



Revista Base (Administração e Contabilidade)  
da UNISINOS

E-ISSN: 1984-8196

cd@unisinos.br

Universidade do Vale do Rio dos Sinos  
Brasil

GENARI, DENISE; MACKE, JANAINA; FACCIN, KADÍGIA  
MENSURAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL ORGANIZACIONAL EM REDES DE INDÚSTRIAS  
VITIVINÍCOLAS BRASILEIRAS

Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS, vol. 9, núm. 1, enero-marzo, 2012, pp.  
53-67

Universidade do Vale do Rio dos Sinos  
São Leopoldo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337228649005>

- 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

# MENSURAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL ORGANIZACIONAL EM REDES DE INDÚSTRIAS VITIVINÍCOLAS BRASILEIRAS

*MEASURING ORGANIZATIONAL SOCIAL CAPITAL IN BRAZILIAN WINE INDUSTRY NETWORKS*

**DENISE GENARI**  
denisegenari@hotmail.com

**JANAINA MACKE**  
jmacke@terra.com.br

**KADÍGIA FACCIN**  
kadigia@msn.com.br

## RESUMO

O tema capital social está relacionado, no contexto organizacional, com a criação de vantagens competitivas para as empresas, partindo-se do pressuposto de que variáveis econômicas não são suficientes para o desenvolvimento social e para a construção de um ambiente sustentável. Além disso, no ambiente interno das organizações, o capital social é tratado como uma ferramenta que pode alavancar o desempenho empresarial, através das interações sociais e das relações existentes em nível individual, grupal e organizacional. Assim, a existência de capital social pode apresentar alguns benefícios para a organização, como a facilidade de disseminar o conhecimento, a existência de um ambiente de confiança e cooperação, com referências comuns e objetivos compartilhados entre os membros da empresa. Neste sentido, este estudo tem como principal objetivo avaliar como o capital social se manifesta no ambiente interno de organizações em redes, através da mensuração do mesmo em indústrias vitivinícolas localizadas no Vale dos Vinhedos (RS, Brasil) e associadas às redes APROVALE e APROBELO. Para tanto, desenvolveu-se uma pesquisa descritiva, com caráter quantitativo, utilizando questionários autoadministrados como técnica de coleta de dados. Para a análise dos resultados, foram utilizadas técnicas estatísticas, como análise fatorial, análise descritiva e análise de variância. Os principais resultados evidenciam a existência de altos índices de capital social, principalmente no que tange às dimensões relacional e cognitiva. Além disso, as variáveis associadas ao ambiente de trabalho (dimensão relacional) possuem grande representatividade no ambiente da pesquisa, principalmente no que se refere ao significado do trabalho para os respondentes.

*Palavras-chave:* capital social, organizações em rede, indústria vitivinícola.

## ABSTRACT

The concept of organizational social capital is related to the creation of competitive advantages for companies based on the assumption that economic variables are not enough for social development and a sustainable environment. Furthermore, in the intra-organizational context social capital is considered as a tool that can leverage business performance through social interactions and relationships at the individual, group and organizational levels. Thus, the existence of social capital can bring benefits to the organization, such as the ease of knowledge

dissemination and a trustful and cooperative environment through common references and shared goals among members of the company. The main goal of this study is to assess how social capital is expressed in the context of organizations in networks, using a sample of wine-producing companies that are located in the Vinhedos Valley (southern Brazil) and are members of the APROVALE and APROBELO networks. For this purpose, we performed a descriptive and quantitative survey, using self-administered questionnaires for data collection, as well as statistical techniques such as factor analysis, descriptive analysis and analysis of variance. The main results show the existence of high levels of social capital, especially regarding the relational and cognitive dimensions. Furthermore, the variables associated with workplace relations (relational dimension) are significant in the research context, especially as far as the meaning of work for the respondents is concerned.

*Key words:* social capital, network organizations, Brazilian wine industry.

## INTRODUÇÃO

As relações e estruturas sociais são apresentadas, atualmente, como importantes fatores para o desenvolvimento local e para a construção de ambientes sustentáveis. Neste contexto, pode-se destacar o capital social, que é caracterizado como os atributos de uma organização, como a confiança, normas e redes, os quais facilitam ações coordenadas e melhoram a eficiência da sociedade (Coleman, 1990).

No ambiente externo às organizações, o capital social pode estar vinculado a algumas relações que empresas mantêm no sentido de criar vantagens competitivas não apenas com base nas suas próprias competências, mas também nas competências de outras organizações ou instituições localizadas em um mesmo *cluster* (Marti, 2004).

Além disso, no ambiente interno, o capital social é tratado como uma ferramenta que pode alavancar o desempenho empresarial, através das interações sociais e das relações existentes em nível individual, grupal e organizacional (Akdere e Roberts, 2008). A existência de capital social, por sua vez, pode apresentar alguns benefícios para a organização, como a facilidade de disseminar o conhecimento, a existência de um ambiente de confiança e cooperação, com referências comuns e objetivos compartilhados entre os membros da empresa (Cohen e Prusak, 2001).

Neste sentido, realizar estudos sobre as manifestações do capital social em organizações pode contribuir para o entendimento de como este construto pode contribuir no aumento das vantagens anteriormente citadas.

Diante disto, esta pesquisa objetivou avaliar como o capital social se manifesta no ambiente interno de organizações em redes. Este processo ocorreu através da realização de pesquisa em indústrias vitivinícolas associadas à APROVALE e APROBELO, sendo que estas empresas serão descritas no decorrer do presente artigo.

## CAPITAL SOCIAL

O tema capital social vem sendo abordado em diversas áreas de estudo, como a sociologia, economia e ciências po-

líticas, além de ser estudado no contexto das organizações públicas e privadas. A difusão deste conceito ocorreu de maneira rápida por algumas razões, como a valorização das relações e estruturas sociais no discurso político e na ótica econômica, o reconhecimento dos recursos embutidos em estruturas e redes sociais não contabilizados por outras formas de capital, a mudança no ambiente político-econômico com o reposicionamento dos papéis do Estado e da sociedade e as relações entre o público e o privado, a necessidade de desenvolver conceitos que reflitam a complexidade e o inter-relacionamento das várias esferas de intervenção humana e, por fim, o potencial de alavancagem política do capital social (Albagli e Maciel, 2002).

Podem-se citar duas vertentes teóricas relacionadas à difusão do conceito de capital social (Helal *et al.*, 2007; Macke *et al.*, 2010). A primeira vertente descreve o capital social acumulado por um determinado indivíduo, sendo que o mesmo poderá obter uma posição de vantagem em determinado grupo, relacionando este processo a questões de poder.

Na segunda vertente, mais abordada no presente estudo, o capital social é analisado como um elemento pertencente a um grupo, comunidade ou sociedade, visto como um bem público, encontrado nas relações entre pessoas ou grupos (Macke *et al.*, 2010). O Quadro 1 apresenta alguns conceitos vinculados a esta vertente.

No enfoque de capital social como um bem público, Coleman (1988) afirma que o mesmo é definido pela sua função, não se apresentando como uma entidade única, mas como diversas entidades distintas, com dois elementos em comum: consistir em alguns aspectos das estruturas sociais e facilitar certas ações dos agentes dentro destas estruturas. Concluindo, o autor afirma que "o capital social é produtivo, possibilitando a obtenção de determinados objetivos que na sua ausência não seria possível" (Coleman, 1988, p. 98).

