da Universidade de Caxias do Sul (UCS)

Acadêmica do curso de graduação em Psicologia da UCS

Correspondência

Universidade de Caxias do Sul

Rua Francisco Getulio Vargas, 1130 – Bairro Petrópolis

CEP 95.070-560 - Caxias do Sul – RS

Data de Submissão: 16/08/2010

Data de Aprovação: 13/10/2011

RESUMO

No presente artigo trata-se do tema capital social como elemento do desenvolvimento local, no campo do turismo. O objetivo neste estudo é analisar a produção científica sobre capital social no turismo, buscando, inicialmente, identificar os paradigmas que orientam o trabalho dos pesquisadores e a forma como o tema tem sido discutido na academia. Foram selecionados nove artigos de duas bases de dados: Business Source Premier e Periódicos On-line. Foi desenvolvida uma ferramenta de análise desses artigos considerando aspectos metodológicos e contribuições para o campo do conhecimento. Como principal resultado, pode-se concluir que as pesquisas sobre capital social na área do turismo carecem de uma visão mais pluralista e que há um amplo espaço de trabalho sobre o tema, especialmente nas áreas de turismo e desenvolvimento local, formação do profissional do turismo, impactos das atividades turísticas, entre outros temas que envolvem o campo do turismo.

PALAVRAS-CHAVE: capital social; desenvolvimento local; Turismo.

ABSTRACT

This paper addresses the issue of social capital as a factor for local development, within the field of tourism studies. The objective of the study is to analyze academic research on social capital in tourism, seeking to

identify the paradigms that guide researchers, and the way in which social capital is discussed in academic studies on tourism. Nine papers were selected, from two databases: the Business Source Premier and the Periódicos On-line. A tool was developed to analyze these papers, considering the methodological aspects and contributions to tourism issues. The main conclusion of this work is that in the research on social capital in tourism, there is a need for a more pluralistic view, and there is ample scope for further research on the subject, particularly in the areas of local development, professional training in tourism, and the impacts of tourism activities.

KEYWORDS: social capital; local development; Tourism.

RESUMEN

El presente artículo trata el tema capital social como elemento de desarrollo local en el campo del turismo. El objetivo en este estudio es analizar la producción científica sobre capital social en turismo intentando, inicialmente, identificar los paradigmas que orientan el trabajo de los investigadores y el modo en que el tema ha sido discutido en la academia. Fueron seleccionados nueve artículos de dos bancos de datos: Business Source Premier y Periódicos On-line. Fue desarrollada una herramienta de análisis de esos artículos, considerando aspectos metodológicos y contribuciones para el campo del conocimiento. Como principal resultado, se puede concluir que las investigaciones sobre capital social en el área del turismo carecen de una visión más pluralista y que hay un amplio espacio de trabajo sobre el tema, especialmente en las áreas de turismo y desarrollo local, formación del profesional del turismo e impactos de las actividades turísticas, entre otros temas que involucran el campo del turismo.

PALABRAS CLAVE: Capital social; Desarrollo local; Turismo.

1 INTRODUÇÃO

A literatura acadêmica que trata do tema capital social parte, de modo geral, da constatação de que as variáveis econômicas não são suficientes para produzir o desenvolvimento sustentável. Com isso, para além do significado econômico, o termo capital social tem sido usado em diferentes áreas. Na avaliação de projetos de desenvolvimento, a partir dos anos 1990, o Banco Mundial passou a distinguir quatro formas de capital: capital natural, o qual representa os recursos naturais de um local; capital financeiro, expresso em infraestrutura, bens de capital, capital financeiro e imobiliário; capital humano, definido pelos graus de saúde, educação nutrição e; capital social, o qual expressa a capacidade de uma sociedade de estabelecer laços de confiança interpessoal e redes de cooperação com o objetivo de produzir bens coletivos (ARAUJO, 2003).

O crescimento econômico não produz necessariamente desenvolvimento. Nem tampouco a relação entre variáveis econômicas e o grau de desenvolvimento local é direta. O desenvolvimento local envolve fatores sociais, culturais e políticos que não se regulam exclusivamente pelo sistema de mercado. O crescimento econômico é, sem dúvida, um elemento essencial ao desenvolvimento; contudo, não é suficiente.

O desenvolvimento local é marcado pelo contexto em que se situa e pode ser considerado como o “conjunto de atividades culturais, econômicas, políticas e sociais – vistas sob a ótica intersectorial e trans-escalar – que participam de um projeto de transformação consciente da realidade local” (MILANI, 2004, p.1). Trata-se de um processo orgânico, portanto, não padronizado, uma vez que envolve comportamentos e valores locais.

O local compreende um entorno eco-socioterritorial, onde os recursos de capital social disponíveis podem levar à construção das múltiplas dimensões do desenvolvimento – social, político, ambiental, cultural, tecnológico e institucional (SILVEIRA; BOCAJUVA; ZAPATA, 2001). Assim sendo, é fundamental pensar o desenvolvimento local como um projeto que vai além do mercado; como

resultado das relações de conflito, competição, cooperação e reciprocidade entre atores, interesses e projetos da natureza social, política e cultural (MILANI, 2004).

