

Año 16, n. 34-35, enero-diciembre 2010



Revista
FACES

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales



Universidad Nacional
de Mar del Plata

DIRECTOR:

Daniel H. Pérez

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata.
Argentina

COMITÉ EDITORIAL

Mariana Foutel

María Estela Lanari

Cristian Merlino Santesteban

Elsa M. Rodríguez

Gustavo Rondi

Patricia Santo Mauro

SECRETARIA COMITÉ EDITORIAL

Susana E. Wilches

REVISIÓN DE VERSIONES EN INGLÉS

Alicia Streitenberger

CORRECCIÓN DE ESTILO

Prof. Analía Carrizo

Diagramación y Armado:

Imprenta El Faro

faro@elfaroimprensa.com

Los artículos científicos fueron sometidos a referato externo.

Registrada en:

Latindex

Dialnet

ASFA (Aquatic Sciences and Fisheries Abstracts)

ISSN 0328-4050
ISSN en Línea 1852-6535

FACES, creada en 1995, es una publicación de periodicidad semestral editada por la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. La revista publica colaboraciones relacionadas con la investigación y el desarrollo de las ciencias económicas y sociales.

Las opiniones expresadas en los trabajos son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no necesariamente reflejan los puntos de vista de la Institución.

Versión a texto completo en Portal Nülan.

FCEyS UNMdP

<http://nulan.mdp.edu.ar>

Correspondencia y remisión de trabajos

FACES

FCEyS. UNMdP

CC 462. B7600 Mar del Plata, Argentina

faces@eco.mdp.edu.ar

Canje

Centro de Documentación

FCEyS. UNMdP

CC 462. B7600 Mar del Plata, Argentina

cendocu@mdp.edu.ar

<http://eco.mdp.edu.ar/cendocu>

Se permite la reproducción total o parcial de los trabajos mencionando la fuente y sin alterar su contenido. Se requiere la autorización de los editores para otros usos.

La aplicación de la teoría del Capital Social a los estudios turísticos¹

The application of Social Capital Theory to tourism studies

Mariangel Cacciutto²

RESUMEN/SUMMARY:

El presente artículo pretende reflexionar acerca de la coexistencia de diferentes visiones del desarrollo y sus implicancias en la actividad turística. Para ello, se utiliza la teoría del capital social como herramienta para analizar a los actores intervinientes en el turismo.

La noción de capital social constituye una forma alternativa de encarar estudios de potencialidad turística, basándose en el análisis de las características de las comunidades locales y sus redes de relaciones, trascendiendo los tradicionales enfoques abocados a la oferta y la demanda.

Por tal motivo, se estima como una orientación apropiada para el análisis de los procesos de desarrollo turístico que consideran los destinos locales, puesto que una de las premisas actuales del desarrollo es la participación de las comunidades en aquellos procesos de toma de decisiones que puedan afectarlas directamente, como por ejemplo el turismo.

This article aims to reflect on the coexistence of different views of development and its implications for tourism and provide social capital theory as a tool to analyze the actors involved in tourism.

The notion of social capital is an alternative way of dealing with tourism potential studies based on the analysis of the characteristics of local communities and their networks, transcending traditional approaches to tourism supply and tourism demand.

Therefore, it is an appropriate approach for the analysis of tourism development processes that consider the local development of the

1 El presente artículo surge como producto de la monografía final, previa a la graduación de la carrera Licenciatura en Turismo, titulada “La teoría del CAPITAL SOCIAL: análisis de sus aportes y aplicación a estudios turísticos orientados al desarrollo”, cuya tutora ha sido Mg. Bernarda Barbini.

2 Licenciada en Turismo. Adscripta al Centro de Investigaciones Turísticas de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata. cacciutto@mdp.edu.ar,

destinations, since one of the existing premises of development is the participation of local communities in decision-making processes affecting them, including tourism.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:

Turismo - Desarrollo local - Perspectiva social del turismo - Capital Social - Actor local - Investigación en turismo

Tourism - Local Development - Social perspective of tourism - Social Capital - Local Actor - Tourism Research

INTRODUCCIÓN

Existen diversas visiones del turismo que han ido evolucionando desde su desarrollo masivo a mediados del siglo XX, hasta la actualidad y que se corresponden con distintas tendencias de desarrollo vigentes, en diferentes momentos, durante este período. De tal modo, que se puede establecer una correlación entre las visiones del desarrollo, los modelos turísticos dominantes en cada etapa y las modalidades turísticas adoptadas.

