

Capital social e desenvolvimento do turismo no Município de São Luiz do Paraitinga/SP, Brasil

Luiz Fernando de Almeida Candelária Junior¹

Monica Franchi Carniello²

RESUMO

Este trabalho realiza o levantamento de informações sobre o papel dos atores sociais na formação do capital social local, e das possíveis ações de marketing, como ferramentas promotoras das atividades turísticas no Município de São Luiz do Paraitinga, Estado de São Paulo. Compreende-se o capital social como o conjunto de arranjos sociais e relações que possibilitam direcionar ações individuais e coletivas, em benefício de causas que atendam positivamente aos anseios da coletividade; e as ações de marketing, como os processos sociais e de gestão que são desenvolvidos para atender às satisfações das necessidades dos indivíduos e das organizações. A pesquisa caracteriza-se como descritiva e qualitativa, com coleta de dados por entrevista com atores sociais do Município. Verificou-se que as relações dos moradores – que resultaram em um representativo patrimônio cultural – e a cooperação entre os distintos atores sociais, implicou a potencialização do turismo no Município, ainda que sem um planejamento formal, mas decorrente de objetivos comuns que puderam ser alcançados por meio da participação e trabalho conjunto da população local. Portanto, a existência de elevado grau de capital social constitui uma variável diretamente relacionada com o desenvolvimento do Município estudado.

PALAVRAS-CHAVE

Desenvolvimento Regional. Capital Social. Turismo.

Social capital and development of tourism in the city of São Luiz do Paraitinga/SP, Brazil

ABSTRACT

This paper discusses about the role of social actors in local social capital formation, and possible marketing actions, such as tools for promoting tourist activities in São Luiz do Paraitinga, São Paulo State. Social capital is understood as the set of social arrangements and relationships, which allow direct individual and collective actions, on behalf of causes that respond positively to the wishes of the community, and marketing actions, such as the social processes and management that are developed to meet the satisfaction of the needs of individuals and organizations. The research is characterized as descriptive and qualitative, with data collection through interviews with social actors in the municipality. It was found that the relationships of the residents – which resulted in a representative cultural heritage – and cooperation between different social actors, to involve in the enhancement of tourism in the city, even without a formal plan, but due to common goals could be achieved through participation and joint effort of the local population. Therefore, the existence of high degree of social capital is a variable directly related to the development of the municipality.

KEYWORDS

Regional Development. Social Capital. Tourism.

1 Mestre em Gestão e Desenvolvimento Regional pela Universidade de Taubaté (UNITAU).

2 Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), docente do Programa de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté (UNITAU).

INTRODUÇÃO

Na busca de potencializar os processos de desenvolvimento econômico e social de regiões, entende-se que a aplicação de ações dirigidas e específicas podem trazer resultados positivos, se levarem em consideração as particularidades de cada região e suas relações com os processos exógenos econômicos, políticos e conjunturais com os quais interage.

A formulação de políticas públicas generalistas mostra-se cada vez menos apropriada, por não levar em consideração as desigualdades e as potencialidades existentes em cada localidade. As discussões, tendo como tema o desenvolvimento regional, sinalizam caminhos nos quais as necessidades e características dos locais devem ser consideradas, por possibilitarem a elaboração de estratégias adequadas à realidade de cada local.

A participação dos atores sociais nos processos de formação do capital social dos locais e a possibilidade de se desenvolverem planejamentos capazes de equacionar as dificuldades e sinalizar caminhos mais adequados à solução das mesmas, também se constituem como ferramentas que se mostram úteis na busca de processos de desenvolvimento econômico e social mais eficiente, que busquem o aumento do grau de liberdade e de qualidade de vida dos indivíduos (SEN, 2000).

O capital social, que tem como premissa práticas participativas para a manutenção de redes duráveis de relações, é uma das variáveis que interfere no desenvolvimento de uma região. Bandeira (1999, p. 12) corrobora essa perspectiva ao destacar a cooperação como das hipóteses que explica as diferenças de desenvolvimento entre regiões.

Segundo estudos recentes, o capital social — que é composto por um conjunto de fatores de natureza cultural que aumenta a propensão dos atores sociais para a colaboração e para empreender ações coletivas — constitui-se em importante fator explicativo das diferenças regionais quanto ao nível de desenvolvimento.

Esse artigo trata do capital social de São Luiz do Paraitinga e sua relação com o desenvolvimento do turismo local. O Município destaca-se por ser palco de intensas manifestações das tradições religiosas, e de inúmeras festas populares; principalmente pelas que receberam influências da Península Ibérica; caracterizando-se como a cidade mais festeira da região (COMITÊ PRÓ-ASSOCIAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO CULTURAL E AMBIENTAL DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA, 1997). O Município apresenta um vasto e eclético calendário de atividades que se estende por todo o ano, e contribui para fortalecer a sua identidade cultural.