A valorização do turismo como estratégia de desenvolvimento local tem sido o foco do planejamento regional tanto dos países desenvolvidos, como dos países em desenvolvimento, assumindo papel relevante na definição de diretrizes, estratégias e ações governamentais, com objetivo de reduzir as desigualdades sociais e regionais na busca de um desenvolvimento local sustentável. Por isso, o turismo tem assumido status de setor estratégico na elaboração de Planos de Desenvolvimento Local, recebendo atenção especial da Organização Mundial do Turismo (OMT), com estudos e sugestões de modelos de planejamento (BERTON, et.al, 2005).

Nesta visão, o desenvolvimento local pressupõe um novo contorno de desenvolvimento humano, o qual se apoia em resultados em quatro dimensões: (i) dimensão econômica – resultante de ações tais como: capacidade de articular fatores produtivos endógenos, para gerar oportunidade de trabalho e renda, fortalecimento das cadeias produtivas locais e integração de redes de pequenas empresas; (ii) dimensão sócio-cultural – busca de maior equidade social, através da maior participação do cidadão nas estruturas de poder; (iii) dimensão político-institucional – construção de políticas negociadas entre governo, mercado e sociedade civil, favorecendo as transformações da economia e o resgate da cidadania; e finalmente (iv) dimensão ambiental – na qual o meio ambiente é visto como um ativo do desenvolvimento, partindo do princípio da sustentabilidade ambiental (SILVEIRA, BOCAYUVA e ZAPATA, 2001).

A pressão da sociedade civil organizada justifica economicamente a preocupação com as questões sociais. São casos relacionados às legislações ambientais, às exigências dos consumidores, à atuação dos sindicatos e às reivindicações das comunidades. No entanto, há que se destacar que a forma instrumental tem, muitas vezes, justificado a prática de ações sociais como meio de obtenção de algum tipo de benefício ou vantagem. A natureza do benefício não é necessariamente econômica – como no caso dos incentivos fiscais; pode ocorrer, por exemplo, por meio do aumento da preferência do consumidor ou da melhoria da imagem de determinada empresa (TENÓRIO, 2004).

Como forma de atenuar essa tendência instrumentalizante, surge a necessidade de fomentar uma cultura de atuação em redes – envolvendo o Estado, a sociedade civil e o mercado -, na qual será possível desenvolver o local, partindo da construção de alternativas de ações baseadas no saber compartilhado, na experiência coletiva e no poder da participação dos diferentes atores. Em outras palavras, emerge a importância de geração e ampliação do capital social local.

Nesta visão, a gestão social passa a ser vista como dialógica - focalizada na discussão dos problemas, fundamentalmente, através das trocas de experiências e de conhecimentos visando encontrar soluções. Neste sentido, ela representa uma ruptura tanto com os modelos de gestão utilitaristas (instrumentais) típicos da sociedade industrial, quanto com as práticas baseadas no modelo cognitivo individualista (conceito do homem-máquina). Atualmente, as discussões no âmbito da sustentabilidade vão além de uma abordagem eminentemente econômica, apresentando-se em diversos fóruns, e nos diversos campos do conhecimento (TENÓRIO, 2004).

Dessa forma, neste estudo objetiva-se analisar a produção científica sobre capital social no campo do turismo, buscando, inicialmente, identificar os paradigmas que orientam o trabalho de pesquisadores e a forma como o tema tem sido discutido na academia.

2 CAPITAL SOCIAL: BREVE REVISÃO DE CONCEITOS

O conceito de capital social tem recebido crescente interesse na comunidade científica numa variedade significativa de campos de aplicação. Como veremos a seguir, o capital social pode ser definido como um conjunto de normas informais e valores, comuns aos membros de determinado grupo, que permitem a cooperação entre eles. Elementos como confiança, redes de relacionamento e normas compartilhadas são tópicos que estão na agenda do dia para pesquisadores de diferentes áreas.

Um dos estudos pioneiros sobre capital social é a obra clássica de Jane Jacobs "The Death and Life of Great American Cities" [A morte e a vida das grandes cidades americanas], na qual o conceito é utilizado para enfatizar a importância das redes informais de sociabilidade nas grandes

metrópoles e demonstrar como sólidas redes sociais urbanas geravam um estoque de capital social, que aumentava o sentimento de segurança nos bairros (ARAÚJO, 2003).

A notoriedade do conceito veio a partir da publicação, em 1993, do livro de Robert Putnam, intitulado "Comunidade e Democracia: a experiência da Itália moderna". Nesta obra, Putnam relata os resultados de um estudo de mais de vinte anos sobre a sociedade italiana, cujo mote inicial era entender as diferenças de desenvolvimento entre o norte e o sul da Itália. O autor concluiu que as disparidades entre desempenho institucional e desenvolvimento das regiões analisadas se devem a uma maior presença de capital social (no caso, no norte do país). As conclusões do autor tiveram forte impacto na comunidade científica e foram corroboradas por outros estudos (FUKUYAMA, 1996; 2000; GROOTAERT, 1998; ONYX; BULLEN, 2000; MILANI, 2004; D'ARAUJO, 2003; BANDEIRA, 2003; MONASTÉRIO, 2003).