Além destas vertentes, o capital social pode ser estudado sob o enfoque de duas unidades de análise distintas quanto ao contexto das relações. A primeira unidade está ligada às redes

## Quadro 1 – Conceitos de capital social.

## Chart 1 – Concepts of social capital.

Referência	Conceito
Adler e Kwon (2002, p. 18)	Ao contextualizar o capital social nas estruturas sociais, os autores afirmam que o mesmo "é o recurso à disposição dos agentes em função da localização dos mesmos na estrutura de suas relações sociais".
Balestrin e Verschoore (2008, p. 124)	O capital social é modernamente definido como "o conjunto de características de uma organização humana que englobam as relações entre os indivíduos, as normas de comportamento cívico, as obrigações mútuas e a credibilidade recíproca".
Coleman (1988, p. 118-119, 1990, p. 302)	Capital social estudado em paralelo com o capital financeiro, físico e humano, sendo identificado em três formas: obrigações e expectativas, que dependem da confiabilidade do ambiente social, capacidade de fluxo de informação da estrutura social e normas acompanhadas por sanções. "Características da organização social, tais como confiança, normas e redes que podem melhorar a eficiência da sociedade, por facilitarem ações coordenadas".
Durstun (2001, p. 2)	"Capital social é o conteúdo de certas relações e estruturas sociais, aquelas caracterizadas por atitudes de confiança e comportamentos de reciprocidade e cooperação".
Fukuyama (2000, p. 28)	Ao abordar o capital social com enfoque no desenvolvimento de países, o autor afirma que o mesmo pode ser definido como "um conjunto de valores ou normas informais, comuns aos membros de um grupo que permitem a cooperação entre eles". Neste sentido, estas normas devem incluir virtudes como honestidade, cumprimento de obrigações e reciprocidade.
Harpham <i>et al.</i> (2002, p. 106)	"Capital social refere-se ao grau de ligação e a qualidade e a quantidade das relações sociais em determinada população".
Milani (2003, p. 28)	"Somatório de recursos inscritos nos modos de organização cultural e política da vida social de uma população". Para o autor, o capital social é um bem coletivo que garante o respeito de normas de confiança mútua e de compromisso cívico, diretamente ligado às associações horizontais entre pessoas, redes verticais entre pessoas e organizações, ao ambiente social e político em que se situa a estrutura social e ao processo de construção e legitimação do conhecimento social.
Nooteboom (2007)	O autor propõe uma definição de capital social com foco na contribuição para a consecução das metas de agentes com base nas relações. Neste caso, os agentes são definidos como indivíduos, grupos, bem como empresas e outros tipos de organização. Conclui que, considerando o capital de forma mais generalizada, o capital social requer investimentos para sua construção.
Putnam (2002, p. 177)	"Características da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuam para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas".

de relacionamento dentro de um grupo (relações intragrupos), e, neste caso, o capital social é estudado no contexto de comunidades, associações ou grupos em geral. Já quando o estudo ocorre em redes de empresas, nações, APLs e outras formas organizativas, pode-se destacar o capital social nas redes de relacionamento entre grupos (intergrupos) (Macke *et al.*, 2010).

Outra abordagem importante sobre o capital social, que serve de base para diversas pesquisas sobre o tema, é a análise do mesmo sob o enfoque de suas dimensões.

Assim, podem-se citar os trabalhos publicados em 1997 e 1998 por Nahapiet e Ghoshal, que destacam as relações entre capital social, capital intelectual e criação de valor e

vantagem para as empresas. De acordo com os autores, assim como o capital físico, financeiro e humano, o capital social também pode produzir riqueza para a organização, permitindo a realização de atividades que, na sua ausência, não seriam possíveis ou seriam realizadas a custos mais elevados.

Neste sentido, Nahapiet e Ghoshal (1997) destacam que o capital social possui diversos atributos e que essas características podem ser subdivididas em três dimensões distintas, que, embora sejam abordadas analiticamente de forma separada, possuem grande conexão:

- (a) dimensão estrutural: refere-se ao padrão de conexão entre os atores e inclui conexões e configurações da

rede que descreve o padrão de ligações em termos de mensuração como densidade, conectividade, hierarquia e adequação organizacional;

- (b) dimensão relacional: refere-se aos ativos que são criados e alavancados por meio do relacionamento e inclui atributos como identificação, confiança, normas, sanções, obrigações e expectativas;
- (c) dimensão cognitiva: refere-se aos recursos que representam visões compartilhadas, interpretações e sistemas de significados, como a linguagem, códigos e narrativas.

Ao comentar a relação entre as dimensões acima citadas, Nahapiet e Ghoshal (1998) afirmam que nem todas as dimensões do capital social são mutuamente reforçadas, porém a dimensão estrutural do capital social influencia o desenvolvimento da dimensão relacional e cognitiva.

Em outro estudo que enfoca as dimensões apresentadas por Nahapiet e Ghoshal (1998), autores como Vallejos *et al.* (2008) realizam a análise de 19 artigos sobre capital social, extraídos da base de dados *Business Premier Database*. Após a realização desta pesquisa, os autores identificaram elementos correspondentes às dimensões do capital social em nível organizacional, intragrupos (relações dentro da rede) e intergrupos (relações entre as redes). A Figura 1 apresenta as dimensões do capital social e seus respectivos elementos.

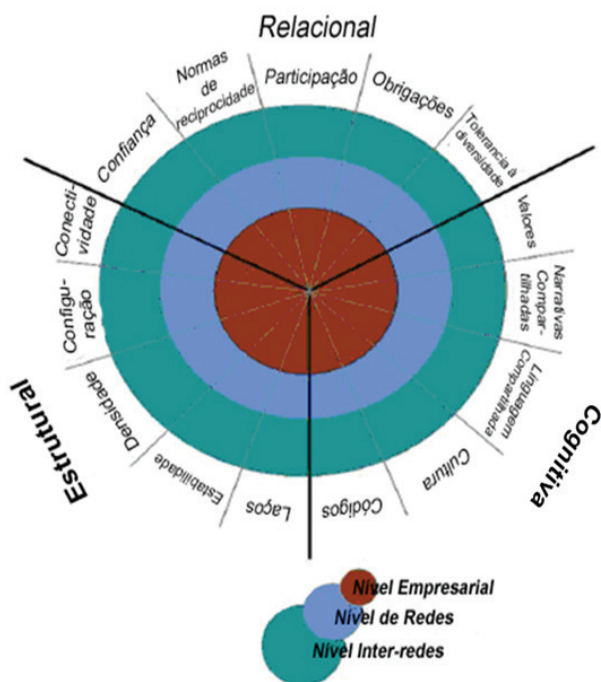


Figura 1 – Dimensões do capital social e seus elementos – foco em organizações e redes.

Figure 1 – Social capital dimensions and their elements – focus on organizations and networks.

Fonte: Adaptado de Vallejos *et al.* (2008, p. 5).

Além das pesquisas acima citadas, o capital social vem sendo estudado no contexto das organizações, com as seguintes abordagens: empregabilidade e evolução profissional, intercâmbio de recursos e promoção à inovação, criação de capital intelectual, desenvolvimento de equipes, redução dos índices de rotatividade nas empresas, aprendizagem organizacional, entre outros (Adler e Kwon, 2002).

A relevância do conceito, neste contexto, já era sinalizada por Coleman (1988). O autor diz que, assim como o capital físico ou humano facilitam a atividade produtiva, o mesmo se dá com o capital social. Também exemplifica a afirmativa, através da constatação de que um grupo que possui extensa confiabilidade é capaz de obter melhores resultados em comparação a outro grupo sem esta característica.

Em recente publicação, Akdere e Roberts (2008) afirmam que o papel das interações sociais e das relações no plano individual, grupal e organizacional é cada vez mais significativo, sendo o capital social uma ferramenta que pode alavancar o desempenho das empresas.

Ainda no enfoque do capital social como um atributo das organizações, pode-se citar o estudo realizado por Leana e Buren (1999). Através de uma publicação sobre capital social organizacional e práticas trabalhistas, os autores afirmam que o capital social é um atributo organizacional. Assim, neste contexto, o capital social pode ser definido como um dos recursos que reflete o caráter das relações sociais dentro das organizações, realizadas através dos diversos níveis de membros da empresa, através da orientação coletiva e confiança compartilhada.

Leana e Buren (1999) também apresentam dois componentes básicos do capital social nas organizações: a associabilidade e a confiança. A associabilidade é definida, pelos autores, como a vontade e a capacidade dos membros de uma organização em subordinar suas metas individuais em detrimento das metas coletivas. O segundo elemento, a confiança, apresenta-se como um elemento básico do sucesso da ação coletiva, sendo essencial para que as pessoas trabalhem juntas em projetos comuns e alcancem os resultados almejados.

Convergindo com o estudo de Leana e Buren sobre os impactos do capital social no resultado da organização, podem-se citar algumas constatações descritas por Akdere e Roberts (2008). Estes autores afirmam que o capital social pode contribuir para o desenvolvimento em nível individual, de equipe ou na organização como um todo, embora muitas vezes estes níveis se sobreponham.

Outro estudo relevante sobre capital social e organizações foi desenvolvido por Watson e Papamarcos (2002). Os autores executaram uma pesquisa com a participação de 469 profissionais de vendas de uma empresa líder em serviços médicos, localizada nos Estados Unidos, identificando quais elementos relacionados ao capital social, como confiança, comunicação e foco no empregado, possuem influência sobre o comprometimento organizacional. Mais especificamente,

investiga-se se as percepções do indivíduo sobre as qualidades das relações sociais no trabalho servem para desenvolver o comprometimento organizacional.