Pelas atividades culturais, a partir da década de 1990, o Município passou a ser mais conhecido e beneficiado por valorizar do turismo cultural, e também, pela crescente procura do turismo de entretenimento e do turismo ecológico, despertando a atenção do público às suas características, suas tradições culturais e suas potencialidades ecológicas. O centro urbano da cidade, com seus casarões de taipa, constitui-se, como patrimônio histórico-cultural, tombado em 1977 pelo Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico e Turístico do Estado (CONDEPHAAT) e mantém, ainda hoje, as características da época, estabelecendo uma ligação entre o passado ao presente e estabelecendo a identidade arquitetônica do município³. Sobre estas características, Luz (2004, p. 20) comenta que

O Município, de rico folclore, antigo local de pouso dos tropeiros e celeiro de grãos, fumo e café, apresenta o maior acervo de arquitetura colonial do Estado (tombado pelo patrimônio histórico) e representa três ciclos: o ciclo do ouro, o ciclo do café e o atual, ciclo do turismo. [...] Algo singular a bela cidade, em sua diversidade, berço e palco de tantas glórias. Singular no seu raro acervo arquitetônico, pouco alterado, cuja defesa se impõe contra o falso progressismo. Também na permanente lembrança do sólido passado em que movem seus habitantes, e em suas impecáveis festas e comemorações.

Com uma população de 10.397 pessoas (IBGE, 2010), a maior parte dos vínculos empregatícios está no setor de serviços (SEADE, 2010), no qual se enquadra a atividade turística.

Balizado por essas reflexões e contexto, o artigo tem o objetivo de compreender o papel dos atores sociais, sua participação e a sua percepção sobre o capital social local, como ferramenta promotora das atividades turísticas no Município de São Luiz do Paraitinga, situado no Vale do Paraíba, no Estado de São Paulo, Brasil.

DESENVOLVIMENTO REGIONAL E CAPITAL SOCIAL

Acompanhando a história do desenvolvimento contemporâneo, é fato que o avanço desenfreado das relações de produção e consumo de bens trouxe inúmeros desequilíbrios e problemas a serem enfrentados pela população mundial. O processo de abertura dos mercados aos investimentos de capital estrangeiro e as consequências negativas do processo de globalização, propiciaram que algumas nações fossem beneficiadas. No entanto deflagraram,

3 Em janeiro de 2010 a cidade foi devastada por uma enchente que destruiu parte dos casarões do centro histórico e a igreja matriz. Tal fato repercutiu em escala nacional e resultou em ações coletivas lideradas por instituições distintas, que envolveram os moradores, universidades e governo, para recuperação do patrimônio histórico. As ações coletivas realizadas demonstraram o alto capital social da população e permitiram uma rápida recuperação e retomada das atividades culturais e turísticas do Município.

paralelamente, um processo de enfraquecimento das atividades econômicas locais e regionais. Neste sentido, Becker (2000, p.30) considera que

Gerar as condições favoráveis ou mais atrativas para localizar os investimentos em seus territórios, transformou-se em uma necessidade do próprio processo de desenvolvimento contemporâneo e segundo alguns governos, na única possibilidade.

Importante ressaltar que, paralelamente a esse processo de internacionalização dos espaços econômicos, emerge um processo de regionalização dos espaços sociais, que se caracteriza pela defesa dos recursos naturais e culturais, e pela busca de alternativas competentes como forma de resistir e sobreviver ao processo de globalização. Sobre esse processo de regionalização dos espaços sócio-culturais, Becker (2000, p. 132) afirma que

Num primeiro momento, as iniciativas se caracterizam pela resistência, pela defesa, conformando estratégias defensivas. Num segundo momento, poderá ou não ocorrer, dependendo da experiência e da tradição de cada espaço em ações cooperadas, a adoção de ações ativas e cooperadas que poderão configurar estratégias baseadas nos “recursos” naturais e culturais de cada espaço (localidade, municipalidade, região, estado, nação, outros).

Assim, por consequência, foi se constituindo uma situação na qual se observa, de um lado, o processo de globalização (como tentativa de equalização) e, de outro, o processo de regionalização (tentativa de diferenciação) (BECKER, 2000).

É certo que compreender o desenvolvimento local requer, indispensavelmente, que se reflita sobre conceitos básicos que, em última análise, estão diretamente implicados no cenário formado pela própria dinâmica da vida e o ambiente de entorno (MARTINS, 2002, p. 51).