Es así como el análisis del fenómeno turístico se ha transformado desde su inicial consideración de “industria sin chimeneas” en la década de 1970, hasta ser tratado actualmente como el factor de reducción de pobreza en los países del tercer mundo. Sin embargo, continúan publicándose estudios turísticos que, desde una perspectiva reduccionista, insisten en resaltar el aspecto económico del turismo, sin tener en cuenta perspectivas más amplias que lo enriquezcan como objeto de estudio.

En este sentido, el presente artículo pretende incorporar una mirada más amplia al análisis del turismo, utilizando la teoría del capital social para su estudio y vinculando este concepto a la noción de desarrollo local. Bajo dicho enfoque, se indaga sobre la producción académica existente hasta el momento en la materia y se establecen propuestas para futuros estudios.

EL TURISMO COMO FENÓMENO SOCIAL

A los efectos del presente trabajo se ha adoptado una definición de turismo con una perspectiva social, que lo considera un proceso societario originado en Occidente a partir del siglo XIX y que se ha ampliado

masivamente en la segunda mitad del siglo XX, caracterizándose por generar impactos económicos y sociales, no solo en los lugares de destino, sino también en aquellos territorios emisores de turistas. En tal sentido, el turismo es responsable de profundas mutaciones en aquellas sociedades del mundo en donde se ha desplegado en forma intensiva. Como proceso societario, se lo considera un inductor de actividades económicas, y no una actividad económica en sí misma (Hiernaux Nicolás, 2002).

A su vez, se considera que el turismo tiene implicancias en el desarrollo tanto de las sociedades receptoras como de las emisoras del fenómeno; entendiéndose la noción de **desarrollo** según lo expuesto por Lebret:

Disciplina (a la vez del conocimiento y de la acción) del paso, para un pueblo determinado y para los grupos que lo constituyen, desde una fase menos humana a una fase más humana, al ritmo más rápido posible, con el coste menos elevado posible, teniendo en cuenta la solidaridad entre los grupos y los pueblos. (Lebret, 1969:32).

A la consideración de la visión social del turismo e integral del desarrollo, debe sumarse en el presente estudio, la del protagonismo de los **actores locales** que intervienen en la actividad turística, es decir, aquellos individuos, grupos o instituciones cuyo sistema de acción coincide con los límites de la sociedad local, los cuales pueden definirse según el escenario en que actúan y/o por su aporte al desarrollo local (Arocena, 2001).

LA TEORÍA DEL CAPITAL SOCIAL

Dentro de la perspectiva social de análisis del turismo, una forma de estudiar a los actores locales que en él intervienen, es a través del análisis del capital social existente en las comunidades receptoras. En este sentido, el capital social se concibe como: “el contenido de ciertas relaciones sociales, es decir, las actitudes de confianza que se dan en combinación con conductas de reciprocidad y cooperación, que proporciona mayores beneficio [*sic*] para aquellos que lo poseen, que lo que podría lograrse sin este activo.” (Durston, 2002:15).

Tal como lo expresa la definición, el capital social permite conocer el grado de confianza, así como también las relaciones de reciprocidad

y cooperación existentes en las comunidades receptoras, representadas por sus actores locales e instituciones, bajo el supuesto de que aquellas comunidades que cuenten con estos componentes, estarán mejor posicionadas para encarar proyectos turísticos que surjan de su propia iniciativa, permitiendo una mayor participación en la organización, gestión y distribución de los beneficios generados.

A continuación, se detallan los principales elementos del capital social, los cuales se desprenden de la definición previamente citada:

Confianza: Es una actitud que se basa en el comportamiento que se espera de la otra persona que participa en la relación que se establece entre ambas, teniendo un soporte cultural en el principio de reciprocidad. Tal actitud se expresa en conductas reiteradas y reforzadas con expresiones que comunican esa confianza en discursos y en acciones de entrega del control sobre determinados bienes a la otra persona. Al vivir en un mundo de riesgos y amenazas, los individuos necesitan confiar en alguien, es decir, establecer relaciones de capital social.

Reciprocidad: Es una lógica de intercambio de objetos, de ayuda y de favores diferente de la mercantil, aunque opera también en el ámbito del mercado y es signo de estar dispuesto a iniciar o mantener una relación social, al mismo tiempo que supone de parte del receptor la obligación, culturalmente sancionada, de retribuir de alguna forma el obsequio.