O próprio Banco Mundial, a partir dos anos 1990, passa a distinguir, na avaliação dos projetos de desenvolvimento, quatro formas de capital: capital natural (recursos naturais de um país); capital financeiro (incluindo infraestrutura, bens de capital, imobiliário, entre outros); capital humano (saúde, educação e nutrição); e capital social (capacidade de uma sociedade de estabelecer laços de confiança interpessoal e redes de cooperação, com vistas à produção de bens coletivos). Segundo o entendimento do Banco Mundial, o capital social refere-se às instituições, relações e normas e é fator crítico para a prosperidade econômica e o desenvolvimento sustentável (D'ARAUJO, 2003).

O capital social pode ser considerado um facilitador da cooperação espontânea, uma vez que o conceito "diz respeito a características da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuem para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas" (PUTNAM, 2002, p. 177). Ele também pode ser definido como os recursos embutidos nas redes sociais das pessoas, recursos que podem ser acessados ou podem ser mobilizados pelos laços das redes (LIN, 2001).

Grande parte deste capital está relacionada a redes de conhecimento e reconhecimento mútuo, as quais envolvem sentimentos de gratidão, respeito e amizade. Contudo, também é possível encontrar capital social sob a forma de status e reputação social (BOURDIEU, 2003a; 2003b), usualmente, quando o pertencimento à determinada rede for algo restrito. Outros recursos podem ser avaliados através das conexões da rede, como os laços fracos ("weak ties") (GRANOVETTER, 1973; PUTNAM, 2002) e os amigos dos amigos ("friends of friends") (BOISSEVAIN, 1974). Baker (1990) limita a definição de capital social à estrutura das redes de relacionamento, enquanto outros autores, entre eles Bourdieu (2003a; 2003b) e Putnam (2002), incluem em suas definições os recursos reais e potenciais que podem ser acessados através dessas redes.

Para Nahapiet e Ghoshal (1998, p. 243) o "capital social é a soma dos recursos reais e potenciais envolvidos, avaliados e derivados das redes de relacionamento tidas por um indivíduo ou unidade social". Estes autores defendem que o capital social pode ser entendido a partir de três dimensões de análise: estrutural, relacional e cognitiva (quadro 1).

<u>Dimensão Estrutural</u>	<u>Dimensão Cognitiva</u>	<u>Dimensão Relacional</u>
Conexões da rede Configuração da rede Adequação da organização	Códigos e linguagem compartilhados Narrativas compartilhadas	Confiança Normas Obrigações e expectativas Identificação social

Quadro 1 – Dimensões do capital social. Fonte: Adaptado de Nahapiet e Ghoshal (1998).

Na face estrutural do capital social são analisados: a presença ou não de laços entre os atores, a configuração ou morfologia da rede - descrevendo os padrões de ligações, através de variáveis como densidade, conectividade e hierarquia – e a intencionalidade da rede – ou seja, se a mesma foi criada para um objetivo e está sendo usada para outro (COLEMAN, 1990).

O ponto de vista relacional descreve o tipo de relacionamento pessoal, desenvolvido através de uma história de interações (GRANOVETTER, 1992). Este conceito foca aspectos que influenciam os comportamentos, como respeito e amizade, os quais irão determinar a sociabilidade, aceitação e

prestígio. Dois atores podem ocupar posições semelhantes em uma rede, porém se suas atitudes pessoais e emocionais diferirem, também suas ações serão diferentes em muitos aspectos – trata-se, portanto, de um componente comportamental, o qual se revela através de facetas como confiança e desconfiança (FUKUYAMA, 1996; PUTNAM, 2002), normas e sanções (COLEMAN, 1990; PUTNAM, 2002), obrigações e expectativas (COLEMAN, 1990; GRANOVETTER, 1992) e identidade e identificação (NAHAPIET; GHOSHAL, 1998).

A terceira dimensão do capital social, a qual Nahapiet e Ghoshal (1998) chamaram de cognitiva, refere-se aos recursos dos quais emanam visões compartilhadas, interpretações e sistemas de significado, principalmente códigos e narrativas compartilhados. Segundo os autores essa dimensão vem sendo pouco explorada na literatura. Dentre esses elementos alguns apresentaram alta correlação: (i) Conexões da Rede, quando simétricas (dimensão estrutural) e Confiança (dimensão relacional); e (ii) Identificação Social (dimensão relacional) e Códigos e Linguagem Compartilhados (dimensão cognitiva) (NAHAPIET e GHOSHAL, 1998).

Além de analisar-se o capital social segundo essas dimensões, a literatura apresenta três tipos de capital social: união (bonding social capital), ponte (bridging social capital) e ligação (linking social capital) (PASSEY; LYONS, 2006). Os tipos de capital social refletem os diferentes papéis que as redes podem desempenhar na formação do desenvolvimento econômico de uma sociedade (SABATINI, 2008):

a) bonding social capital - diz respeito às redes fechadas, como a família, e em alguns casos o trabalho. Esse tipo de capital social provém de relações mais estreitas e laços mais densos, o que, dependendo da sua utilização, pode levar a práticas de exclusão por motivos raciais, religiosos e grupos culturais.

b) bridging social capital - é um recurso espalhado entre as redes e que permite o acesso de pessoas de várias redes, representando, portanto, recursos e oportunidades. Esse tipo de capital social é percebido entre os grupos que são diferentes, em termos de idade, posição social, etnia ou outras funcionalidades. Como o bridging social capital é caracterizado por ser formado por grupos mais heterogêneos e suas conexões serem mais suscetíveis devido a sua fragilidade, é um tipo próprio para a promoção da inclusão social. Em contrapartida ao bonding social capital que pode aumentar a exclusão social.

c) linking social capital - surge como um meio para a obtenção de recursos e, para tanto, é próprio para indivíduos e grupos que têm como característica a autonomia e o poder.