Nesse contexto, os atores sociais e institucionais são essenciais para dinamizar e articular ações em esfera local. Quanto maior a cooperação, articulação, e reciprocidade entre os atores, maior o capital social. Apesar de outras citações do termo, é na voz de Pierre Bourdieu (1980) que o conceito se delinea com mais força, pautando definitivamente estudos acadêmicos de distintas áreas do conhecimento. Bourdieu (1980) define o capital social como uma força agregadora dos recursos, reais ou potenciais, que tornavam possível o sentimento de pertencimento às determinadas instituições ou grupos. Nos anos 1990, o Banco Mundial fez menção ao conceito de capital social, referindo-se às instituições, relações e normas sociais que dão qualidade às relações interpessoais em uma sociedade.

Para Joseph (1998), o capital social pode ser percebido como um conjunto de arranjos sociais, relações, instituições, e de ideias e ideais que possibilitam aos indivíduos direcionar suas energias e ações individuais em benefício das causas coletivas.

Neste mesmo sentido, Baas (1997) reforça a condição de coesão social, quando considera que o capital social se constitui pela forma com que a identificação dos indivíduos com as formas de governo, as expressões culturais e o conjunto dos comportamentos sociais, tornam a sociedade mais coesa e mais forte que a soma das individualidades que a compõe. Já Rosas e Cândido (2008, p. 74-75) se referem ao capital social como

Sendo aquele relacionado às diversas formas, condições e possibilidades de interação, parceria e cooperação entre as instituições, entre as pessoas, e entre as instituições e as pessoas, a partir de práticas de reciprocidade e relações de confiança entre eles.

Sobre as relações entre os indivíduos e as instituições, Reis (2003, p. 38) sinaliza que

De um lado, a existência de laços de confiança mútua reforça os mecanismos de cooperação entre os habitantes e favorece o desempenho das instituições políticas; esse mesmo desempenho institucional eficiente atua positivamente sobre o contexto, reduzindo a incerteza e reforçando ainda mais o nível de confiança e cooperação no interior da população.

Fazendo parte desse conjunto de diversas noções sobre o conceito de capital social, encontram-se, e com bastante relevância, as opiniões de Coleman (1990), quando defende o conceito num plano individual, em que aponta a capacidade do indivíduo se relacionar com sua rede social, mediante as expectativas de reciprocidade e o grau de confiabilidade existente nas relações. Já Putnam (2007) observa mais o sentido das relações de grupos sociais no qual o capital social estaria refletido no grau de confiança existente nas relações entre os diversos atores sociais, nas suas habilidades e competências em se associar para conquistar os devidos fins, entre outras coisas, agilizando os fluxos de informação, aceitação e cumprimento dos 'deveres' cívicos, em amplos aspectos e visando sempre os interesses coletivos.

Importante perceber que, tanto na visão de Coleman quanto de Putnam, fica claro que o 'valor' que se infere ao capital social é a sua fundamentação, direta ou indireta, nas relações coletivas entre atores, ou grupos de atores sociais, que acabam por gerar expectativas e obrigações mútuas, favorecendo o estabelecimento de normas, padrões e condutas que visam os interesses públicos e da coletividade.

Na busca de compreender o conceito de capital social, faz-se pertinente relacioná-lo com o processo de desenvolvimento do município de São Luiz do Paraitinga, objeto de estudo desse artigo.

Destaca-se, também, a relação entre o desenvolvimento do Município, caracterizado pelo turismo cultural, e a folkcomunicação, que, nesse caso pode ser compreendida como uma relação intrínseca, interdependente, uma vez que o maior atrativo turístico é a cultura popular e folclórica. Mais do que isso, a articulação dos atores, dada por processos folkcomunicacionais, se estabelece em várias vertentes e é fundamental no caso estudado, a saber: na transmissão cultural intra e inter gerações; na articulação da cultura local com as mídias de massa, encarregadas pela divulgação externa das atividades turística; bem como na organização das atividades festivas. A forma como se constitui o turismo cultural de São Luiz do Paraitinga é um reflexo de fatores que convergem com o conceito de folkcomunicação proposto por Luiz Beltrão (1980) como um conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados, que podem ser urbanos e rurais, através de agentes ligados ao folclore.