Cooperación: Se trata de una acción complementaria orientada al logro de los objetivos compartidos de un emprendimiento común. No debe confundirse con la colaboración, que es el intercambio de aportes entre aliados que tienen emprendimientos y objetivos diferentes aunque compatibles. La cooperación, junto con la confianza y los vínculos de reciprocidad, resulta de la interacción frecuente entre diversas estrategias individuales.

A su vez, existen diversos tipos de capital social, y en este sentido, Robert Putnam fue uno de los primeros teóricos en establecer una tipología.

En primer lugar, distinguió su carácter “**formal**” o “**informal**”, que tiene que ver con las modalidades de asociatividad. En segundo lugar, el capital social puede ser “**grueso**” o “**delgado**”, lo cual se relaciona con la frecuencia de los contactos entre las personas (Millan y Gordon, 2004). En tercer lugar, diferenció el capital social “**vinculante**” (o *bonding*) del

que “**tiende puentes**” (o *bridging*), este enfoque se basa en el trabajo de Granovetter y su “teoría de los lazos débiles”, en la cual estableció la importancia de estos a la hora de obtener determinados beneficios, ya que permiten que las personas establezcan nuevas redes de relaciones y se amplíen sus oportunidades.

El capital social **vinculante** tiende a fomentar la homogeneidad y reciprocidad de los grupos, mientras que el que **tiende puentes**, se orienta hacia fuera de los grupos primarios y permite generar identidades y reciprocidades más amplias. (Ramírez Plascencia, 2005).

Por último, el autor distinguió el capital social “**interno**” del “**externo**”. El capital social interno se da cuando se promueven los intereses de los miembros de un grupo, y el externo, cuando se promueve el interés público (Millan y Gordon, 2004).

Otra tipología es la incorporada por Durston (2000), el cual distingue el capital social “**individual**” y el “**comunitario**”. El primero implica el crédito de reciprocidad que una persona posee como producto de las redes de relaciones con otros individuos y surge de la reciprocidad simple, mientras que el segundo reside en las instituciones sociales complejas y surge de las acciones de individuos para maximizar su capital social.

Grootaert y Van Bastelaer (2001), realizan una distinción entre capital social “**cognitivo**” y “**estructural**”. El primero es un concepto subjetivo e intangible referido a los valores, creencias, normas y actitudes compartidos, mientras que el segundo está relacionado con las organizaciones, ya sean formales o informales, y con las redes asociativas. Finalmente, Woolcock (2002), añadió el capital social “**aglutinador**”, vinculado con las relaciones que se establecen entre familiares, amigos y vecinos y el *linking* (1998), que se relaciona con las redes de relaciones extra comunitarias.

Cabe destacar que la teoría del capital social actualmente es utilizada en estudios sobre desarrollo y también empleada por diversos teóricos pertenecientes a distintas instituciones internacionales abocadas al desarrollo, que lo han adoptado en sus análisis.

En este sentido, Francis Fukuyama, perteneciente a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), considera que el capital social es indispensable para que “las sociedades sean capaces de

crear instituciones y hacer cumplir la ley; y es un puntal indispensable de la democracia, que es la fuente de legitimidad y el marco político en que se da el desarrollo” (2003:37).

En el ámbito del Banco Interamericano de Desarrollo, Bernardo Kliksberg estableció una relación entre cultura, capital social y desarrollo, al considerar que:

Las personas, las familias, los grupos, son capital social y cultura por esencia. Son portadores de actitudes de cooperación, valores, tradiciones, visiones de la realidad, que son identidad misma. Si ello es ignorado, salteado, deteriorado, se inutilizarán importantes capacidades aplicables al desarrollo, y se desatarán poderosas resistencias” (Kliksberg, 2000:8).

Pertenecientes al Banco Mundial, se destacan los trabajos de Michael Woolcock y Deepa Narayan, los cuales consideran que el capital social contribuye al desarrollo en tanto “permite unir perspectivas sociológicas y económicas así como explicar mejor y con mayores argumentos el desarrollo económico” (1997:16).

CAPITAL SOCIAL Y TURISMO

En el presente artículo se examina la producción académica relacionada con el estudio del capital social en el ámbito del turismo, teniendo en cuenta diversas variables, para conocer el estado de la cuestión. Luego, se analizan propuestas que, a modo de sugerencias, buscan orientar futuras investigaciones en la materia.

Para llevar a cabo este trabajo de corte cualitativo se utiliza la técnica de análisis documental y de contenido de textos relacionados con los temas citados. Previamente, al análisis se realiza una búsqueda documental en bibliotecas y centros de documentación, así como también bibliotecas virtuales y redes de producción científica.