Também é importante salientar que a pesquisa realizada por Watson e Papamarcos (2002) reforça que o capital social está relacionado às vantagens competitivas organizacionais. Logo, os autores afirmam que estas vantagens estariam relacionadas à redução dos custos de transação associados com o desenvolvimento de formas eficientes de organização econômica, conforme apresentado na Figura 2.

A pesquisa de Watson e Papamarcos (2002) é enfocada nas dimensões cognitiva e relacional do capital social. Assim, o estudo demonstra que a redução dos custos de transação traz benefícios à organização, como consequência do aumento do comprometimento organizacional. Este resultado, por sua vez, se manifesta, pelo menos em parte, através do capital social alimentado pela presença de confiança, estruturas normativas compartilhadas e comunicação.

Na apresentação dos resultados do estudo, os autores afirmam que a confiança na administração, confiabilidade da comunicação e o foco no empregado influenciaram significativa e positivamente os níveis de comprometimento organizacional quando controlados entre si. Também concluíram que os padrões das respostas relacionadas à confiabilidade da comunicação e confiança na administração se combinaram para explicar os níveis significativos de variância das variáveis demográficas e variáveis teóricas. Concluindo a análise dos resultados da pesquisa, Watson e Papamarcos (2002) destacam que uma abordagem que relaciona o capital social com o comprometimento organizacional é promissora.

## MENSURAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL

A mensuração do capital social é discutida como um ponto crítico por vários autores. Segundo Gaag e Snijders (2003), nas duas últimas décadas, diferentes instrumentos e indicadores foram utilizados para a mensuração do capital social, porém muitos destes não foram desenvolvidos especificamente para a investigação deste tipo de capital.

Robert Putnam, ao coordenar o *Saguaro Seminar on Civic Engagement in America*, promovido pela *Harvard Kennedy School of Government*, apresentou três justificativas importantes para a medição do capital social (Sapelli, 2006). A primeira delas está relacionada à tangibilização, uma vez que a medição ajuda a transformar o conceito de capital social em algo mais tangível para as pessoas que o consideram difícil ou abstrato. O aumento do próprio investimento em capital social, alocando seus recursos, uma vez que as comunidades começam a ver seus resultados, é apresentado como a segunda razão. E, por fim, o auxílio às fundações e organizações comunitárias a construir mais capital social, pois todas as atividades que envolvem pessoas podem auxiliar na criação de capital social.

Cabe aqui destacar um relevante estudo relacionado à medição do capital social, desenvolvido por Onyx e Bullen (2000), com base nos trabalhos de Coleman e Putnam, e que foi utilizado como base para a realização desta pesquisa. Estes autores estudaram cinco comunidades australianas (duas comunidades rurais, duas áreas metropolitanas e uma área dentro da cidade de Sydney) com o objetivo de discutir o conceito de capital social, identificando suas dimensões, através da mensuração de elementos como participação em redes, reciprocidade, confiança, normas sociais, comunidades e agências sociais.

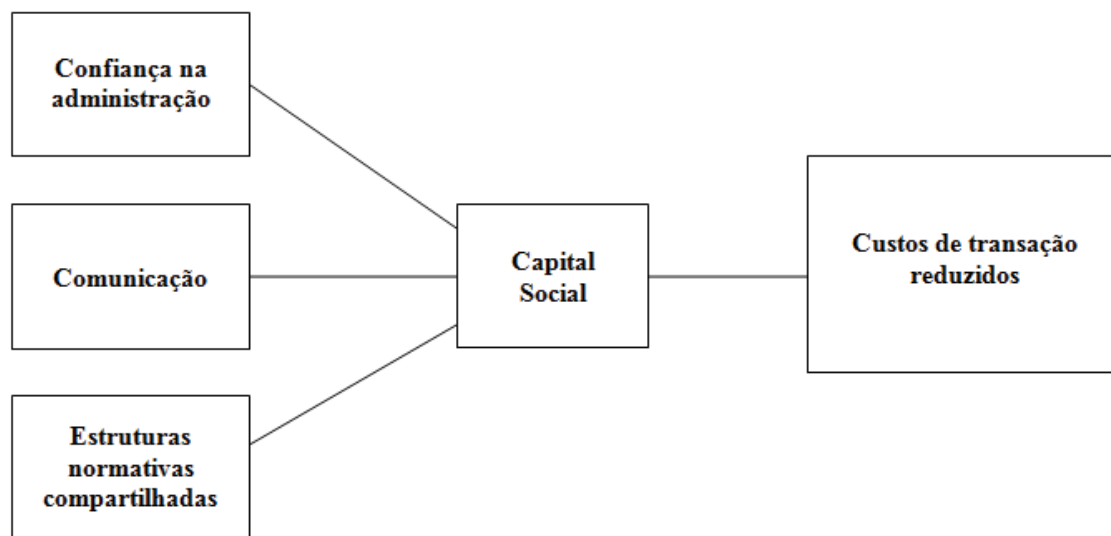


Figura 2 – Modelo conceitual de capital social e suas influências nos resultados organizacionais.

Figure 2 – Conceptual model of social capital and its influence on organizational outcomes.

Fonte: Adaptado de Watson e Papamarcos (2002, p. 542).



Neste sentido, o estudo focou a identificação de elementos empiricamente relacionados ao capital social, a verificação de fatores vinculados ao capital social possibilitando o teste dos mesmos em outras comunidades, a correlação do construto com gênero e demografia e a descrição da distribuição do capital social nas comunidades.

Assim, foram destacados oito fatores relacionados ao capital social: participação na comunidade local, proatividade no contexto social, sentimentos de confiança e segurança, vínculos de vizinhança, vínculos de família e amizade, tolerância em relação à diversidade, valor da vida e vínculos com o trabalho, conforme apresentado na Tabela 1.

## MÉTODO DE PESQUISA

O presente estudo, de caráter descritivo, tem como objetivo principal verificar como o capital social se manifesta no ambiente interno de organizações em redes. Para isso, foram analisadas as variáveis que influenciam na criação do capital social, e foi realizado um comparativo das principais características do perfil dos respondentes com as manifestações deste construto.

A pesquisa foi realizada com funcionários das indústrias vitivinícolas associadas à APROVALE (Associação de Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos) e à APROBELO (Associação de Produtores de Vinho de Monte Belo do Sul), situadas no Vale dos Vinhedos. Esta região, colonizada por imigrantes italianos em 1876 (Dalcin, 2008), está localizada entre os municípios de Bento Gonçalves, Monte Belo do Sul e Garibaldi e é referência no cultivo de videiras e produção de vinhos, além de ser considerada um importante polo turístico.

Um marco para o desenvolvimento da região acima citada foi a criação das associações de produtores de uvas e vinhos. A APROVALE, fundada em 1995, para atender às exigências legais para obtenção da indicação geográfica para os vinhos produzidos na região, conta com 31 vitivinícolas associadas e 28 associados não produtores de vinho, entre hotéis, pousadas, restaurantes, artesanatos, queijarias e outros (APROVALE, 2009).

Já a APROBELO, criada no ano de 2003, é composta por 12 vitivinícolas e tem como objetivos alavancar a qualidade nos processos de cultivo de uvas, especialmente no que tange à condução e ao manejo das videiras, além de todas as etapas do processo de elaboração de vinhos e espumantes. Além disso, a entidade atua em um projeto de elaboração de vinhos e espumantes de qualidade com origem controlada, visando à certificação de indicação de procedência (APROBELO, 2009).

Utilizando a técnica de amostragem estratificada, foram distribuídos questionários autoadministrados para os funcionários das indústrias acima citadas. Foram entrevistados 280 participantes e obteve-se um retorno de 200 questionários (Tabela 2).

Considerando-se que o número de empresas e colaboradores da APROBELO é menor se comparado à realidade de

APROVALE, definiu-se que, neste caso, a população total seria pesquisada, ou seja, 35 funcionários ligados a estas indústrias, conforme descrito na Tabela 2.

No presente estudo, não se pretende realizar comparativos entre as duas redes de indústrias vitivinícolas (APROVALE E APROBELO), mas sim analisar os dados, obtidos através da pesquisa, de forma conjunta.