MÉTODO

A pesquisa caracteriza-se como qualitativa e descritiva, com coleta de dados por meio de entrevista. As entrevistas foram realizadas com atores sociais de destaque na formação social do município, divididos em três blocos: o primeiro ligado aos setores da administração pública atual, o segundo ligado às tradições culturais, e o terceiro, ligado à iniciativa privada / empresariado. Portanto, a técnica de seleção de amostra é não probabilística por julgamento, sendo eles:

- a) Atores ligados ao poder público (administração 2004/2008): Prefeito; Diretora de Promoção Social; Secretária de Planejamento; Diretor de Turismo; Diretor de Cultura;
- b) Atores ligados às tradições culturais: Cenira Pereira Santos (Vó Nira), viúva de Elpídio dos Santos e mãe de integrantes do grupo Paranga, ligada às tradições culturais e religiosas; José Felipe Amado (Jô Amado), jornalista e Presidente da ONG SoSaci; Benedita Antunes de Andrade (Dona Didi), ligada às tradições religiosas e culturais da cidade; Pedro Luis dos Santos (Negão), músico, compositor, cantor (Grupo Paranga) e filho de Elpídio dos Santos; Marcelo Toledo, historiador e ex-vereador; Benito Euclides de Moura Campos, artista plástico e fundador do bloco Juca Teles.

c) Atores ligados à iniciativa privada/empresariado: Henrique Ferraz de Carvalho Guerra, proprietário da Pousada Vila Verde; Fábio Antico Almeida, proprietário do Barão Hotel; Rafael Antunes Toledo, diretor da Paraitinga Turismo; José Roberto da Silva, presidente da Associação Comercial/Restaurante Cantinho dos Amigos.

Os dados referentes à pesquisa foram coletados por meio de entrevistas, com questões abertas, destinados aos três públicos delimitados. As entrevistas foram realizadas pessoalmente, com agendamento, após aprovação pelo Comitê de Ética e Pesquisa da Universidade de Taubaté. As entrevistas foram gravadas, transcritas na íntegra e analisadas de maneira a compor os resultados apresentados a seguir.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para apresentação dos resultados, a partir das entrevistas, foram sistematizados quadros comparativos entre as falas dos atores do poder público, iniciativa privada e atores ligados à cultura local.

Poder Público	Moradores	Empresariado
Geração de empregos Geração de renda Manutenção e valorização da cultura local	Geração de empregos Geração de renda Conservação e valorização da cultura local	Geração de empregos Geração de renda

Quadro 1 – Contribuição da atividade turística para o desenvolvimento do Município de São Luiz do Paraitinga
Fonte: Dados da pesquisa

Analisando os depoimentos fornecidos pelos entrevistados, pode-se observar que, tanto os moradores quanto o poder público e o empresariado, acreditam que o desenvolvimento da atividade turística no Município de São Luiz do Paraitinga é responsável pela geração de novos postos de trabalho e pela geração de renda para a população local. Fatos, estes, sinalizados por Oliveira (2005), quando discorre sobre as características das atividades turísticas.

O turismo é capaz de produzir um respeitável impacto na economia local. É um meio de redistribuir a renda, captar divisas, gerar novos empregos, incrementar outros setores econômicos, aumentar a arrecadação fiscal, promover o desenvolvimento regional e motivar novos investimentos com benefícios sociais (OLIVEIRA, 2005, p. 35).

Observa-se que os grupos representantes dos moradores e do poder público acreditam que a atividade é responsável, também, pela conservação, pela manutenção e pela valorização das atividades relacionadas à cultura. Atividades, estas, que possibilitam não só que as tradições

sejam passadas às novas gerações, como, também, se relacionam com a potencialização da geração de postos de trabalho e geração de renda para a população local. Neste sentido, Hermet (2002) complementa que

A cultura constitui um setor importante de atividade, que gera riqueza e cria empregos a níveis perfeitamente contabilizados, ao mesmo tempo que transmite, como complemento, mensagens mais compatíveis com a sensibilidade das populações locais que as das produções padronizadas estadunidenses, japonesas ou européias (HERMET, 2002, p.20).

Faz-se pertinente lembrar que boa parte dos entrevistados tem consciência que as atividades turísticas que se desenvolvem no Município são um tanto quanto recentes, que estão ocorrendo de forma gradativa, e que agem de forma positiva na potencialização das atividades econômicas, no fortalecimento das tradições e na solidificação da imagem do município aos olhos dos visitantes e dos moradores de outras localidades.

Porém, também se apresentam opiniões que sinalizam que o município não deveria depender apenas das atividades turísticas para potencializar as suas oportunidades de desenvolvimento.

Poder Público	Moradores	Empresariado
Significa oportunidade Comércio Hotelaria Atividades culturais Prestação de serviços	Significa oportunidade Comércio Hotelaria Atividades culturais	Significa oportunidade Comércio Hotelaria Atividades culturais Turismo ecológico

Quadro 2 – Geração de trabalho e renda pela atividade turística no Município de São Luiz do Paraitinga

Fonte: Dados da pesquisa

Observando os depoimentos prestados, pode-se perceber que tanto os moradores quanto o poder público e o empresariado acreditam que as atividades ligadas ao turismo significam oportunidade de trabalho e renda para a população em diversos setores, como: no comércio, no setor hoteleiro, e em outros setores ligados à prestação de serviços, ao turismo ecológico e às atividades culturais. Fortalecendo esses depoimentos, faz-se pertinente atentarmos para o pensamento de Bonalume (apud DA COSTA; MÜLLER, 2002, p. 192).