Las publicaciones localizadas poseen variados enfoques. La investigación más antigua encontrada es de origen islandés y corresponde al año 2003, mientras que la producción más abundante se concentra desde el año 2007 hasta la actualidad. Con respecto al origen de los estudios, la totalidad proviene de España, Argentina y Brasil, a excepción del caso

islandés ya mencionado.

En cuanto a los objetivos de las investigaciones, los mismos son variados, e incluyen el análisis del capital social en *micro-clusters* turísticos (Merinero Rodríguez, 2008), su estudio para la incorporación de metodologías participativas de planificación turística (Fantoni Álvarez, 2004), o para la puesta en marcha de proyectos de participación local (Andrade Suárez, 2008; INTA, 2007) y su aplicación en la economía cultural del turismo (Jóhannesson, *et al.*, 2003), mientras que otros analizan la importancia del capital social en los procesos de desarrollo turístico (Álvarez Souza 2005; Rubio Gil y Mazón, 2009; Barbini, 2009) o en la atenuación de sus impactos culturales en las comunidades locales (Richards y Wilson, 2005).

Los enfoques adoptados del concepto **capital social** varían con cada estudio. Algunos autores formulan sus propias definiciones y otros hacen referencia a los autores clásicos que analizan el tema. También se encuentran aquellos que optan por acepciones generales y los que las orientan al turismo.

Sin embargo, la mayoría coincide en que se trata de las capacidades / habilidades de los actores de una comunidad para obtener determinados recursos y resolver problemas en conjunto, como producto de la pertenencia a redes de relaciones sociales. Algunos investigadores avanzan incorporando la necesidad de que dichas organizaciones sean institucionalizadas y que promuevan la confianza y la cooperación, y otros agregan su importancia para la creación de identidad y valores, en definitiva, para el desarrollo local.

En cuanto a la relación establecida entre capital social y turismo, la misma se manifiesta en dos sentidos: mientras que ciertos trabajos analizan la contribución del capital social de una comunidad al desarrollo del turismo (Jóhannesson *et al.*, 2003; Teixeira Colodzeiski, 2007; INTA, 2007; Merinero Rodríguez, 2008; Rubio Gil y Mazón, 2008; y por último, Barbini, 2009) otros, proponen una visión opuesta aunque complementaria, entendiendo la contribución del turismo al incremento del capital social (Fantoni Álvarez, 2004; Álvarez Souza, 2005; Andrade Suárez, 2008).

En este sentido, ambos enfoques se retroalimentan, ya que para que el turismo promueva el desarrollo local de una comunidad, requiere que la

misma posea un considerable stock de capital social. Sin embargo, una vez que se produce el desarrollo turístico, este acrecienta la formación de capital social a través de la generación de nuevas redes de relaciones entre actores que surgen como producto del desarrollo del turismo.

Cabe aclarar que la totalidad de los estudios vinculan ambos conceptos con la generación de desarrollo **económico** (Merinero Rodríguez, 2008), **sostenible** (Andrade Suárez, 2008), **local** (Fantoni Álvarez, 2004; Rubio Gil y Mazón, 2009; Barbini, 2009), **integral** (Álvarez Souza, 2005) y **territorial** (INTA, 2007) La excepción es el estudio de Teixeira Colodzeiski (2007), que investiga la importancia del capital social para el crecimiento económico local.

La metodología de análisis empleada en la mayoría de los estudios es la cualitativa, a excepción de Merinero Rodríguez (2008) y Rubio Gil y Mazón (2009), investigaciones de corte predominantemente cuantitativo, que se limitan al análisis de las redes organizativas, es decir, consideran únicamente la dimensión estructural del capital social.

En cuanto a los instrumentos de recolección de datos utilizados, se priorizan las entrevistas focalizadas y, con mayor, profundidad las dirigidas a los actores locales. Otros métodos utilizados son las encuestas y la observación participante. En gran cantidad de casos, se realizan estudios comparativos, generalmente de dos o tres localidades, con diferencias más o menos marcadas entre ellas. Distinto es el estudio de Richards y Wilson (2005), el cual utiliza encuestas auto administradas a turistas y residentes.