Após a revisão bibliográfica, fundamentada principalmente no modelo aplicado por Onyx e Bullen (2000), foi realizada a tradução reversa do instrumento de coleta utilizado pelos pesquisadores australianos. Após a tradução reversa, foi realizado o pré-teste com 30 elementos da amostra, o que ocasionou algumas mudanças, pois foi preciso privilegiar a compreensão das alternativas e levar em conta o grau de instrução dos respondentes (Devem-se a isso as diferenças entre o instrumento original e o utilizado nesta pesquisa). De toda forma, cabe salientar que não é objetivo deste estudo validar o instrumento australianos no Brasil e, sim, realizar um levantamento exploratório sobre o conceito na realidade em questão.

A escolha deste trabalho como referência ocorreu em virtude da semelhança entre os contextos de pesquisa. A proximidade geográfica entre as indústrias e a sua inserção e relevância nas comunidades locais reforçam esta afirmativa. Também, por se tratarem de empresas familiares, as indústrias pesquisadas podem ser avaliadas sob diversos enfoques e ambientes, como o familiar, empresarial e comunitário, sendo que os mesmos possuem inter-relações.

O questionário de pesquisa deste estudo foi estruturado em duas partes distintas. A primeira é constituída por 36 itens, que se relacionam aos diversos enfoques sobre capital social, apresentados em forma de questionamentos. Os participantes responderam se as questões se aplicavam ou não à sua realidade, demonstrando em suas respostas a frequência em relação à variável, onde "1" representa a resposta nunca, "2" raramente, "3" frequentemente e "4" sim, sempre (escala Likert de quatro pontos).

Já a segunda parte do instrumento apresenta um conjunto de questões de informações gerais sobre o respondente, como gênero, idade, grau de instrução, características de moradia, renda, tempo de empresa e outros.

Após a coleta dos dados, realizou-se, para atender aos objetivos do estudo, a análise fatorial, análise descritiva e análise de variância, com a utilização do *software* SPSS (*Statistical Package of Social Science*), versão 17.0.

## RESULTADOS DA PESQUISA

Nesta seção, serão descritos os principais resultados do estudo, através da aplicação da análise fatorial, análise descritiva e análise de variância.

## ANÁLISE FATORIAL

Inicialmente, buscou-se verificar quais variáveis influenciam a criação de capital social nas empresas pesquisadas.

Tabela 1 – Elementos constituintes dos fatores de capital social.

Table 1 – Components of the factors of social capital.

Fator	Elementos do fator	Carga
Participação na Comunidade Local	Ajudar grupos locais como voluntário	0,76
	Fazer parte de um comitê de gestão local	0,72
	Fazer parte de um projeto na comunidade	0,72
	Ajudar a organizar um serviço local	0,64
	Mobilizar a comunidade numa situação de emergência	0,56
	Ser membro ativo de uma organização local	0,68
	Atuar em eventos comunitários	0,65
Proatividade no Contexto Social	Ter iniciativa no ambiente de trabalho	0,47
	Ajudar espontaneamente os colegas de trabalho	0,31
	Sentir liberdade para discordar	0,59
	Buscar resolver impasses	0,61
	Ter acesso à informação para tomar decisões importantes	0,62
	Sair da comunidade local para visitar a família	0,59
	Recolher lixo deixado por outras pessoas	0,58
Sentimentos de Confiança e Segurança	Sentir-se seguro na rua à noite	0,72
	Localidade tem fama de ser um lugar seguro	0,70
	Deixar que estranhos entrem em sua casa numa emergência	0,62
	Acreditar que a maioria das pessoas é confiável	0,63
	Sentir que a comunidade é sua casa	0,64
Vínculos de Vizinhança	Visitar os vizinhos	0,75
	Ajudar um vizinho doente	0,68
	Pedir a um vizinho que cuide de seus filhos	0,68
	Ao sair de casa, aproveitar para visitar vizinhos e amigos	0,62
	Ser ajudado pelos vizinhos	0,45
Vínculos de Família e Amizade	Sair para almoçar/jantar com outras pessoas fora as da família	0,79
	Telefonar aos amigos	0,71
	Conversar com muitas pessoas	0,62
Tolerância à Diversidade	Acreditar que o multiculturalismo é saudável	0,89
	Apreciar diferentes estilos de vida	0,83
Valor da Vida	Sentir-se valorizado pela sociedade	0,81
	Sentir-se satisfeito com a vida	0,82
Vínculos com o Trabalho	Sentir-se parte de uma equipe de trabalho	0,78
	Considerar colegas de trabalho também como amigos	0,78
	Sentir-se parte da comunidade do local onde trabalha	0,78

Fonte: Adaptado de Onyx e Bullen (2000, p. 40-41).



Tabela 2 – Distribuição dos funcionários nas vinícolas e amostra selecionada.

Table 2 – Distribution of employees in the wineries and selected sample.

APROVALE				
Número de funcionários	Número de empresas	População	Representatividade	Amostra
De 1 a 5	17	25	3,58%	1
De 6 a 20	8	84	12,03%	10
De 21 a 60	4	149	21,35%	32
De 61 a 120	1	120	17,19%	21
Acima de 120	1	320	45,85%	147
Total	31	698	100%	211

APROBELO				
Número de funcionários	Número de empresas	População	Representatividade	Amostra
De 1 a 5	12	35	100%	35
Total	12	35	100%	35
Total geral	43	733	100%	246

Fonte: Dados compilados a partir da pesquisa realizada.

Através da aplicação do instrumento criado por Onyx e Bullen (2000), obtiveram-se, pela análise descritiva, médias que variaram entre 1,93 e 3,64, com desvio-padrão entre 0,588 e 1,268.

Posteriormente, dando seguimento à sumarização dos dados, realizou-se a análise fatorial. Assim, as respostas da pesquisa foram submetidas à análise fatorial do tipo PCA (*Principal Component Analysis*), com rotação *varimax* e tratamento *pairwise*. Na análise dos questionários, foram identificados poucos casos de respostas em branco (*missing values*).

Na primeira rodada da análise fatorial, obteve-se uma solução com 12 fatores (após 48 iterações), sendo que destes fatores 9 eram formados por apenas uma variável ou por duas variáveis com cargas fracas (entre 0,436 e 0,700). A partir disso, houve a compreensão de que estes 9 fatores poderiam ser excluídos da análise. Esta primeira rodada obteve KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) de 0,753 e um percentual de variância explicada de 67,169%.

Na segunda rodada, efetuou-se a análise fatorial então com 19 variáveis, a qual resultou em 4 fatores, com KMO de 0,835 e total de variância explicada de 60,405%. Quatro variáveis (13, 15, 28 e 31) ficaram com carregamentos baixos (variando entre 0,428 e 0,584) e divididos entre dois fatores e a variável 36 que ficou sozinha no quarto fator foi excluída da análise.

Na terceira e última rodada, a solução convergiu em 5 iterações e apresentou 3 fatores. O KMO da solução final ficou em 0,810 e o percentual da variância total explicada em

60,975%. Nesta solução, os fatores ficaram coerentes do ponto de vista da teoria sobre capital social e sem prejuízos do ponto de vista estatístico (como é possível analisar pelo KMO e pela variância explicada). A solução final encontrada é apresentada na Tabela 3, a seguir.

Foram calculados os *Alphas de Cronbach* para os três fatores encontrados. O fator 1 (que foi denominado Dimensão Estrutural, como veremos a seguir) obteve um *Alpha* de 0,850 e nenhuma indicação de retirada de variáveis. O fator 2 (Dimensão Relacional) obteve um *Alpha* de 0,762 e indicação de permanência de todas as variáveis. Já o Fator 3 (Dimensão Cognitiva) obteve um *Alpha de Cronbach* de 0,578 e a indicação de retirada da variável 4 ("Sentir-se beneficiado ao ajudar os outros"). Sendo assim, a variável foi retirada, e o *Alpha* obteve uma melhoria significativa, passando para 0,653. Estes valores para o *Alpha* demonstram uma boa consistência interna das variáveis analisadas (Hair *et al.*, 2006).

A obtenção de três dimensões, através da análise fatorial, possibilitou a comparação dos resultados deste estudo com outras pesquisas sobre capital social. Assim, verificou-se a existência de relações entre os fatores descritos na Tabela 3 e as dimensões do capital social descritas no estudo de Nahapiet e Ghoshal (1997, 1998). Em virtude destas ligações, os fatores encontrados através da pesquisa foram denominados, respectivamente, dimensão estrutural, relacional e cognitiva do capital social.

Tabela 3 – Capital social – análise fatorial com base na pesquisa.

Table 3 – Social capital – factor analysis.

