

CAPITAL TURÍSTICO: UM CONCEITO EM CONSTRUÇÃO

Marcelo da Silva Taveira¹

Resumo: O intuito desse texto é promover o debate teórico-metodológico sobre as bases conceituais da construção de um novo conceito no campo do saber turístico, denominado de capital turístico. Tal assunto tem como foco o aprofundamento teórico desse conceito, cuja inspiração deu-se a partir das teorias sociais de Karl Marx (capital econômico), Pierre Bourdieu (capital simbólico) e Robert Putnam (capital social). Nessa perspectiva, entende-se que capital turístico é o legado econômico, social e simbólico proporcionado por fatores técnicos, científicos, informacionais, empresariais e públicos, com participação de organizações governamentais e não governamentais e das comunidades, materializado e desenvolvido em lugares apropriados pelo turismo articulados com os outros lugares. Entretanto, fez-se necessário uso de uma abordagem metodológica de natureza qualitativa e análise crítica para o processo reflexivo da discussão aqui posta. Assim, o conceito de capital turístico apresenta-se como mais uma contribuição teórica aos estudos e pesquisas para a melhor compreensão do fenômeno turístico no cenário contemporâneo, apesar de ser um conceito em processo de construção teórica que necessita de amadurecimento reflexivo no campo das ciências sociais e humanas.

Palavras-chave: Capital turístico; Capital econômico; Capital simbólico; Capital social.

A teoria do capital de Marx

A discussão nesse ponto será com base no conceito de capital teorizado por Karl Marx, sob o ponto de vista da abordagem aferida por Pierre Bourdieu e a visão de Robert Putnam sobre esse tema. Tal debate levará à construção de um conceito a respeito de capital turístico e a complexidade teórico-metodológica no campo científico.

O conceito de capital foi difundido em proporções globais a partir da teoria marxista (estudos teóricos sobre a sociedade, economia e política), em que o sociólogo e filósofo alemão Karl Marx, juntamente com Friedrich Engels da corrente teórico-filosófica denominada de socialismo científico, comumente reconhecida como marxismo discorreram sobre o papel dessa conceituação na sociedade.

O pensamento de Karl Marx materializou-se por meio de importantes reflexões teóricas como: a transição gradual para o comunismo, ditadura do proletariado, materialismo histórico, materialismo dialético, socialismo científico, modo de produção, mais-valia, luta de classes, teoria marxista da ideologia, teoria marxista da alienação, fetichismo da mercadoria, dentre outros conceitos que contribuíram para a formação do pensamento moderno e das teorias clássicas das ciências sociais e humanas.

Com base na teoria crítica, Karl Marx defende que é preciso estreitar os laços entre o pensamento e uma prática real, revolucionária, o que ele denominou e *práxis* (relação

¹Doutor em Ciências Sociais (UFRN). Professor Adjunto do Curso de Turismo da UFRN/CERES. CV: <http://lattes.cnpq.br/3603092470145208>. E-mail: marceloturismo@yahoo.com.br.

teoria-prática). Esse pensamento impactou diretamente as teorias modernas das relações sociais e o campo das humanidades, inspirando a construção de novas teorias e métodos de análise com base na *práxis*.

O *Capital*: crítica da economia política, obra máxima de Karl Marx, revolucionou o mundo e a forma de pensar a sociedade, a política e a economia. Essa obra foi desenvolvida com base em estudos e pesquisas sobre a história, sociologia, economia, religião e política, inspirada nesse contexto histórico e sociocultural, mais precisamente, na segunda metade do século XIX, durante a temporada em Londres. O *Capital* se apresenta como uma análise estrutural, um estudo longitudinal, em que a sociedade é vista como uma instância onde ocorre a troca de mercadorias e a produção do capital e das relações de poder.

Karl Marx teorizou no período compreendido entre 1867 a 1894 (FERACINE, 2011) um sistema de ideias de forma profunda e substancial acerca do processo de produção do capital durante os primórdios da estruturação moderna do sistema capitalista ou modo de produção capitalista, cujo capital é tido como origem e o fim desse processo. Nesse sentido, Marx por meio do método materialismo-dialético-histórico, pensa a sociedade pela via da estrutura econômica, ou seja, pelo modo de produção vigente.

Ao indagar e não concordar com os efeitos perversos do modo de produção alicerçado pelo capital, Marx se depara com problemas de ordem social e política naquele contexto vivido, século XIX, cujo pano de fundo era o cenário europeu, sobretudo o contexto da Inglaterra. Para ele, o “homem é dominado por seus produtos” e não o contrário, uma vez que, que esse homem também é meio de produção e refém e produto do modo de produção moderno, em suma, o homem (trabalhador) também é capital.