Estas definições exploram perspectivas positivas e negativas associadas aos tipos de capital social. O capital social, por um lado, pode ser positivo quando os membros do grupo têm acesso a privilégios, recursos e apoio psicológico. Por outro lado, pode ser negativo quando são restringidas a expressão individual e a liberdade dos membros do grupo (CURRIE; STANLEY, 2008).

3 MÉTODO DE PESQUISA

A partir do referencial teórico, foi desenvolvida uma pesquisa descritiva com os artigos publicados na base de dados Business Source Premier e na base de dados do Portal de Periódicos Capes. Com os artigos encontrados realizou-se uma meta-análise, ou seja, utilizou-se uma técnica quantitativa que utiliza medidas específicas para indicar a força dos relacionamentos de variáveis para os estudos incluídos na análise. A técnica ressalta resultados através de vários estudos, em oposição aos resultados a partir de uma única investigação (SHELBY; VASKE, 2008).

Inicialmente realizou-se um mapeamento dos artigos que continham as palavras-chave "capital social" e "turismo". Do resultado da busca, foram selecionados nove artigos, sendo apenas dois em publicações nacionais e os demais em journals internacionais. O critério adotado para seleção foi a presença de discussão teórica sobre o tema capital social (com isso, foram eliminados os artigos cujo termo capital social aparecia citado, porém sem utilizá-lo como elemento chave).

Para a construção do instrumento de coleta dos dados foi tomado como base o instrumento de avaliação utilizado na pesquisa de Vallejos et. al. (2008). Os artigos foram analisados segundo as seguintes variáveis:

- a) abordagem do método de pesquisa: qualitativa, quantitativa, qualitativo-quantitativo (ROESCH, 1999);
- b) paradigma epistemológico: funcionalista, estruturalista radical, interpretativo e humanista radical (BURREL; MORGAN, 1979);
- c) estratégia de pesquisa: estudo de caso, survey, pesquisa-ação, etnografia, experimentos, fenomenologia (ROESCH, 1999);
- d) natureza do desenho da pesquisa: exploratória, descritiva, causal/explanatória (CHURCHILL Jr., 1999 apud FROEMMING et al., 2000; PINSONNEAULT; KRAEMER, 1993 apud FREITAS et al., 2000);
- e) natureza temporal da pesquisa: corte longitudinal, corte transversal (SAMPIERI et al., 1991);
- f) dimensões do capital social (NAHAPIET; GHOSHAL, 1998);
- g) tipos de capital social (SABATINI, 2008; CURRIE; STANLEY, 2008).

Cabe destacar aqui, tecer algumas observações sobre o conceito de paradigma. Na vertente da teoria da complexidade, Morin (2002, p. 304), define paradigma como sendo "o princípio primeiro de associação, eliminação e seleção que determina as condições de organização das ideias (...) orienta, governa, controla a organização dos raciocínios individuais e dos sistemas de ideias que lhe obedecem". Esta visão de Morin (1991a; 1991b) difere na noção de paradigma cartesiano de Kuhn (2003), cuja publicação original é de 1969. Kuhn (2003, p. 13) considera paradigmas como sendo "as realizações científicas universalmente reconhecidas que, durante algum tempo, oferecem problemas e soluções modelares para uma comunidade de praticantes de uma ciência".

Neste estudo, optou-se pelo conceito de Kuhn (2003) pelas seguintes razões: (1) a noção de paradigma de Kuhn (2003), utilizada por Burrel e Morgan (1979), mostra-se mais adequada para um estudo de natureza funcionalista, como o presente; (2) não constitui objeto deste estudo a complexidade e seus níveis de análise, muito pelo contrário: para a categorização dos artigos em análise, um conceito de paradigma já consolidado, mostra-se mais indicado; (3) além disso, optamos por manter o mesmo delineamento metodológico utilizado no estudo que serviu de base para a presente pesquisa (VALLEJOS et. al., 2008).

Além disso, caber destacar que o próprio Morin (1991b, p. 112) ainda não considera o paradigma da complexidade como algo já definido:

[...] eu não posso tirar, nem pretendo tirar do meu bolso um paradigma da complexidade. Um paradigma [...] é no fundo, o produto de todo um desenvolvimento cultural, histórico e civilizacional. O paradigma da complexidade surgirá do conjunto de novas concepções, de novas visões, de novas descobertas e de novas reflexões que vão conciliar-se e juntar-se.

Assim sendo, utilizou-se o conceito de Kuhn (2003), segundo o qual o paradigma é um modelo de mundo que compreende o conjunto de teorias que buscam explicar os fenômenos estudados.

Isso posto, realizou-se a pesquisa nas bases de dados Business Source Premier e Periódicos On-line, através da busca simultânea das palavras capital social (social capital) e turismo (tourism), nos abstracts dos artigos. A pesquisa resultou nos seguintes autores: Pires e Alcantarino (2008), Mendonça e Irving (2004), Karlsson (2005), Saarinen (2003), Okazaki (2008), Laing et.al., 2009), Schulenkorf (2009), Haahti (2003) e Adam e Urquhart (2007). A numeração utilizada a seguir (nos gráficos) obedece esta ordem de apresentação.