Fator	Elementos do fator	Carga	Média	Desvio
Dimensão estrutural (0,850)*	25 – Fazer parte de um projeto na comunidade	0,801	2,05	1,181
	14 – Ser membro ativo de uma organização local	0,783	2,08	1,195
	23 – Fazer parte de um comitê de gestão local	0,750	1,93	1,136
	24 – Mobilizar a comunidade numa emergência	0,746	1,97	1,131
	05 – Ajudar grupos locais como voluntário	0,680	2,05	0,978
	26 – Ajudar a organizar um serviço local	0,679	2,21	1,231
Dimensão relacional (0,762)*	34 – Sentir-se parte de uma equipe de trabalho	0,842	3,42	0,836
	33 – Considerar colegas de trabalho também amigos	0,763	3,21	0,917
	32 – Sentir-se parte da comunidade local onde trabalha	0,656	3,27	0,922
Dimensão cognitiva (0,653)*	30 – Apreciar diferentes estilos de vida	0,816	3,16	0,960
	29 – Acreditar que o multiculturalismo é saudável	0,806	3,15	0,972

\* Alfas de Cronbach do fator

Fonte: Dados compilados a partir da pesquisa realizada.

Neste sentido, inicialmente, podem-se relacionar as variáveis encontradas no primeiro fator deste estudo sobre capital social, com a *dimensão estrutural* deste construto, uma vez que a mesma aborda elementos como relações horizontais, reciprocidade e cooperação. Destaca-se, também, que esta dimensão apresentou a maior intensidade de associação entre os fatores (*Alpha de Cronbach* igual a 0,850).

Assim, as variáveis "fazer parte de um projeto na comunidade", "ajudar grupos locais como voluntário" e "ajudar a organizar um serviço local". Considerando-se que a dimensão estrutural aborda a existência de laços entre os atores, cabe destacar as ações coletivas e a cooperação como elementos comuns entre as variáveis anteriormente citadas. Ressalta-se que a cooperação e as ações coletivas referem-se à capacidade das pessoas para trabalhar em conjunto, com o objetivo de resolver problemas comuns (Banco Mundial, 2008).

Maçada e Tijiboy (1998), após revisão da literatura, afirmam que o conceito de cooperação pressupõe a interação e a colaboração, além de relações de respeito mútuo e não hierárquicas entre os atores. Destacam também que, para existir cooperação, deve haver interação, colaboração, além de objetivos comuns, atividades e ações conjuntas e coordenadas. Assim, as variáveis acima citadas, por apresentarem estes elementos, relacionam-se com a coo-

peração e, conseqüentemente, com a dimensão estrutural do capital social.

Na sequência, pode-se vincular a variável "mobilizar a comunidade numa situação de emergência" com alguns elementos da dimensão estrutural, como a presença de relações horizontais e reciprocidade (Nahapiet e Ghoshal, 1998). Esta relação pode ser reforçada por afirmações de Putnam (2002). Seus estudos destacam que os sistemas de participação cívica auxiliam os autores a solucionar os dilemas da ação coletiva. Logo, quanto mais horizontalizada for a estrutura de uma organização, mais ela favorecerá o desempenho institucional na comunidade em geral.

Além disso, a reciprocidade possui relação com esta variável, uma vez que a mesma diz respeito às relações de troca que, em alguns momentos, podem apresentar desequilíbrio ou falta de correspondência, mas que pressupõem expectativas mútuas de que um favor concedido hoje venha a ser retribuído no futuro (Putnam, 2002). Também, a reciprocidade cria uma ligação normativa entre as pessoas dentro de uma coletividade e as direciona à obrigação do retorno de qualquer benefício por elas recebido. Logo, as pessoas cooperam entre si sob a expectativa de que elas irão exigir e receber a assistência de outros (Watson e Papamarcos, 2002). Assim, pode-se entender que a mobilização da comunidade em uma situação de emer-

gência trará, em longo prazo, um retorno para o indivíduo que se envolveu nesta mobilização.

A relação entre a dimensão estrutural do capital social e a participação na comunidade é reforçada por alguns autores. Onyx e Bullen (2000) afirmam que a participação na comunidade local refere-se ao envolvimento em estruturas formais. Neste sentido, a interação com os vizinhos e a participação em organizações baseadas na vizinhança apresentam características de relações horizontais, que por sua vez constituem elementos da dimensão estrutural do capital social.

Dando sequência à interpretação da análise fatorial, verificou-se que diversas variáveis vinculadas ao trabalho agruparam-se na *dimensão relacional* do capital social, advinda deste estudo (considerar colegas de trabalho também como amigos, sentir-se parte de uma equipe de trabalho e sentir-se parte da comunidade do local onde trabalha).

Neste sentido, lembrando que o instrumento de pesquisa elaborado por Onyx e Bullen (2000) para medir capital social em comunidades foi aplicado no contexto organizacional, levando em consideração que estas organizações situam-se em uma comunidade, podem-se abordar algumas possíveis explicações para estes resultados.

Inicialmente, cabe aqui destacar o significado do trabalho dentro do contexto pesquisado. Logo, parte-se do pressuposto que o significado do trabalho pode ser considerado uma cognição subjetiva, histórica e dinâmica, caracterizado por múltiplas facetas que se articulam de diversas formas. Além disso, apresenta três características distintas, conforme seu caráter sócio-histórico (Borges, 1998):

- (a) subjetividade: apresentando uma variação individual que reflete a história pessoal de cada indivíduo;
- (b) socialização: pois além de apresentar aspectos compartilhados por um conjunto de indivíduos, reflete as condições históricas da sociedade na qual está inserido;
- (c) dinamismo: por se tratar de um construto inacabado, em permanente processo de construção.

Logo, no contexto desta pesquisa, podem-se destacar, principalmente, as condições históricas da comunidade e sua influência no significado do trabalho. A região do Vale dos Vinhedos, colonizada por imigrantes italianos, apresenta uma espécie de "culto ao trabalho", que pode ser compreendida como uma exaltação daquilo que se faz. Esta característica é provável herança cultural dos imigrantes, que acreditavam que, com trabalho, tudo se consegue (Sarate e Macke, 2007).

Diante deste contexto, pode-se discutir quais são os valores relacionados com as finalidades que as atividades representam para cada indivíduo, respondendo à indagação acerca dos motivos que o levam a trabalhar. Estas motivações podem ser as mais diversas: obter prestígio e retorno financeiro, manter-se em atividade, permitir contato social e

estabelecimento de relações interpessoais, sentir-se útil para a sociedade e permitir a autorrealização (Tolfo e Piccinini, 2007).

Colaborando com a ideia de que o trabalho não se constitui apenas em uma atividade para garantir a subsistência do indivíduo, Fukuyama (1996) diz que o desejo humano fundamental de reconhecimento impulsionou as relações de trabalho. Assim, as atividades laborais teriam extrapolado os níveis de subsistência, visando antes ao reconhecimento do que à satisfação de necessidades materiais. Logo, trabalho e dinheiro são muito mais importantes como fontes de identidade, status e dignidade, sendo que o reconhecimento, em relação a estes elementos, não pode ser obtido individualmente, mas só poderá acontecer inserido num contexto social.

A partir destas constatações, podem-se compreender as possíveis relações entre as variáveis que tratam de vínculos no trabalho, reconhecimento social e, consequentemente, a dimensão relacional do capital social. Partindo do princípio que o significado do trabalho, para os respondentes da pesquisa, possui relação com a obtenção de prestígio e o estabelecimento de contatos sociais e relações entre os atores, e que estes elementos, por sua vez, fazem parte da dimensão relacional do capital social, pode-se entender esta relação.

Também é possível vincular este comportamento de valorização da atividade laboral como uma forma de status na comunidade, com questões relacionadas à identificação social.

Neste sentido, a identificação social apresenta-se como um processo em que os indivíduos se veem como um grupo. Este sentimento pode ser resultado do pertencimento a um grupo ou pode surgir de um grupo de referência do qual as pessoas adotam valores ou padrões de comportamento (Merton, 1969, in Nahapiet e Ghoshal, 1998).

Logo, a referência de "culto ao trabalho", que se apresenta na comunidade do Vale dos Vinhedos, formada por imigrantes italianos, pode servir como referência de comportamento, fazendo com que os atores adotem este valor e, consequentemente, apresentem um padrão de atuação.

Dentre as variáveis agrupadas no terceiro fator, denominado *dimensão cognitiva*, podem-se destacar as questões relacionadas a "apreciar diferentes estilos de vida" e "acreditar que o multiculturalismo é saudável".