Con respecto a las dimensiones e indicadores utilizados, los mismos varían según el enfoque de la investigación. En el estudio de Álvarez Souza (2005), el capital social junto al resto de los capitales que fueron abordados (simbólico, humano, financiero, infraestructural, patrimonial y medioambiental), forman parte de las dimensiones de la estructura social analizada. Merinero Rodríguez (2008), por su parte, utiliza indicadores de estructura y de contenido de las redes sociales. Barbini (2009), en cambio, agrupa los indicadores en dos grandes dimensiones, según correspondan a capital social cognitivo o estructural. Dentro del capital social cognitivo incluye las normas, creencias y valores que indican sentido de pertenencia y tipos y grados de confianza; mientras que en

el capital social estructural, circunscribe los tipos y grados de acción colectiva e inclusión social. Finalmente, Rubio Gil y Mazón (2009) establecen tres dimensiones para analizar el capital social, dadas por las asociaciones horizontales, las asociaciones verticales y horizontales y la capacitación del ambiente social y político.

Los resultados obtenidos en los estudios previamente analizados concluyen en que existe una clara correlación positiva entre capital social y desarrollo turístico de comunidades, más allá de que el primero sea analizado como causa o como efecto del segundo.

Como producto del análisis anterior, se propone una definición integradora de capital social, entendiéndolo **como aquellas capacidades y habilidades que poseen los actores de una comunidad para obtener determinados recursos, cumplir objetivos y resolver problemas colectivos, como producto de su pertenencia a redes de relaciones sociales más o menos institucionalizadas, con cualidades de confianza, reciprocidad y cooperación, que incentiven la creación de identidad y valores, y promuevan el desarrollo de las comunidades a las que pertenecen.**

APORTES PARA NUEVOS ESTUDIOS EN LA TEMÁTICA:

Respecto de la definición

Dada la relativa juventud de la teoría del capital social y sus diversas aplicaciones, aún no se ha llegado a un consenso en cuanto a la definición del concepto, por lo que actualmente conviven múltiples formas de hacer alusión al mismo. Al respecto, puede decirse que sería conveniente establecer una definición más o menos consensuada de capital social para ser aplicada en el ámbito turístico, y así realizar estudios que partan de una base común, teniendo en cuenta que esto influirá en sus enfoques y abordajes, así como también en la factibilidad de ser comparables, a partir de un cierto grado de uniformidad que permita eliminar vaguedades.

Respecto de los tipos de capital social

Los tipos de capital social adecuados para que exista potencialidad de desarrollo turístico enfocado al desarrollo local son:

El tipo **comunitario** por sobre el individual, en tanto beneficia al grupo

en su conjunto, y no a las personas en particular.

El tipo **formal** por sobre el informal, teniendo en cuenta que el primero implica la existencia de organizaciones con determinadas características y normas que las rigen, lo cual facilita la trascendencia institucional más allá de sus miembros.

El tipo que “**tiende puentes**” (o *bridging*) por sobre el vinculante (o *bonding*), ya que el primero permite salir de los grupos primarios que vinculan y brindan apoyo y seguridad, para relacionarse con otros de disímiles características, los cuales pueden aportar nuevos recursos, permitiendo la generación de reciprocidades amplias y oportunidades de desarrollo.

Por otro lado, es importante considerar la existencia del capital social de tipo *linking* (o que “**acopla**”, según traducción propia del inglés) en tanto el mismo evidencia la existencia de relaciones extra comunitarias, que son de suma importancia para el desarrollo de la actividad turística.

Respecto de las escalas de análisis

Dada la complejidad y multidimensionalidad del concepto de capital social, su análisis implica un abordaje cuanti-cualitativo. Esto conlleva la consideración de unidades de análisis a nivel micro (por ejemplo, aldeas, pueblos, barrios, ciudades), ya que un análisis de tipo macro (regiones, provincias, países), si bien permitiría el análisis cuantitativo del capital social (dado por el conjunto de redes sociales y sus interrelaciones), dificultaría el abordaje cualitativo del objeto de estudio, imprescindible para la realización de un análisis integral que considere los aspectos cognitivos del capital social.

Respecto de los sujetos del análisis

La población objeto de análisis puede componerse por los actores sociales pertenecientes a organizaciones de sector público, privado y tercer sector de una determinada comunidad, además es factible la incorporación de los turistas para analizar dimensiones del capital social cognitivo.

Los sujetos de análisis en destinos turísticos actuales

En un destino turístico actual se deberán identificar las organizaciones

existentes vinculadas al turismo, a saber: cámaras y asociaciones, por ejemplo, de transportistas, hoteleros, gastronómicos, concesionarios de balnearios, guías turísticos, etc.; organismos públicos vinculados a la planificación y fomento del turismo, tales como organismos de turismo, cultura, deporte, recreación, entre otras y sea cual fuere su estructura organizativa (secretaría, subsecretaría, dirección, ente, etc.); además, será necesario indagar en aquellas organizaciones del tercer sector que se relacionan con el turismo (entre ellas, agencias de desarrollo, asociaciones de amigos de museos, ONG's vinculadas con nuevas modalidades de turismo responsable y justo, entre otras).