4 RESULTADOS

Quanto à abordagem de pesquisa, os artigos foram classificadas segundo a natureza predominante dos dados coletados. Assim, um estudo com abordagem qualitativa extrai seus resultados eminentemente de dados qualitativos, enquanto que um estudo com enfoque quantitativo busca medir associações entre variáveis, e está menos preocupado com a representatividade e mais com encontrar associações e explicações (OPPEHEIM, 1993 apud ROESCH, 1999). Contudo, estas

abordagens não são completamente antagônicas mas sim, complementares (ROESCH, 1999). Por isso, tem crescido o número de estudos que utilizam uma abordagem mista, do tipo qualitativo-quantitativo.

No presente estudo, obteve-se a predominância do enfoque qualitativo (67%). Um artigo foi classificado como quantitativo (11%) e dois (22%), como quali-quant.

Com relação ao paradigma epistemológico, as dissertações foram classificadas segundo o paradigma predominante, de acordo com Burrel e Morgan (1979).

Segundo estes autores, os quatro paradigmas são definidos por pressupostos metateóricos básicos que subscrevem o quadro de referência, o modo de teorizar e o modus operandi dos teóricos sociais que operam dentro deles. É um termo que tem a intenção de enfatizar o que tem de comum nas perspectivas que ligam o trabalho de um grupo de teóricos de tal modo que podem ser usualmente vistos como abordando uma teoria social dentro dos limites da mesma problemática (BURREL; MORGAN, 1979).

Esta definição não implica completa unidade de pensamento. O paradigma tem uma unidade subjacente em termos de seus pressupostos básicos e são, frequentemente, tidos como 'verdades' que separam um grupo de teóricos de maneira fundamentalmente diferente de teóricos localizados em outros paradigmas. A unidade do paradigma, portanto, deriva da referência a pontos de vista alternativos da realidade, os quais se posicionam além de suas fronteiras (BURREL; MORGAN, 1979).

O paradigma funcionalista está voltado para explanações essencialmente racionais de assuntos sociais. Altamente pragmático em orientação, frequentemente orientado para o problema, envolvido em prover soluções práticas. É usual e firmemente envolvido com a filosofia de engenharia social como base para a mudança social, enfatizando a importância de entender a ordem, o equilíbrio e a estabilidade na sociedade e os meios pelos quais eles podem ser mantidos (BURREL; MORGAN, 1979).

O paradigma interpretativo é formado por um interesse em entender o mundo como ele é, mas de entender a natureza fundamental do mundo social ao nível da experiência subjetiva. Ele busca explanação dentro do reino da consciência individual e da subjetividade, dentro do quadro de referência do participante, em oposição ao observador da ação (BURREL; MORGAN, 1979).

Já o humanista radical é definido por seu interesse em desenvolver a sociologia da mudança radical de um ponto de vista subjetivista. Seu quadro de referência está envolvido com uma visão da sociedade que enfatiza a importância de destruir ou de transcender as limitações dos arranjos sociais existentes. Tem como noção básica a ideia de que a consciência do homem é dominada pelas superestruturas ideológicas com as quais ele interage, e que estas dirigem uma cunha cognitiva entre o próprio indivíduo e a verdadeira consciência (BURREL; MORGAN, 1979).

E finalmente, no paradigma estruturalista radical é mais comum a visão de que a sociedade contemporânea se caracteriza por conflitos fundamentais que geram mudança radical através de crises políticas e econômicas. É através de tais conflitos e mudanças que a emancipação dos homens das estruturas sociais em que eles vivem é vista como acontecendo. Enquanto o humanismo radical forja sua perspectiva focando a consciência, o estruturalismo radical se concentra nas relações estruturais dentro de um mundo social real. Os estruturalistas enfatizam o fato de que a mudança radical se constrói na verdadeira natureza e estrutura da sociedade contemporânea, e buscam prover explanações das interrelações básicas dentro do contexto total das formações sociais (BURREL; MORGAN, 1979).

Como forma de sumarizar estes resultados, foi construída uma matriz 2x2 a partir dos eixos propostos por Burrel e Morgan (1979): abordagem objetivista versus subjetivista e ênfase em mudança ou manutenção do status quo (figura 2).