A dimensão cognitiva do capital social refere-se aos recursos que representam compreensões, interpretações e sistemas de significados comuns entre os atores. Estas características são reforçadas por elementos como linguagem, códigos e narrativas compartilhadas (Nahapiet e Ghoshal, 1998), além de questões relacionadas à cultura e valores (Vallejos *et al.*, 2008). Embora esta dimensão seja pouco explorada em estudos sobre capital social, apresenta elementos indispensáveis para a formação e manutenção deste construto.

Bittencourt (2009) destaca que a dimensão cognitiva do capital social remete a questões relacionadas ao compartilhamento da linguagem e das narrativas que, por sua vez,

facilitam a troca de informação entre as pessoas. A linguagem compartilhada fortalece a capacidade para combinação de conhecimento (Nonaka e Takeuchi, 2002). Novas interpretações resultantes de conversas frequentes promovem novas crenças sobre a estrutura social. Assim, a dimensão cognitiva interfere diretamente na previsão de valor e na capacidade para troca e combinação de capital intelectual, além de facilitar o acesso a novas pessoas (Bittencourt, 2009).

Corroborando esta afirmativa, Sarate e Macke (2007) descrevem que algumas variáveis que remetem à dimensão cognitiva do capital social (linguagem, códigos e narrativas compartilhadas) facilitam a habilidade de acessar outras pessoas e influenciam as categorias de percepção, fornecendo uma ferramenta de interpretação no ambiente. Esta ferramenta de interpretação, por sua vez, pode ser acessada para aproximar pessoas de diferentes estilos de vida ou culturas.

Neste sentido, pode-se entender que questões relacionadas à tolerância à diversidade, ou seja, diferentes estilos de vida ou culturas, também tenham se agrupado na dimensão cognitiva do capital social, encontrada neste estudo. Assim, as variáveis "apreciar diferentes estilos de vida" e "acreditar que o multiculturalismo é saudável" podem estar ligadas à constatação acima descrita.

### ANÁLISE DESCRITIVA

Posteriormente, as respostas dos 200 entrevistados foram submetidas à análise descritiva, sendo que a amostra pesquisada apresentou as seguintes características:

- (a) equilíbrio entre o gênero masculino e feminino, sendo que 50,8% da amostra era composta por homens e 49,2% por mulheres;
- (b) em relação à idade, 57,4% possui até 35 anos;
- (c) a escolaridade dos respondentes concentrou-se principalmente nos seguintes níveis: ensino fundamental incompleto (18,8%), ensino médio completo (20,9%) e graduação incompleta (23,6%);
- (d) 82,6% são moradores da cidade de Bento Gonçalves e 12,1% da amostra reside na cidade de Monte Belo do Sul, que sediam a APROVALE e a APROBELO, respectivamente;
- (e) 50,5% moram no mesmo bairro há mais de 15 anos;
- (f) 72,4% residem em local próprio;
- (g) 34,2% dos entrevistados moram com cônjuges e crianças e apenas 7,4% moram sozinhos;
- (h) 34,7% possuem filhos menores de 18 anos.

Ao abordar alguns aspectos profissionais, os pesquisados apresentaram as seguintes características, de acordo com a análise descritiva:

- (a) 30,9% da amostra possui vínculo de trabalho com a empresa há menos de um ano. Porém, 38,2% dos pesquisados atua na organização há mais de 6 anos;

- (b) 53,2% dos respondentes atua na área produtiva das vitivinícolas;
- (c) em relação à renda mensal, 37,7% dos respondentes percebem uma remuneração que varia de R\$ 501,00 a R\$ 999,00, enquanto 27,2% possuem um salário entre R\$ 1.000,00 e R\$ 1.499,00;
- (d) embora as organizações pesquisadas sejam empresas familiares, apenas 12% dos funcionários pesquisados possuem parentesco com o(s) fundador(es) das empresas estudadas.

Na sequência, através do cálculo da média das médias das dimensões, foram obtidos os seguintes resultados: dimensão estrutural com média de 2,05, dimensão relacional com média de 3,3 e dimensão cognitiva com média de 3,16. Estes resultados apontam para altos índices de capital social, uma vez que alguns estudos, como de Onyx e Bullen (2000), destacam que a existência de altos índices de capital social ocorre quando a média é maior que o ponto central da escala (neste caso, o ponto central da escala representa uma média igual a 2).

Além disso, após a verificação dos resultados, dois aspectos chamam atenção e podem ser contextualizados.

Inicialmente, podem-se destacar as variáveis com menor desempenho (média):

- (a) fazer parte de um comitê de gestão local;
- (b) mobilizar a comunidade numa situação de emergência;
- (c) fazer parte de um projeto na comunidade;
- (d) ajudar grupos locais como voluntário;
- (e) ser membro ativo de uma organização local;
- (f) ajudar a organizar um serviço local.

Na análise fatorial deste estudo, estas variáveis se agruparam no que se denominou dimensão estrutural do capital social, que, por sua vez, apresentou a menor média se comparada às outras dimensões, conforme descrito anteriormente.

Na sequência, pode-se verificar que estas variáveis estão vinculadas, principalmente, às questões relacionadas à participação na comunidade, o que demonstra que esta dimensão está pouco presente nas comunidades analisadas.

Por outro lado, algumas variáveis associadas ao ambiente de trabalho (agrupadas na dimensão relacional) apresentaram médias superiores em relação à avaliação do capital social: considerar colegas de trabalho também como amigos, sentir-se parte da comunidade do local onde trabalha e sentir-se parte de uma equipe de trabalho.

Este resultado pode ser explicado pelo significado do trabalho para os membros da comunidade. Neste sentido, "a obstinação pelo trabalho, aliada à busca pelo reconhecimento, acabou gerando redes de relacionamento, algumas vezes, baseadas na colaboração, já que os imigrantes precisavam construir – além de casas e igrejas – normas e sistemas de participação" (Sarate e Macke, 2007, p. 9).

Após esta constatação, pode-se entender que, devido às características culturais, nem sempre um sentimento de dedicação e colaboração existente no ambiente de trabalho se difundirá na comunidade, com os vizinhos, por exemplo (Sarate e Macke, 2007). Esta afirmativa pode justificar o fato dos altos índices de capital social presentes no ambiente de trabalho não se refletirem, necessariamente, no ambiente comunitário.

Logo, os resultados acima descritos podem sugerir que a comunidade em estudo apresenta maiores níveis de capital social de conexão (laços fortes), se comparados com os níveis de capital social de ponte (laços fracos).

Os laços fortes (*bonding social capital* ou capital social de conexão) referem-se às relações entre membros de uma família, amigos próximos e vizinhos. Já os laços fracos (*bridging social capital* ou capital social de ponte) referem-se às relações entre amigos mais distantes, associados e colaboradores, facilitando o acesso às informações (Woolcock, 2000). Além disso, os laços fracos se apresentam nas relações horizontalizadas em grupos heterogêneos de diferentes origens, possibilitando a conexão de setores da sociedade, que, na ausência deste tipo de capital social, teriam dificuldade de se conectar. Por auxiliar na difusão de informações e da confiança, os laços fracos entre os atores podem fomentar o crescimento econômico (Sabatini, 2008).

Complementando, Albagli e Maciel (2002) destacam algumas características dos laços fortes e fracos. Para os autores, os laços que correspondem ao âmbito de um grupo ou comunidade (laços fortes) pressupõem forte coesão interna, tendendo a reforçar identidades e grupos homogêneos, mas podendo gerar também exclusões. Por outro lado, os laços entre grupos heterogêneos (laços fracos), que são aparentemente mais frágeis, são mais propícios a incorporar grupos e indivíduos através das diferentes clivagens sociais e, portanto, mais aptos a promover a inclusão social.

Logo, conforme abordado por Putnam (2002), os vínculos interpessoais considerados "fortes", como parentesco e amizade íntima, são menos importantes do que os vínculos "fracos", como conhecimentos e afiliações a associações secundárias. Esta afirmativa parte do pressuposto que os laços fracos são mais adequados para sustentar a coesão comunitária e a ação coletiva.

Neste sentido, os sistemas horizontais extensos, porém isolados, sustentam a cooperação dentro de cada grupo. Porém, os sistemas de participação cívica, que envolvem diferentes categorias sociais, promovem uma cooperação mais ampla. Logo, quanto mais horizontalizada for a estrutura de uma organização, mais eficaz será o desempenho institucional da comunidade como um todo (Putnam, 2002).