El análisis también puede incluir a los residentes en general, para indagar en dimensiones del capital social cognitivo, conocer la visión que poseen del turismo en su comunidad y su percepción acerca de los efectos positivos y negativos generados en la sociedad y el entorno, su grado de compromiso y responsabilidad en el devenir de la actividad, su percepción acerca de la eficiencia del sector público y el funcionamiento del sector privado vinculado a la actividad, entre otras cuestiones.

Por último, es factible la incorporación al análisis, de los turistas, para conocer, entre otras cuestiones, sus percepciones acerca del destino, la comunidad receptora y la gestión del turismo, considerando los aspectos positivos y negativos, así como también posibles propuestas para generar cambios.

Los sujetos de análisis en destinos turísticos potenciales

En el caso de los destinos turísticos de carácter potencial y/o emergente, la situación es diversa, en tanto generalmente la presencia de organizaciones vinculadas a la actividad turística es escasa o nula. En muchos casos, puede darse la inexistencia de organismos públicos de turismo, dada la falta de consideración de la actividad en las políticas públicas; en idéntica situación puede encontrarse el sector privado, el cual puede carecer de instituciones que se relacionen directa o indirectamente con el turismo.

Ante estas situaciones, se deben localizar aquellos actores sociales potencialmente interesados en promover el turismo, tal es el caso de la intendencia en el sector público, y de los prestadores de servicios potencialmente vinculados con el turismo, entre ellos hoteleros,

gastronómicos y transportistas; agencias de desarrollo local, si es que existieran; asociaciones civiles posiblemente vinculadas a un potencial desarrollo turístico y la comunidad en general.

En este caso, será necesario indagar acerca de la importancia atribuida a un factible desarrollo turístico del territorio, es decir, los impactos positivos y negativos que el turismo podría generar, la modalidad turística que se considera apropiada para implementar, el grado de interés participativo para llevarla a cabo, entre otras cuestiones que se consideren apropiadas para conocer las visiones comunes, las cuales evidencian un sentido de comunidad unificada y por consiguiente, la existencia de capital social.

Respecto de la metodología de análisis

Teniendo en cuenta la dimensión cognitiva y sus alcances, esta requiere de un abordaje de estudio cualitativo, que tenga como principal instrumento de recolección de datos, entrevistas a los actores sociales e informantes claves pertenecientes a la comunidad en cuestión. En cuanto a la dimensión estructural, podrá ser abordada desde perspectivas tanto cuantitativas como cualitativas que tengan como objetivos indagar en la amplitud y densidad de las redes sociales. Por consiguiente, cabe consignar la pertinencia de realizar estudios mixtos, que incorporen metodologías cuantitativas y cualitativas; lo cual se puede alcanzar a través de la triangulación metodológica, es decir, la combinación de métodos cuantitativos y cualitativos para realizar un abordaje más completo de la realidad analizada.

Respecto de los enfoques y objetivos del análisis

Más allá de sus múltiples variaciones, pueden ser de dos tipos: o bien indagar acerca del capital social existente en una comunidad para conocer la factibilidad de desarrollo de la actividad turística, o bien conocer si la actividad turística de un determinado destino ha generado capital social en su comunidad. Además, los objetivos de análisis del capital social en una determinada comunidad receptora, varían en función de la actualidad o potencialidad turística del territorio. A continuación, se explicarán ambas posibilidades:

Objetivos del análisis en destinos turísticos actuales

La indagación se centra en la factible generación de capital social como producto del desarrollo de la actividad turística en un destino determinado y en el conocimiento de la existencia suficiente de capital social en la comunidad como para implementar procesos de diversificación o de reconversión turística, ante la presencia de madurez en modalidades consolidadas, considerando al capital social como una herramienta imprescindible para que dichos cambios se produzcan teniendo en cuenta el desarrollo de las localidades que los implementan.

Objetivos del análisis en destinos turísticos potenciales

Los destinos turísticos potenciales requieren del análisis de su capital social para conocer la factibilidad de concreción de proyectos de desarrollo turístico enfocados al desarrollo integral. La importancia de estos estudios radica en la necesidad de generar modelos de desarrollo turístico endógenos, que incorporen a las comunidades locales en su planificación y gestión, haciéndolas partícipes de las decisiones a tomar, de las ganancias a adquirir y de las responsabilidades a generar, para que las mismas se sientan incluidas en un proceso de cambio que las acerque al desarrollo.