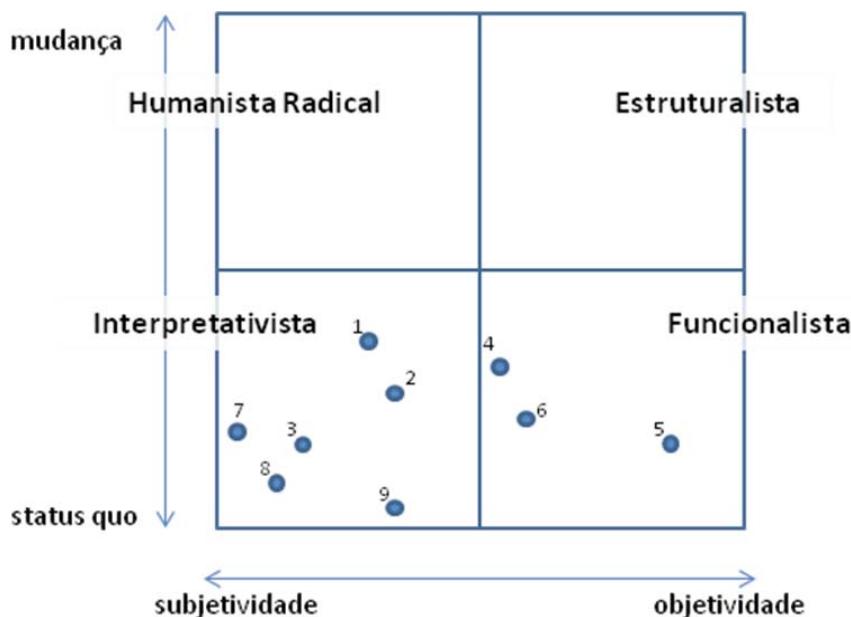


Figura 2- Classificação qualitativa dos artigos considerando os paradigmas de Burrel e Morgan (1979).

Sem assim, pode-se observar uma predominância dos estudos interpretativistas, ou seja, pesquisas que adotam métodos eminentemente qualitativos e que trabalham na manutenção das teorias já aceitas no campo de conhecimento. A despeito das dificuldades de mediação do conceito de capital social, encontraram-se pesquisas funcionalistas, que além da manutenção do paradigma predominante, fazem uso de métodos quantitativos.

É esperado que existam menos estudos estruturalistas e humanistas, uma vez que estes tipos de estudos são os que questionam os padrões estabelecidos, tanto no nível dos conceitos, quanto dos métodos e técnicas empregados. Ainda assim, seria salutar que se tivesse encontrado algum estudo nestes enfoques, pois indicaria a existência de uma dinâmica maior no processo de construção epistemológica do campo do turismo.

Com relação à estratégia de pesquisa, as dissertações foram assim classificadas: estudo de caso (que busca examinar o fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto (YIN, 1994); survey (busca obter informações sobre características, ações ou opiniões de determinado grupo, indicado como representante de uma população-alvo, por meio de um instrumento de pesquisa (FREITAS et al., 2000); pesquisa-ação (é voltada para a busca de solução coletiva à determinada situação-problema, dentro de um processo de mudança planejada, contemplando simultaneamente processos de pesquisa e de intervenção (ação), os quais emergem da participação efetiva dos atores envolvidos e do pesquisador (THIOLLENT, 1997; MACKE, 2006), etnografia (cuja preocupação é atingir a compreensão do objeto naquilo que ele tem de particular, conhecê-lo intensivamente e se possível em toda sua extensão (NEVES, 1986), experimentos (manipulam variáveis independentes para ver seus efeitos sobre variáveis dependentes em uma situação de controle (SAMPIERI, 1991) e fenomenologia (fenomenologia é uma filosofia que toma a consciência de ser a matriz de todos os fenômenos, considera os fenômenos como objetos de atos intencionais e os trata como essências (BURREL; MORGAN, 1979).

Dos artigos analisados, a maioria (67%) utilizou o estudo de caso como estratégia de pesquisa. Dois artigos (22%) utilizaram a estratégia de survey e um artigo (11%) foi classificado como teórico, pois não utilizou nenhuma estratégia metodológica.

Quanto à natureza do desenho da pesquisa tem-se: pesquisa exploratória (quando o objetivo é familiarizar-se com um tópico ou identificar conceitos iniciais); pesquisa descritiva (busca identificar quais situações, atitudes ou opiniões estão manifestas em uma população); pesquisa causal (ou explanatória, que tem como objetivo testar uma teoria e as relações causais) (PINSONNEAULT; KRAEMER, 1993 apud FREITAS et al., 2000). Neste estudo, foram encontrados cinco artigos de natureza exploratória (56%), quatro de natureza descritiva (44%) e nenhum de natureza causal.

Finalmente, quanto à natureza temporal da pesquisa, estas podem ser corte longitudinal (quando a coleta dos dados ocorre ao longo do tempo, buscando estudar a evolução das variáveis); e corte transversal (quando a coleta de dados ocorre em um só momento, com o objetivo de analisar o comportamento das variáveis em um dado momento) (SAMPLIERI et al., 1991). No caso desta pesquisa, apenas um estudo apresentou uma perspectiva longitudinal.

Em relação às dimensões do capital social e à ênfase nos três tipos de capital social, os resultados foram organizados a partir de uma escala de um a cinco, considerando a presença dos elementos citados. Os valores médios para desempenho de cada variável são apresentados na figura 3.