Os programas de investimentos nos setores sociais, dos quais o lazer faz parte, são vetores de crescimento e de transformação da economia e, por isso, têm reflexos diretos na qualidade de vida da população. Além disso, o turismo, a cultura e o lazer despontam como áreas que tendem a tornar-se, em breve, principais referências de geração de renda e crescimento econômico.

E, também, para as considerações de Valls:

Para ser competitivo, um destino deve gerar benefícios de longo prazo superiores à média da concorrência em três âmbitos: benefícios econômicos para os negócios da região, de modo que atraia os melhores investidores, empresários, trabalhadores, fornecedores, peritos, etc.; benefícios sociais, em termos de qualidade de vida, postos de trabalho de qualidade, inovação, etc.; e benefícios ambientais, de maneira que o uso turístico financie integralmente a taxa de regeneração e não tenha de recorrer a excepcionalidades (2006, p. 51).

Em relação à questão da geração de postos de trabalho e renda, importante salientar que existe a preocupação de alguns entrevistados no que diz respeito à necessidade da contínua formação de mão de obra qualificada para as funções requisitadas, tanto como forma de aumentar a qualidade dos serviços prestados, quanto, também, como ferramenta para que os envolvidos no processo possam potencializar suas capacidades.

Poder Público	Moradores	Empresariado
Cultura local (música, festas, folclore, artesanato); Patrimônio arquitetônico; Turismo ecológico/ esportivo.	Cultura local (música, festas, folclore); Turismo ecológico/ esportivo.	Cultura local (cultura caipira, música, festas, folclore).

Quadro 3 – Atrativos turísticos do Município de São Luiz do Paraitinga

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação a o que pode ser considerada a maior atração turística do município, os representantes dos três grupos são enfáticos ao afirmar que acreditam ser o conjunto cultural local (festas, música, folclore, artesanato, etc.). Também são consideradas atrações importantes, o patrimônio arquitetônico tombado pelo CONDEPHAAT e as atividades relacionadas ao turismo ecológico/esportivo.

As afirmações coletadas, junto aos entrevistados, permitem estabelecer uma relação ao conceito de “bacia cultural”, que pode ser observado nas colocações de Costa:

[...] a bacia cultural se alimenta das inúmeras fontes criativas que formam os mananciais de bens simbólicos que, um a um, vão desaguando no grande eixo que constitui a identidade da bacia. A bacia cultural é cortada por uma artéria aberta que deixa fluir a seiva da cultura regional para alimentar o grande rio da nossa diversidade criativa e o oceano das culturas do mundo. O fluxo que se esvai é inesgotável e seminal; é como um recurso moral, cujo estoque se expande na medida em que é mais consumido (2006, p. 4).

Interessante perceber que além de colaborar na geração de renda e no aquecimento da economia local, o reconhecimento e a valorização das atividades ligadas às tradições e as

peculiaridades de cada cultura, colaboram para o fortalecimento da identidade e da autoestima da comunidade. Em relação a esse fato, faz pertinente voltar a atenção ao parecer de Klisberg, quando considera que

[...] ao desvalorizar-se a cultura, está-se definitivamente enfraquecendo a identidade. Uma identidade abatida gera sentimentos coletivos e individuais de baixa estima. As políticas sociais deveriam ter como objetivo relevante a reversão deste processo e a elevação da auto-estima grupal e pessoal das populações desfavorecidas. Uma auto-estima fortalecida pode ser potente motor de construção e criatividade. A mediação imprescindível é da cultura. A promoção da cultura popular, a abertura de canais para sua expressão, seu cultivo nas gerações jovens, a criação de um clima de genuíno apreço por seus conteúdos fará crescer a cultura e, com isto, dará retorno em identidade aos grupos empobrecidos (2002, p. 51-52).

Constata-se, nesta questão, que a totalidade dos entrevistados considera que a maior atração turística do Município é o conjunto cultural local. Conjunto este, que em sua maioria é formado por atividades feitas pela, e para a, própria população local. Atividades que movimentam, engajam e dependem da união de esforços de inúmeras frentes de trabalho, compostas por diferentes grupos de atores sociais, que há décadas se organizam para mantê-las vivas e crescentes. Artistas plásticos, músicos, compositores, grupos folclóricos, grupos religiosos, folcloristas, artesão e outros, em parceria com as instituições públicas e o setor privado, trabalham em conjunto para que o universo de atividades, que, hoje, são consideradas como atrativos turísticos se mantenham fiéis às suas tradições, não percam suas características e possam ter continuidade nas futuras gerações, além de contribuírem para o processo de desenvolvimento do Município.