O ideário da Nova Divisão Internacional do Trabalho apontado por Marx, baseia-se no sistema em que os países menos desenvolvidos (colônias e ex-colônias – Novo Mundo) se especializaram na produção da matéria-prima para suprir as necessidades emergentes de países centrais como a Inglaterra (Velho Mundo) que se encontrava em pleno desenvolvimento industrial e de produção e reprodução do capital. Esse fenômeno capitalista denominado de “industrialização” marca a passagem do domínio do capital mercantil para o capital industrial da era moderna.

Nesse sentido, o capital sistematizado teoricamente por Marx explica uma série de acontecimentos históricos vivenciados na transição do período feudal para a Idade Moderna, período de intensificação da luta de classes (burguesia – proletariado) e da dominação do modo de produção capitalista sob a sociedade.

O trabalho na teoria de Marx também se transforma em mercadoria. A mercadoria possui valor de uso (qualidade do produto fruto do trabalho concreto) e de troca (quantidade da mercadoria, equivalente a dinheiro, fruto do trabalho abstrato). O que determina a grandeza do valor é o tempo de trabalho, que é socialmente necessário para a produção de um valor de uso.

De acordo com Marx, o mercado é o espaço onde ocorre a troca de mercadorias, sendo que o valor da mercadoria envolve salários, estrutura da maquinaria, matéria-prima e o trabalho empregado pelo operário. O dinheiro aparece como expressão e fonte da mercadoria, componente importante para a relação de produção e consumo do capital.

Marx (1973, p. 93) ao falar de consumo e produção do capital afirma que

a produção não é apenas imediatamente consumo e o consumo não é apenas imediatamente produção, a produção não é apenas meio para o consumo e o consumo não é apenas o objetivo da produção (...) mas também, tanto a produção quanto o consumo (...) criam o outro, complementando-se e criando-se enquanto o outro.

A relação paradoxal e dialética entre produção e consumo é inerente ao modo de produção capitalista, um elemento *sui generis* para a compreensão das nuances do próprio capital. Com base no sistema de ideias organizado por Marx, sobretudo, no estudo profundo sobre as raízes e desdobramentos do capital econômico, afirma-se que o capitalismo (propriedade privada dos meios de produção) surge quando o capital se apropria da produção, em que esse capital é centralizado por meio de monopólios, o que incrementa e intensifica as desigualdades sociais no mundo contemporâneo.

O turismo também surge como fenômeno social e atividade econômica com base nas relações capitalistas de poder e distinção social, ainda no século XVIII, considerado como uma atividade econômica moderna e voltada para o domínio do lazer, fora do contexto do trabalho, mas imbricado pela produção capitalista da sociedade moderna. Na sociedade contemporânea, esse cenário se modificou, uma vez que também existem momentos e atividades de lazer no âmbito produtivo e nas ocasiões dedicadas ao ócio.

Nessa direção, o capital teorizado por Marx é um dos princípios fundantes do capital turístico aqui apresentado, uma vez que, o turismo é uma das principais atividades produtivas no campo econômico na contemporaneidade e concentrador de riquezas, incluindo e excluindo segmentos da sociedade, quer seja pelo processo de turistificação do espaço geográfico, quer seja por meio da dinâmica de construção de territórios turísticos, ou por ambos os fatores.

Segundo Marx (2014, p. 183) “o movimento do capital não tem limites”, o que significa dizer que o proprietário do dinheiro, torna-se capitalista, pois o dinheiro sai do bolso e retorna para ele em meio ao processo de produção capitalista e também de produção social. Para Marx (2014, p. 331) a “natureza do capital é a mesma, não importa o grau de desenvolvimento das forças”. Nesse sentido, o capital é a força motriz da produção e reprodução do próprio capital, seja pela circulação de mercadorias diversas, ora pela movimentação do capital no contexto de produção capitalista globalizado e repleto de contradições inerentes a esse sistema econômico de produção do capital.

Marx & Engels (1998, p. 34) afirmam que o “capital não é, portanto, um poder pessoal, mas um poder social”. Sendo assim, o turismo como uma das expressões modernas

do sistema capitalista, afere ao consumidor (turista) à condição efêmera de poder social, uma vez que, necessariamente, o sujeito além de possuir o capital financeiro para a realização da viagem, também se reveste desse personagem denominado de turista, cujo interesse é se distinguir das demais pessoas por meio da condição econômica materializada com o advento da viagem (destino, equipamentos turísticos utilizados, lugares visitados, produtos e serviços consumidos...). Entretanto, o interesse no enriquecimento cultural e na vivência de novas experiências fora da situação real do cotidiano também são elementos intrínsecos ao fenômeno turístico, à arte de viajar.

Bourdieu e o capital simbólico

O sociólogo francês Pierre Bourdieu, pensador do século XX, ao teorizar sobre o sentido de campo, dialoga e se aproxima da ideia de esferas defendidas por Max Weber e, com o conceito de classe social de Karl Marx. Para Bourdieu, o universo social deve ser compreendido sob a perspectiva de três conceitos fundamentais: campo, *habitus* e capital.