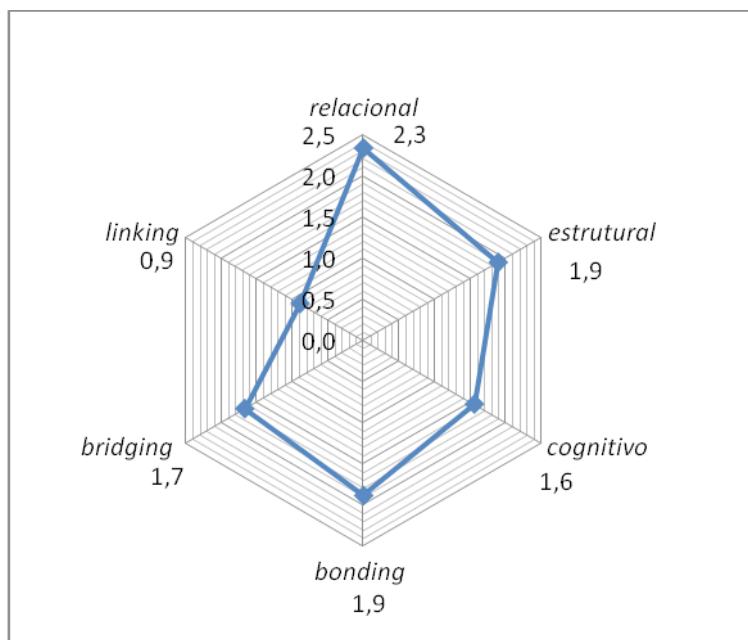


Figura 3- Classificação dos artigos considerando as dimensões e os tipos de capital social.

A partir da análise da figura 3, pode-se perceber que as dimensões relacionais são as mais presentes em estudos que tratam do capital social no campo do turismo. As relações de confiança, as questões identitárias e os níveis de participação dos envolvidos em projetos de desenvolvimento do turismo são elementos que vêm recebendo atenção dos pesquisadores. A dimensão estrutural, que aborda os formatos organizativos, vem em segundo plano. E, por fim, como já apontaram estudos em outras áreas (NAHAPIET; GHOSHAL, 1998; VALLEJOS et.al., 2008; MACKE et.al., 2010), a dimensão cognitiva, representada pelas narrativas e códigos compartilhados em ações de mobilização coletiva, vem recebendo menor atenção.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se perceber que há muito espaço para explorar o conceito de capital social nas atividades do turismo. Há muito o que avançar, mesmo na relação com as teorias e métodos já consolidados.

A dimensão cognitiva do capital social ainda está sendo pouco trabalhada, assim como o tipo de capital social linking. Este fato, provavelmente, está relacionado às dificuldades de mensuração do capital social, amplamente discutida na literatura.

Há um amplo espaço de trabalho sobre o tema, especialmente nas áreas de turismo e desenvolvimento local, formação do profissional do turismo, impactos das atividades turísticas, entre outros temas que envolvem o campo do turismo.

Também encontrou-se somente um estudo longitudinal: os pesquisadores parecem iniciar muitas frentes de pesquisa, sem a preocupação de registrar uma visão do objeto de estudo ao longo do

tempo, o que poderia contribuir para o surgimento de novas variáveis e outras que possam ficar evidentes somente a partir de um olhar longitudinal.

Como objetivos futuros, dando continuidade ao estudo, pretende-se ampliar a população estudada, contemplando outras bases de dados. Além disso, replicar-se-á este mesmo estudo num segundo momento para obter uma análise longitudinal das pesquisas sobre capital social no campo do turismo. Outra possibilidade de estudo futuro é contemplar a noção de paradigma da complexidade, construindo assim, uma nova postura epistemológica e, consequentemente, um novo desenho metodológico para o estudo.

REFERÊNCIAS

- ADAM, M. S.; URQUHART, C. IT capacity building in developing countries: a model of the maldivian tourism sector. *Information Technology for Development*, v. 13, n. 4, p. 315–335, 2007.
- ARAUJO, M. C. S. D'. Capital social. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. 66p. [Coleção Passo a Passo, v. 25].
- BAKER, W. E. Market networks and corporate behavior. *American Journal of Sociology*, 96: 589-625, 1990.
- BANDEIRA, P. S. Algumas hipóteses sobre as causas das diferenças regionais quanto ao capital social no Rio Grande do Sul. In: CORREA, S. M. S (org.). *Capital social e desenvolvimento regional*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003. p. 15-59.
- BERTON, L. H.; CUNHA, S. K.; CUNHA, J. C. Planejamento e governança de um cluster turístico. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), 29, 2005, Salvador. Anais... Salvador, ANPAD, 2005.
- BOISSEVAIN, J. *Friends of friends*. Oxford: Basil Blackwell, 1974.
- BOURDIEU, P. O poder simbólico. 6 ed. Rio de Janeiro: Bertrand, 2003a. 322p.
- BOURDIEU, P. Razões práticas: sobre a teoria da ação. 4 ed. Campinas: Papirus, 2003b. 224p.
- BURRELL, G.; MORGAN, G. *Sociological paradigms and organizational analysis*. London: Heinemann, 1979.
- COLEMAN, J. S. *Foundations of social theory*. Cambridge: Harvard University Press, 1990. 993p.
- CURRIE, G.; STANLEY, J. Investigating links between social capital and public transport. *Transport Reviews*. v. 28, n. 4, p. 529–547, july 2008.
- FREITAS, H. OLIVEIRA, M., SACCOL, A. Z. e MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. *Revista de Administração*, São Paulo, v.35, n.3, p. 105-112, jul./set. 2000.
- FUKUYAMA, F. A grande ruptura: a natureza humana e a reconstituição da ordem social. Rio de Janeiro: Rocco, 2000. 344p.
- FUKUYAMA, F. Confiança: as virtudes sociais e a criação da prosperidade. Rio de Janeiro: Rocco, 1996. 455p.
- GRANOVETTER, M. S. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78:1360-80, 1973.
- GROOTAERT, C. Social capital: The missing link? Washington, DC: World Bank, 1998.
- HAAHTI, A. theory of relationship cultivation: a point of view to design of experience. *Journal of Business and Management*, v. 9, n. 3, p. 303-321, 2003.
- KARLSSON, S. E. The social and the cultural capital of a place and their influence on the production of tourism – A Theoretical Reflection based on an Illustrative Case Study. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, v. 5, n. 2, p. 102-115, 2005.