Poder Público	Moradores	Empresariado
Cidade pequena Tranquilidade Cidade festiva Valorização das tradições culturais Modo de vida simples Alegria	O 'clima' da cidade Tranquilidade Cidade pequena Tradições culturais Modo de vida simples Cultura caipira	Imagem positiva Tranquilidade Receptividade Contato com a natureza Valores da cultura regional

Quadro 4 – Imagem turística do Município de São Luiz do Paraitinga
Fonte: Dados da pesquisa

Em relação a que imagem os turista levariam do Município, após visitá-lo, os depoimentos dos três grupos sugerem; em consonância com os depoimentos referentes à questão anterior; ser o 'clima' do Município. A imagem de uma cidade pequena, tranquila, de

modo de vida simples, alegre, e que valoriza tanto à tradição de suas manifestações culturais quanto o contato com a natureza e a Cultura Caipira.

Ao tomar contato com a opinião dos entrevistados, percebe-se que todos têm, em comum, a mesma impressão sobre a, possível, imagem construída, pelo Município, aos olhos dos turistas. Sobre tal fato, volta-se a atenção às colocações de Kotler et al. (2006), quando afirmam que:

Definimos a imagem de um lugar como o conjunto de atributos formados por crenças, ideias e impressões que as pessoas têm desse local. As imagens costumam representar a simplificação de inúmeras associações e fragmentos de informação e são o produto da mente tentando processar e enquadrar enormes quantidades de dados relacionados a um lugar (p. 182-183).

Mais uma vez, reforça-se a ideia que a rede de relacionamentos e costumes existentes entre a população local, que reflete grande acúmulo de capital social, trabalha no sentido de fortalecer uma imagem positiva e aprazível para os visitantes, e caracterizam o “clima da cidade”. Importante se faz lembrar que as características mencionadas pelos entrevistados não se manifestam de uma hora para outra, e em quaisquer condições. Caracterizam-se por serem resultado de um processo lento e contínuo de formação de identidade, que se fundamenta em atitudes constantes, em procedimentos sociais esperados, confiáveis e duradouros, e, que dependem do nível de confiança que os moradores do Município, não só, mantém entre eles, como também, ofertam a aqueles que os vistam. Procedimentos estes, que determinam e valorizam as bases de formação do capital social existente no Município.

Poder Público	Moradores	Empresariado
Não há unanimidade Poder público Iniciativa privada População local	Não há unanimidade Poder público ONG's Músicos Artistas locais População local	Não há unanimidade Poder público População local Músicos Festeiros Folcloristas Poetas Compositores

Quadro 5 – Responsáveis pela divulgação da cultura regional do município

Fonte: Dados da pesquisa

Sobre quais seriam os responsáveis pela divulgação e pela promoção da cultura regional do município, os três grupos sinalizam que não há uma exclusividade em relação a essa responsabilidade. Para os entrevistados, tanto o poder público quanto as ONG's, a iniciativa privada, a população local, e outros diversos grupos (músicos, poetas, compositores, artistas

plásticos, festeiros, folcloristas e outros) ligados direta ou indiretamente às tradições culturais, são os responsáveis pelo processo de divulgação da cultura regional. Opiniões, estas, parecem guardar relação direta com as premissas da folkcomunicação traçadas por Beltrão, nas quais os líderes-comunicadores exercem papel fundamental na transmissão das mensagens, por canais distintos próprios da comunidade local.

Verificando os pareceres declarados pelos entrevistados, percebe-se que os representantes do poder público acreditam que, tanto eles mesmos, quanto os moradores e os representantes da iniciativa privada têm responsabilidades e participação no processo de divulgação das manifestações culturais, consideradas um dos principais atrativos turísticos do município. Assim sendo, cristaliza-se a condição de que o município apresenta uma forte constituição de seu capital social, permitindo que as ações sejam realizadas em conjunto, visando, dessa forma, à satisfação dos interesses coletivos da comunidade local, bem como o caráter folkcomunicacional do fluxo de mensagens.

Poder Público	Moradores	Empresariado
Há participação positiva; Atividades culturais; Preocupação em organizar e potencializar o processo.	Há participação positiva; Processo em desenvolvimento positivo.	Há participação positiva; Manutenção e valorização da cultura; Falta planejamento e ações coordenadas para potencialização do processo.