Por fim, Coleman (1990) afirma que os dois tipos de capital social, acima descritos, não são mutuamente excluídos, ou seja, a presença de um não exclui, necessariamente, a presença do outro. Além disso, uma comunidade cívica necessita destes dois tipos de capital social.

## ANÁLISE DE VARIÂNCIA

Para a verificação das características vinculadas ao perfil dos respondentes que demonstraram diferenças significativas nas dimensões estrutural, relacional e cognitiva do capital social utilizou-se a técnica de análise de variância (ANOVA). Neste sentido, foram realizados testes de acompanhamento (Testes *Post Hoc*) com o objetivo de avaliar simultaneamente as estimativas intervalares de segurança das diferenças entre as médias (Hair *et al.*, 2006; Malhotra, 2001).

Dessa forma, além do teste ANOVA, foi realizado o teste de Levene para verificar a homogeneidade da variância (Pestana e Gageiro, 2005), ou seja, se é possível rejeitar a hipótese de igualdade das variâncias e concluir que as diferenças encontradas são estatisticamente significativas ( $p < 0,05$ ).

Posteriormente, estruturou-se a Tabela 4, a qual apresenta de que maneira variam as médias dos fatores (variáveis dependentes nesta análise) de acordo com os grupos de respondentes. Destaca-se que serão aqui descritos apenas os resultados que se apresentaram significantes (nível de significância  $> 0,05$ ).

Foram testadas as seguintes variáveis: gênero, idade, grau de escolaridade, município em que reside, tempo de bairro, moradia, se mora de aluguel, com quem vive, se tem filhos menores de 18 anos, a principal fonte de renda, renda atual, tempo de empresa, se é membro da família do fundador da empresa e a área de atuação.

Após a verificação dos resultados apresentados na Tabela 3, podem-se destacar algumas observações relevantes.

Como resultado destas análises, percebe-se que as médias na dimensão estrutural do capital social, composta por elementos como configuração da rede, cooperação, laços entre os atores, padrões de conectividade e reciprocidade, aumentam significativamente em grupos de respondentes homens, com maior idade, que residem em local próprio, com maior tempo de empresa e maior renda.

Os resultados acima descritos diferem das afirmativas descritas por Onyx e Bullen (2000). Os autores destacam que o capital social pode se manifestar igualmente entre ricos e pobres, homens e mulheres, independentemente da idade ou nível educacional. Assim, as variações dentro deste construto não estariam correlacionadas às variáveis demográficas como idade, gênero, e níveis de trabalho, salário ou qualificação.

Porém, considerando-se que esta dimensão, neste estudo, agrupou, principalmente, variáveis relacionadas à participação na comunidade local, pode-se concluir que o aumento desta participação está vinculado a um maior amadurecimento (variável idade), maiores níveis de responsabilidade (gênero masculino, maior tempo de empresa e renda) e ao aumento do vínculo com a comunidade (considerando-se que indivíduos que residam em local próprio tenham uma maior estabilidade e permanência na comunidade).

Uma possível explicação para o fato de moradores do município de Monte Belo do Sul apresentarem maiores escores



Tabela 4 – Relações significativas entre fatores do capital social e variáveis.

Table 4 – Significant relationships between factors and variables of social capital.

Fator	Variável	Significância	Efeito
Dimensão estrutural	Gênero	0,002	Respondentes do gênero masculino apresentam mais características relacionadas à dimensão estrutural.
	Município	0,000	Moradores do município de Monte Belo do Sul apresentam maiores escores nas variáveis relacionadas à dimensão estrutural do capital social.
	Idade	0,023	Quanto maior a idade dos respondentes, maiores são os escores relacionados à dimensão estrutural do capital social.
	Moradia	0,003	Indivíduos que moram em local próprio apresentam maiores escores na dimensão estrutural do capital social.
	Renda	0,000	Quando maior a renda, maiores os escores relacionados à dimensão estrutural do capital social.
	Tempo de vínculo de trabalho com a empresa	0,000	Indivíduos com maior tempo de empresa apresentam maiores médias nas variáveis relacionadas à dimensão estrutural.
Dimensão relacional	Idade	0,037	Quanto maior a idade dos respondentes, maiores são os escores relacionados à dimensão relacional do capital social.

Fonte: Dados compilados a partir da pesquisa realizada.

nas variáveis relacionadas à dimensão estrutural do capital social pode estar baseada em elementos como a cooperação e a reciprocidade. Levando-se em consideração que se trata de uma cidade pequena (população de 2.872 habitantes) e com uma estrutura em desenvolvimento (emancipada da cidade de Bento Gonçalves em 1992)<sup>1</sup>, os moradores de Monte Belo do Sul necessitam destes elementos (cooperação, ajuda mútua e reciprocidade) para buscar o desenvolvimento da comunidade e, até mesmo, das organizações existentes no município.

Na sequência, verificou-se que, na dimensão relacional, quanto maior a idade dos respondentes, maiores são os escores relacionados a esta dimensão do capital social. Logo, pode-se dizer que indivíduos com maior maturidade podem apresentar comportamentos vinculados à confiança, identificação social, participação e sociabilidade.

Por fim, observou-se que, de acordo com os resultados da pesquisa, não houve diferenças significativas quando comparadas as diversas características dos grupos pesquisados e as variáveis da dimensão cognitiva do capital social.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção de um ambiente sustentável e o desenvolvimento social dependem de elementos que vão além das

variáveis econômicas. Com base nesta premissa, buscou-se destacar, no contexto das organizações em rede, o construto capital social. Para tanto, este estudo avaliou como o capital social se manifesta no ambiente interno de organizações em redes, através da mensuração dos mesmos em indústrias vitivinícolas localizadas no Vale dos Vinhedos.

Como se pode evidenciar, percebeu-se que as variáveis que influenciam a criação do capital social nas empresas pesquisadas vinculam-se às dimensões estrutural (configuração da rede, cooperação, laços entre os atores, padrões de conectividade e reciprocidade), relacional (aceitação e prestígio, confiança, identificação social, interações entre atores, normas e sanções, obrigações e expectativas, participação e sociabilidade) e cognitiva (acesso a pessoas e/ou informações, códigos, cultura, linguagem e narrativas compartilhada, sistemas de significados e valores) deste construto.

Além disso, no contexto pesquisado, verificou-se a existência de altos índices de capital social, principalmente no que tange às dimensões relacional e cognitiva. Neste sentido, evidenciou-se que variáveis associadas ao ambiente de trabalho (agrupadas, principalmente, na dimensão relacional) possuem grande representatividade no ambiente da pesquisa,

<sup>1</sup> Dados fornecidos pela Prefeitura Municipal de Monte Belo do Sul. Disponível em: <http://www.montebelodosul.rs.gov.br/historia/historia-cidade/HISTORICO%20MBS.doc/view>. Acesso em: 24/11/2011.



principalmente no que se refere ao significado do trabalho para os respondentes.

Já na comparação das principais características do perfil dos respondentes com as manifestações de capital social, foram identificadas diferenças significantes em algumas situações.

Assim, a análise da dimensão estrutural do capital social, composta por elementos como configuração da rede, cooperação, laços entre os atores, padrões de conectividade e reciprocidade, demonstrou que a mesma aumenta, significativamente, em grupos de respondentes com maior idade, maior tempo de empresa e maior renda. Logo, concluiu-se que esta dimensão, neste estudo, agrupou, principalmente, variáveis relacionadas à participação na comunidade local. Neste sentido, pode-se entender que o aumento desta participação está vinculado a um maior amadurecimento (variável idade), maiores níveis de responsabilidade (gênero masculino, maior tempo de empresa e renda) e ao aumento do vínculo com a comunidade por parte dos respondentes.

Também se verificou que indivíduos mais maduros (variável idade) apresentaram maiores médias da dimensão relacional do capital social (vinculada a comportamentos relacionados à confiança, identificação social, participação e sociabilidade).

Por fim, ao realizar o comparativo do perfil dos respondentes com as manifestações do capital social, evidenciou-se que moradores da cidade de Monte Belo do Sul apresentaram maiores escores na dimensão estrutural (neste caso, vinculada à maior participação na comunidade). Neste caso, a própria estrutura do município (uma comunidade em desenvolvimento) pode justificar a necessidade de cooperação e reciprocidade entre os indivíduos.