- KUHN, T. S. *A Estrutura das Revoluções Científicas*. 7 ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- LAING, H. L.; LEE, D.; MOORE, S. A.; WEGNER, A.; WEILER, B. Advancing conceptual understanding of partnerships between protected area agencies and the tourism industry: a postdisciplinary and multi-theoretical approach. *Journal of Sustainable Tourism*, v. 17, n. 2, p. 207–229, 2009.
- LIN, N. *Social capital: A Theory of Social Structure and Action*. NY: Cambridge University Press, 2001.
- MACKE, J. A pesquisa-ação como estratégia de pesquisa participativa. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELO, R.; SILVA, A. B.. (Org.). *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais*. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 217-249.
- MACKE, J.; VALLEJOS, R. V.; TOSS, E. D. Building inter-organizational social capital instruments to evaluate collaborative networks. *iBusiness*, v. 2, p. 67-71, 2010. Disponível em: <<http://www.scirp.org/journal/ib/>>
- MENDONÇA, T. C. M.; IRVING, M. A. Turismo de base comunitária: a participação como prática no desenvolvimento de projetos turísticos no Brasil - Prainha do Canto Verde, Beberibe (CE). *Caderno Virtual de Turismo*, v. 4, n. 4, p. 12-22, 2004.
- MILANI, C. Teorias do capital social e desenvolvimento local: lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil). Site da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Disponível em <www.adm.ufba.br/capitalsocial>. Acesso em 08 de junho de 2004.
- MONASTÉRIO, L. M. Medindo o capital social: uma análise das regiões do Rio Grande do Sul. In: CORREA, S. M. S (org.). *Capital Social e Desenvolvimento Regional*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003. p. 61-84.
- MORIN, E. *Introdução ao pensamento complexo*. Lisboa: Instituto Piaget, 1991b.
- _____. O método IV. As idéias: sua natureza, vida, habitat e organização. Portugal: Publicações Europa-América, 1991a.
- _____. O método V. A humanidade da humanidade. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- NAHAPIET, J. e GHOSHAL, S. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2):242-266, 1998.
- NEVES, L. C. *A casa do mágico*. Rio de Janeiro: Agir, 1986.
- OKAZAKI, E. A community-based tourism model: its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, v. 16, n. 5, p. 511-529, 2008.
- ONYX, J. e BULLEN, P. Measuring social capital in five communities. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36 (1), 23-42, march, 2000.
- PASSEY, A.; LYONS, M. Nonprofits and social capital measurement through organizational surveys. *Non-profit Management & Leadership*. v. 16, n. 4, p. 481-495, summer. 2006.
- PIRES, E. V.; ALCANTARINO, M. D. A participação das comunidades autóctones no turismo e o capital social no processo de desenvolvimento local: um exame do Programa Turismo Solidário - MG. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 8, n. 1, p. 1-15, 2008.
- PUTNAM, R. D. *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*. 3 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2002. 260p.
- ROESCH, S. M. A.. Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. São Paulo: Atlas, 1999. 301 p.
- SAARINEN, J. The regional economics of tourism in northern finland: the socio-economic implications of recent tourism development and future possibilities for regional development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, v. 3, n. 2, p. 91-113, 2003.

SABATINI, F. Social capital and the quality of economic development. *Kyklos*. v. 61, n. 3, p. 466–499, 2008.

SAMPIERI, R., COLLADO, C., LUCIO, P. *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill, 1991.

SCHULENKORF, N. An ex ante framework for the strategic study of social utility of sport events. *Tourism and Hospitality Research*, v. 9, n. 2, p. 120-131, 2009.

SHELBY, L. B; VASKE; J. J. Understanding Meta-Analysis: A Review of the Methodological Literature. *Leisure Sciences*. v. 30, p. 96–110, 2008.

SILVEIRA, C.; BOCAYUVA, C.; ZAPATA, T. *Ações integradas e desenvolvimento local: tendências, oportunidades e caminhos*. São Paulo: Polis/Programa Gestão Pública e Cidadania/EAESP/FGV, 2001. 56p.

TENÓRIO, F. G. (org) *Responsabilidade Social Empresarial: teoria e prática*. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

THIOLLENT, M. *Pesquisa-ação nas organizações*. São Paulo: Atlas, 1997.

VALLEJOS, R. V.; MACKE, J; OLEA, P. M.; TOSS, E. D. Collaborative networks and social capital: a theoretical and practical convergence. In: CAMARINHA-MATOS, L. M.; PICARD, W. (Org.). *Pervasive Collaborative Networks*. Boston: Springer, v. 283, p. 43-52, 2008.

YIN, R. *Case study research: design and methods* London: Sage Publications, 1994.