Quadro 6 – Participação da comunidade local no processo de valorização e divulgação da cultura regional e da atividade turística em São Luiz do Paraitinga

Fonte: Dados da pesquisa

Observando os depoimentos dos entrevistados, percebe-se que os três grupos dizem acreditar que a população local participa positivamente do processo de valorização e divulgação da cultura regional do Município. No entanto, é nítida a percepção dos três grupos em relação à fase inicial deste processo e da necessidade de um maior planejamento, e execução de ações coordenadas, para que este possa ser potencializado positivamente. Sobre este fato, pode-se perceber que, este parecer positivo, alinha-se com o pensamento de Putnam, quando sinaliza:

Toda sociedade – moderna ou tradicional, autoritária ou democrática, feudal ou capitalista – se caracteriza por sistemas de intercâmbio e comunicação interpessoais, tanto formais quanto informais. Alguns desses sistemas são basicamente “horizontais”, congregando agentes que têm o mesmo *status* e mesmo poder. Outros são basicamente “verticais”, juntando agentes desiguais em relações assimétricas de hierarquia e dependência. [...] Os sistemas de participação cívica são uma forma essencial de capital social: quanto mais desenvolvidos forem esses sistemas numa comunidade, maior será a probabilidade de que seus cidadãos sejam capazes de cooperar em benefício mútuo (2007, p. 182-183).

Esse processo comunicacional entre os atores sociais condiz precisamente com a perspectiva da folkcomunicação, que consiste no

estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos (HOHLFELDT, 2001).

Melhorar a articulação entre as cadeias de comunicação, em um processo de articulação que ao mesmo tempo divulgue a atividade turística e não descaracterize a cultura local, maior atrativo turístico do município, é um ponto de equilíbrio difícil de ser alcançado, porém necessário para o desenvolvimento da atividade turística de maneira sustentável, sob a perspectiva cultural.

Ao se observar tanto os pareceres dos três grupos entrevistados quanto os conceitos de Putnam (2007) e Klisberg (2002), pode-se perceber que quanto mais organizadas e afinadas forem às relações constituídas na formação do capital social de uma sociedade, maiores serão as perspectivas de que os resultados de suas ações se apresentem como positivos. No caso em questão, é nítida a sensação que mesmo havendo a participação positiva dos atores sociais, dos diversos segmentos da sociedade luizense, na execução das ações que tangem as atividades promotoras do turismo no município, faz-se necessário um maior grau de organização, e comprometimento, de todos os envolvidos, para que os objetivos pretendidos na potencialização do processo de desenvolvimento do município sejam alcançados. Importante frisar que sendo recente o processo de instauração das atividades turísticas no local, é natural que as engrenagens desse processo, ainda, não estejam perfeitamente ajustadas às suas reais necessidades.

A evolução dos processos que proporcionam a alavancagem do desenvolvimento de qualquer localidade, região ou nação, apresenta-se como uma ação contínua, que demanda ajustes constantes e procedimentos de avaliação dos seus resultados, para que os problemas detectados sejam sanados, e se potencializem as condições de eficácia no desenvolver do processo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sabendo que a busca por processos que conduzam ao desenvolvimento de locais, cidades, regiões ou países, vem trilhando um caminho no qual, cada vez mais, se percebe a necessidade de voltar a atenção às satisfações das carências humanas, pode-se observar uma crescente preocupação com a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos, em detrimento de ações que visem, apenas, a potencialização do desenvolvimento econômico das localidades.

Nesse cenário, os investimentos destinados às atividades ligadas ao setor do turismo vêm se apresentando como ferramentas importantes, não só por o transformarem no setor que cresce e gera divisas no mundo, mas, e de forma contundente, por permitir, quando conduzidas de maneira coerente, entre outras características, a preservação e a valorização das tradições culturais e dos costumes locais; a geração de novos postos de trabalho; a geração de renda para os locais, as empresas e os cidadãos; a conservação e a valorização dos recursos naturais; o aquecimento das economias locais; o aumento da auto-estima das comunidades; e o fortalecimento do sentimento de pertença, individual e coletivo, na construção das identidades dos locais; sejam eles cidades, regiões, estados ou nações.

Neste sentido, a importância do fortalecimento do capital social, e das inúmeras relações que o caracterizam, mostra-se como peça chave para a evolução destes processos. No caso do Município de São Luiz do Paraitinga, o que se pode concluir é que, em sua maioria, os grupos representantes da comunidade local acreditam que o processo de instauração das atividades turísticas é benéfico para o Município, e significa oportunidade de trabalho e renda para boa parte da população, além de contribuir de forma positiva para a conservação, manutenção e a valorização tanto dos recursos naturais quanto culturais do local. Cientes que este processo é historicamente recente, acreditam que ele, se bem articulado e executado, pode sim, em breve, caminhar no sentido positivo de se tornar responsável por uma condição satisfatória de desenvolvimento.