Respecto de las formas de medición

Como consecuencia de la amplia variedad de definiciones de capital social que conviven en la actualidad, existen diversas propuestas metodológicas de medición y entre ellas, las que se explicitan con mayor sistematización son:

Cuestionario integrado para la medición del capital social: realizado por el Grupo de Expertos en Capital Social del Banco Mundial (2002), el cual toma las dimensiones de “grupos y redes”, “confianza y solidaridad”, “acción colectiva y cooperación”, “información y comunicación”, “cohesión e Inclusión social”, “empoderamiento y acción política”.

Este cuestionario es complementado con otra herramienta de medición denominada *Social Capital Assessment Tool* (“Herramienta para la medición del capital social”, según traducción propia del inglés) también desarrollada por el Banco Mundial, la cual incluye una serie de anexos llamados: “guía de entrevista para determinar el perfil de la comunidad”,

“cuestionario para residentes”, “cuestionario para hogares”, “guía de entrevistas para determinar el perfil profesional” y “tabla de puntaje del perfil profesional”.

Otro instrumento es el propuesto por la oficina de estadísticas del Reino Unido (2002), que establece cinco dimensiones y una serie de indicadores para cada una, que facilitan la medición. Dichas dimensiones son: participación local, redes sociales y apoyo social, reciprocidad y confianza, participación cívica y visiones del área local.

REFLEXIONES FINALES

La inclusión de las comunidades receptoras en los estudios turísticos es de reciente data, considerando que tradicionalmente los mismos se han enfocado en el análisis de la oferta y la demanda, sin tener en cuenta el componente humano de los destinos, más allá de considerarlo como “recurso” a capacitar y cualificar para optimizar la “industria turística”.

Con el objetivo de incorporar al análisis del turismo a las comunidades locales, sus instituciones e interrelaciones, y a partir de la consideración de su papel clave en la generación de procesos de desarrollo local; surge una nueva línea de investigación vinculada a la sociología del turismo, que se centra en el análisis del capital social local, mediante la observación de redes de relaciones sociales, conformadas sobre la base de actitudes de confianza, reciprocidad y cooperación, que permiten alcanzar objetivos de desarrollo local.

Al respecto, se han expuesto las perspectivas teóricas acerca de la teoría de capital social y sus implicancias en la actividad turística y en el desarrollo local. El principal aporte al conocimiento sobre la temática que ofrece el presente estudio, es el análisis de la producción académica relacionada con el tema, sus principales enfoques y orientaciones, además de una serie de propuestas para futuros estudios que tengan por objetivo analizar el capital social en comunidades concretas para conocer la factibilidad de concreción de proyectos turísticos que las involucren.

BIBLIOGRAFÍA:

Álvarez Souza, A. (2005), “La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos Teórico-Methodológicos”

- en *Revista Política y Sociedad* Vol. 42., nº 1:57-84.
- Andrade Suárez, M. J. (2008), “Sociedad pesquera y desarrollo turístico pensado desde una Cofradía de Pescadores. Análisis cualitativo de la significación del Proyecto Mardelira”. Ponencia correspondiente a las *II Jornadas Turismo y Sociedad*, España.
- Arocena, José (2001), “Globalización, integración y desarrollo local” en Vázquez Barquero, A y Madoery, O (comp.) *Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*, Rosario, Homo Sapiens Ediciones, 2001.
- Banco Mundial (2002), “Cuestionario integrado para la medición del capital social”. Grupo de expertos en capital social. Banco Mundial.
- (2002), “Social capital assessment tool”. Grupo de expertos en capital social. Banco Mundial.
- Barbini, Bernarda (2008), “Capacidades locales de desarrollo a través del turismo: reflexiones para su abordaje” en Cesar Dachary, A. y Arnaiz Burne, S. M, *Turismo y Desarrollo: Crecimiento y Pobreza*, Ediciones de la Noche, México, 2008: 207-227.
- (2009), “Turismo y Territorio II: del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico. Dimensión socio- cultural”. Informe del proyecto de investigación *Turismo y Territorio II: del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico*. CIT. FCEyS. UNMdP. Documento inédito.
- Boisier, Sergio (2001), “Desarrollo (local) ¿De qué estamos hablando?” en Vázquez Barquero, A y Madoery, O (comp.) *Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*, Rosario, Ediciones Homo Sapiens, 2001.
- Capanegra, César A. (2008), “La invención del desarrollo turístico. Genealogía de una episteme de poder” en Cesar Dachary, A. y Arnaiz Burne, S. M., *Turismo y Desarrollo: Crecimiento y Pobreza*, Ediciones de la Noche, México 2008: 109-134.
- Durston, John (2002), “Capital social campesino en la gestión del desarrollo rural. Díadas, equipos, puentes y escaleras”, Santiago de Chile, CEPAL, 156 pp.
- (2000), “¿Qué es el capital social comunitario?”. Serie *Políticas Sociales*, nº 38, Santiago de Chile, CEPAL, 44 pp.