Este estudo não pretende esgotar a discussão sobre os resultados encontrados. Devido à pluralidade de abordagens vinculadas ao capital social, considera-se relevante elencar algumas sugestões para estudos futuros. Estas sugestões poderão complementar ou, até mesmo, auxiliar no avanço do entendimento da dinâmica que envolve este tema. Assim, sugerem-se novos estudos que explorem os antecedentes do capital social, inclusive com abordagens histórico-culturais e qualitativas.

## REFERÊNCIAS

- ADLER, P.S.; KWON, S. 2002. Social capital: prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, 27(1):17-40.
- AKDERE, M.; ROBERTS, P. B. 2008. Economics of social capital: Implications for organizational performance. *Advances in Developing Human Resources*, 10(6):802-816. <http://dx.doi.org/10.1177/1523422308325007>
- ALBAGLI, S.; MACIEL, M.L. 2002. *Capital social e empreendedorismo local: proposição de políticas para a promoção de sistemas produtivos locais de micro, pequenas e médias empresas*. Rio de Janeiro, UFRJ, 29 p.
- APROBELO. 2009. Material e informações fornecidos pela associação. Disponível em: [www.sitedovinhobrasileiro.com.br](http://www.sitedovinhobrasileiro.com.br). Acesso em: 15/01/2009.
- APROVALE. 2009. Material e informações fornecidos pela associação. Disponível em [www.valedosvinhedos.com.br](http://www.valedosvinhedos.com.br). Acesso em: 15/01/2009.
- BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J. 2008. *Redes de cooperação empresarial: estratégias de gestão na nova economia*. Porto Alegre, Bookman, 212 p.
- BANCO MUNDIAL. 2008. Overview: social capital Disponível em: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTSOCIALDEVELOPMENT/EXTSOCIALCAPITAL/0,,contentMDK:20642703~menuPK:401023~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:401015,00.html>. Acesso em: 15/12/2008.
- BITTENCOURT, E. 2009. Combinação e troca de conhecimentos: a experiência da fundação Ezequiel Dias. *Revista da Fundação Ezequiel Dias*, 5(2):31-41.
- BORGES, L. de O. 1998. Os pressupostos dos estudos do significado do trabalho na psicologia social: no caminho do existencialismo. *Revista Vivência*, 12:87-105.
- COHEN, D.; PRUSACK, L. 2001. *In good company: How social capital makes organization world*. Boston, Harvard Business School Press, 214 p.
- COLEMAN, J.S. 1988. Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94:95-120. <http://dx.doi.org/10.1086/228943>
- COLEMAN, J.S. 1990. *Foundations of social theory*. Cambridge, Harvard University Press, 993 p.
- DALCIN, M.S. 2008. *Vale dos Vinhedos: história, vinho e vida*. Bento Gonçalves, MSD Empreendimento Culturais, 242 p.
- DURSTON, J. 2001. *Evaluando capital social en comunidades campesinas en Chile*. Disponível em: [http://www.asesoriasparaeldesarrollo.cl/files/evaluando\\_capital\\_social.pdf](http://www.asesoriasparaeldesarrollo.cl/files/evaluando_capital_social.pdf). Acesso em: 22/12/2008.
- FUKUYAMA, F. 1996. *Confiança: as virtudes sociais e a criação da prosperidade*. Rio de Janeiro, Rocco, 455 p.
- FUKUYAMA, F. 2000. *A grande ruptura: a natureza humana e a reconstituição da ordem social*. Rio de Janeiro, Rocco, 344 p.
- GAAG, M.V.D.; SNIJDERS, T.A.B. 2003. *A comparison of measures for individual social capital*. Groningen, University of Groningen, 31 p.
- HAIR, J.R. Jr.; ANDERSON, R.E.; TATHAM, R.L.; BLACK, W.C. 2006. *Análise multivariada de dados*. 5ª ed., Porto Alegre, Bookman, 593 p.
- HARPHAM, T.; GRANT, E.; THOMAS, E. 2002. Measuring social capital within health surveys: Key issues. *Health Policy and Planning*, 17(1):106-111.
- HELAL, D.H.; NEVES, J.A.; FERNANDES, D.C. 2007. Empregabilidade gerencial no Brasil. *RAC Eletrônica*, 1(2):1-19.
- LEANA, C.R.; BUREN, H.J.V. 1999. Organizational social capital and employment practices. *Academy of Management Review*, 24(3):538-555.
- MAÇADA, D.L.; TIJIBOY, A.V. 1998. Aprendizagem cooperativa em ambientes telemáticos. In: CONGRESSO IBERO-AMERICANO DE INFORMÁTICA EDUCATIVA (RIBIE), IV, Brasília, 1998. *Anais...*, Brasília, DF, p. 1-14.

- MACKE, J.; SARATE, J.A.R.; VALLEJOS, R.V. 2010. Collective competence and social capital analysis in collaborative networks. *Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics*, 8:18-23.
- MALHOTRA, N. 2001. *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 3ª ed., Porto Alegre, Bookman, 720 p.
- MARTI, J.M.V. 2004. Social capital benchmarking system: profiting from social capital when building network organizations. *Journal of Intellectual Capital*, 5(3):426-442. <http://dx.doi.org/10.1108/14691930410550381>
- MILANI, C. 2003. Teorias do capital social e desenvolvimento local: lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil). In: CONFERÊNCIA REGIONAL ISTR-LAC, IV, San José, 2003. *Anais...* San José, Costa Rica, p. 1-30.
- NAHAPIET, J.; GHOSHAL, S. 1997. Social capital, intellectual capital and the creation of value in firms. *Academy of Management Proceedings*, 22:35-39.
- NAHAPIET, J.; GHOSHAL, S. 1998. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2):242-266.
- NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. 2002. *Criação do conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação*. 10ª ed., Rio de Janeiro, Campus, 358 p.
- NOOTEBOOM, B. 2007. Social capital, institutions and trust. *Review of Social Economy*, LXV(1):29-53. <http://dx.doi.org/10.1080/00346760601132154>
- ONYX, J.; BULLEN, P. 2000. Measuring social capital in five communities. *Journal of Applied Behavioral Science*, 36(1):23-42. <http://dx.doi.org/10.1177/0021886300361002>
- PESTANA, M.H.; GAGEIRO, J.N. 2005. *Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS*. 4ª ed., Lisboa, Sílabo, 690 p.
- PUTNAM, R.D. 2002. *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*. 3ª ed., Rio de Janeiro, FGV, 257 p.
- SABATINI, F. 2008. Social capital as social networks: a new framework for measurement and an empirical analysis of its determinants and consequences. *The Journal of Socio-Economics*, 61(3):466-499.
- SAPELLI, D.M. 2006. *Indicadores de capital social numa organização de terceiro setor*. Biguaçu, SC. Dissertação de Mestrado. Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, 121 p.
- SARATE, J.A.R.; MACKE, J. 2007. Fatores explicativos do capital social em uma cidade da Serra Gaúcha: a percepção dos estudantes de administração. In: Encontro Nacional de Pós-graduação em Administração (ENANPAD), XXXI, Rio de Janeiro, 2007. *Anais...* Rio de Janeiro, p. 1-16.
- TOLFO, S. da R.; PICCININI, V. 2007. Sentidos e significados do trabalho: explorando conceitos, variáveis e estudos empíricos brasileiros. *Psicologia & Sociedade*, 19:38-46. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-71822007000400007>
- VALLEJOS, R.V.; MACKE, J.; OLEA, P.M.; TOSS, E. 2008. Collaborative networks and social capital: a theoretical and practical convergence. *IFIP(Boston)*, 283:43-52.
- WATSON, G.W.; PAPAMARCOS, S. 2002. Social capital and organizational commitment. *Journal of Business and Psychology*, 16(4):537-552. <http://dx.doi.org/10.1023/A:1015498101372>
- WOOLCOCK, M. 2000. The place of social capital in understanding social and economic outcomes. In: INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON THE CONTRIBUTION OF HUMAN AND SOCIAL CAPITAL TO SUSTAINED ECONOMIC GROWTH AND WELL-BEING, Quebec, 2000. *Anais...* Quebec, p. 66-88.

Submetido: 05/12/2010

Aceito: 11/01/2012

#### DENISE GENARI

Universidade de Caxias do Sul  
Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130, Bairro Petrópolis  
95020-972, Caxias do Sul, RS, Brasil

#### JANAINA MACKE

Universidade de Caxias do Sul  
Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130, Bairro Petrópolis  
95020-972, Caxias do Sul, RS, Brasil

#### KADÍGIA FACCIN

Universidade de Caxias do Sul  
Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130, Bairro Petrópolis  
95020-972, Caxias do Sul, RS, Brasil