Importante perceber que os entrevistados consideram que todos os segmentos que compõem sua sociedade (representantes do poder público, representantes da iniciativa privada, comerciantes, ONG's, músicos, artistas plásticos, folcloristas, festeiros e a comunidade em geral) agem como protagonistas do processo de desenvolvimento do Município, sentindo-se responsáveis e colaborando positivamente, cada um dentro de suas possibilidades, no processo de formação e fortalecimento do capital social, e, também atuando decisivamente na valorização e divulgação da cultura regional do Município, por meio da articulação dos fluxos de comunicação entre os atores, e entre estes e as mídias, responsáveis pela ampla divulgação do

município, o que demonstra a existência de participação, redes duráveis de relações e cooperação, elementos de composição do capital social.

Os entrevistados percebem que as atividades turísticas, em sua maioria, são realizadas em diversas frentes, pela iniciativa e ação dos próprios moradores, há muitos anos, por intermédio da existência de laços de confiança, e relações, oficializadas ou não, de compromisso, que garantem o funcionamento do processo, ou seja, constituem um representativo capital social, que apresenta-se como eixo fundamental para o desenvolvimento do Município estudado.

Respondendo ao objetivo do artigo, que consistiu em compreender o papel dos atores sociais, sua participação e a sua percepção sobre o capital social local, como ferramenta promotora das atividades turísticas no Município de São Luiz do Paraitinga, verificou-se que as relações dos moradores, que resultaram em um representativo patrimônio cultural e a cooperação entre os distintos atores sociais, implicou a potencialização do turismo no Município, ainda que sem um planejamento formal, mas decorrente de objetivos comuns que puderam ser alcançados por meio da participação e trabalho conjunto da população local. Portanto, a existência de elevado grau de capital social constitui uma variável diretamente relacionada com o desenvolvimento do Município estudado. **RIF**

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANDEIRA, P. **Participação, articulação de atores sociais e desenvolvimento regional e desenvolvimento regional**. Brasília: Edições IPEA, 1999. (Texto para discussão n. 630). Disponível em: <http://www.unc.br/mestrado/mestrado_materiais/texto_pedro_bandeira_n.630.pdf>. Acesso em: 7 jun. 2011.

BECKER, D. F. Necessidades e finalidades dos projetos regionais de desenvolvimento. In: BANDEIRA, P. S.; BECKER, D. F. (Orgs.). **Determinantes e desafios contemporâneos**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2000.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

BOURDIEU, Pierre. Le capital social: notes provisoires. **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, n. 31, p. 2-3, 1980. Disponível em: <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/arss_0335-5322_1980_num_31_1_2069>. Acesso em: 7 jun. 2011.

COLEMAN, J. **Foundation of social theory**. Cambridge: Harvard University Press, 1990.

COMITÊ PRÓ-ASSOCIAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO CULTURAL E AMBIENTAL DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA. **São Luiz o ano inteiro**. Taubaté: Vogal Editora, 1997.

FUNDAÇÃO SEADE. **Informações Municipais**. Disponível em: <<http://www.seade.gov.br/produtos/perfil/perfil.php>>. Acesso em: 7 nov. 2008.

HERMET, G. **Cultura e desenvolvimento**. Petrópolis: Vozes, 2002.

HOHLFELDT, Antonio. Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE FOLKCOMUNICAÇÃO, 4., 2001, Campo Grande. **Anais...** Campo Grande: Eixo Arte Visual, 2001, 1 CD-ROM.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo 2010**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 20 dez. 2011.

JOSEPH. J. Democracy's social capital: civil society in a new era. **Adress**, n. 15, jan. 1998.

KLIKSBERG, B. Capital social e cultura: chaves esquecidas do desenvolvimento. In: **Falácias e mitos do desenvolvimento social**. São Paulo: Cortez; Brasília: Unesco, 2001.

KOTLER, P. et al. **Marketing de lugares**: como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

LUZ, R. R. **São Luiz do Paraitinga**: o último reduto caipira. São Paulo: BH Gráfica e Editora, 2004.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e Desenvolvimento**: planejamento e organização. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

PUTNAM, R. D. **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália moderna. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

REIS, B. P. W. Capital Social e Confiança: Questões de Teoria e Método. **Revista Sociologia Política**, Curitiba, n. 21, p. 35-49, nov. 2003. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/rsocp/n21/a04n21.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2008.

ROSAS, I. A. G.; CÂNDIDO, G. A. Capital Social como instrumento para a Viabilização do Desenvolvimento Regional: estudo de caso no Cariri Paraibano. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v. 4, n. 2, p. 58-80, mai./ago. 2008. Disponível em: <[www.rbhdr.net/revista/index.php?journal=rbhdr&page=article&op=viewFile&path\[\]=135&path\[\]=118](http://www.rbhdr.net/revista/index.php?journal=rbhdr&page=article&op=viewFile&path[]=135&path[]=118)>. Acesso em: 1 set. 2008.

SEN, A. K. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

VALLS, J. F. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