- Fantoni Álvarez, D. (2004), “Metodologías Participativas para la Formación del Capital Social y Desarrollo del Ecoturismo” En *Travel Turisme*, revista digital de turismo de la Comunidad Valenciana.
- Fukuyama, F. (2003), “Capital social y desarrollo: la agenda venidera” en Atria, R. y Siles, M. (comp.) *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*, CEPAL y Michigan State University, 2003: 33-48.
- Grootaert C. y Van Bastelaer, T. (2001), “Understanding and Measuring Social Capital: a synthesis of findings and recommendations from social capital initiative”. Documento de trabajo N° 24. Iniciativa de Desarrollo Local. Banco Mundial.
- Harper, Rosalyn (2002), “The measurement of Social Capital in the United Kingdom”. *National Statistics*. Reino Unido.
- Hiernaux, Nicolás D. (2002), “¿Cómo definir el turismo? Un repaso disciplinario” en *Aportes y Transferencias*, Año 6, Vol. II, 2002: 11-27.
- INTA (2007), “Enfoque de Desarrollo Territorial”. *Programa Nacional de Apoyo al Desarrollo de los Territorios*. Documento de Trabajo N° 1.
- Jóhannesson, G. T.; Skaptadóttir, U. D.; Benediktsson, K. (2003), “Coping with social capital? The cultural economy of tourism in the North” en *Sociologia Ruralis*, Vol. 43, n° 1: 3-16.
- Kliksberg, Bernardo (2000), “Capital social y cultura: claves olvidadas del desarrollo”. Documento de Referencia *Banco Interamericano de Desarrollo* – Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe.
- Lebret, Louis-Joseph (1969), “Dinámica concreta del desarrollo”, Barcelona, Herder, 2da edición, 559 pp.
- Mantero, Juan Carlos (2008), “Desarrollo y Turismo: la opción necesaria” en Arnaiz Burne, S. M. y Cesar Dachary, A. *Turismo y Desarrollo: Crecimiento y Pobreza*, Ediciones de la Noche, México, 2008: 87-105.
- Merinero Rodríguez, R. (2008), “Micro-cluster Turísticos: El Papel del Capital Social en el Desarrollo Económico Local” en *Estudios Empresariales*, Núm. 2., Época 2.
- Millán, R. y Gordon, S. (2004), “Capital Social, una lectura de tres perspectivas clásicas”, en *Revista Mexicana de Sociología*, Año 66, Número 4: 711-747.
- Ramírez Plascencia, J. (2005), “Tres visiones sobre Capital Social:

- Bourdieu, Coleman y Putnam” en *Acta Republicana Política y Sociedad*. Universidad de Guadalajara, Año 4, Número 4: 21-36.
- Richards, G. y Wilson, J. (2005), “Social capital, cultural festivals and tourism in Catalunya” en *Anuario Turismo y Sociedad*, 2005: 170 – 181.
- Rubio Gil, M. y Mazón, T. (2009), “El capital social como factor coadyuvante de los procesos de desarrollo turístico y socioeconómico de los destinos de interior”, en *Papers de Turisme*, nº 40: 41 - 55.
- Teixeira da Silva Colodzeiski, A.C. (2007), “Turismo e capital social. A experiencia de desenvolvimento local sustentável no distrito de Morro Azul, Litoral Norte do R. S.” Tesis de maestría. Universidad Federal de Río Grande do Sul.
- Woolcock, M y Narayan, D (1997) “Capital social: implicaciones para la teoría, la investigación y las políticas sobre desarrollo”. En Redeladia
- Woolcock, M. (2002), ”Social Capital in theory and practice: where do we stand?”, en Isham, J., T Kelly y S. Ramaswamy (comps.), *Social Capital and Development Economics*, Londres y Northampton, MA, Elgar Press.