No livro “Os usos sociais da ciência – por uma sociologia clínica do campo científico”, Bourdieu discorre

o mundo da ciência, como o mundo econômico, conhece relações de força, fenômenos de concentração do capital e do poder ou mesmo de monopólio, relações sociais de dominação que implicam uma apropriação dos meios de produção e de reprodução, conhece também lutas que, em parte, têm móvel o controle dos meios de produção e reprodução específicos, próprios do subuniverso considerado (BOURDIEU, 2004, p. 34)

Nesse contexto, a ciência é considerada um campo (lugares de relações de força que sugerem tendências, cenários e probabilidades objetivas) segundo os estudos *bourdieianos*. A noção de *habitus* usada por Bourdieu (2004, p. 28) diz respeito às “maneiras de ser permanentes, duráveis, que podem, em particular, levá-los a resistir, a opor-se às forças do campo”. Para o autor, qualquer que seja o campo, ele é objeto de luta, quer seja na representação, quer seja na realidade.

Todavia, nessa análise se leva em consideração o conceito de capital simbólico e as implicações na construção do capital turístico. Assim como a contribuição de Marx em relação ao capital econômico, o capital simbólico produzido pelo capital cultural de Bourdieu, também traduz sentido e significado para o melhor entendimento a respeito do capital turístico aqui apresentado como categoria conceitual do campo do turismo.

O capital cultural possibilita ganhos em todos os jogos da vida em sociedade, pois à medida que esse capital cresce amparado por condicionantes de eficiência, ele também determina o sucesso e a posição social dos agentes em dado espaço social. A posição de determinado agente no espaço social poderá ser definida de acordo com a condição que ocupa em diferentes campos e situações, poderá ser por meio do capital econômico, do

capital cultural, do capital social ou do capital simbólico, bases para a formação de um campo social (BOURDIEU, 2010).

O capital simbólico está relacionado a prestígio, reputação, fama e posição social, uma forma percebida e reconhecida, legitimamente, nas diferentes modalidades de capital. Segundo Bourdieu, é o campo econômico que tende impor a estrutura aos demais campos do espaço social.

Ao falar sobre o poder simbólico, Bourdieu (2010, p. 114-145) retoma o conceito de distinção, que para ele é a “diferença inscrita na própria estrutura do espaço social quando percebida segundo as categorias apropriadas a essa estrutura”. Assim sendo, o capital simbólico (compreendido como distinção), é o capital em qualquer que seja a espécie e forma de atuação no espaço social.

De acordo com Bourdieu (2010, p. 153), o espaço social é um espaço multidimensional, que consiste em

conjunto aberto de campos relativamente autônomos, quer dizer, subordinados quanto ao seu funcionamento e às suas transformações, de modo mais ou menos firme e mais ou menos direto ao campo de produção econômica: no interior de cada um dos subespaços, os ocupantes das posições dominantes e os ocupantes das posições dominadas estão ininterruptamente envolvidos em lutas de diferentes formas (sem por isso se constituírem necessariamente em grupos antagonistas).

Sendo assim, o capital simbólico é incorporado pelo próprio capital simbólico, não apenas pelo fato da autonomia real do campo de produção simbólica não impede que ele permaneça dominado, no funcionamento, e pelos constrangimentos que dominam o campo social, mas, sobretudo, devido as relações de força objetivas inclinarem-se a reproduzir-se nas relações de força simbólicas, na percepção do mundo social que possibilitam a garantia da permanência dessas relações de força (BOURDIEU, 2010).

Os títulos oficialmente aferidos aos atores ou agentes sociais, seja no domínio escolar, profissional, militar, religioso ou nobiliário são expressões reais do capital simbólico que identificam posições sociais e solidificam a distinção social no âmago da sociedade.

Tais títulos são materializados como um direito adquirido, capital simbólico institucionalizado pelas forças de poder, legalmente constituídas, não são somente legítimos, mas são ganhos no campo do simbólico e da distinção social, valorada cada vez mais na sociedade contemporânea.

Sobrenome de famílias, títulos, posição social, ascensão profissional e prêmios são símbolos de distinção social, que segundo Bourdieu (2010 p. 149)

é a “raridade simbólica do título no espaço dos nomes de profissão que tende a comandar a retribuição da profissão” (e não a relação entre a oferta e a procura de uma certa forma de trabalho) segue-se daqui que a

retribuição do título tende a tornar-se autônoma em relação a retribuição do trabalho.

De acordo com o autor, a mesma função profissional, o desempenho do mesmo trabalho, pode aferir remunerações diferenciadas, conforme o título ou *status* social daquele que a exerce, sendo o título uma instituição poderosa como a própria língua.

Todo o campo é uma arena de lutas (BOURDIEU, 2010). Nessa direção, a força simbólica dos atores e agentes envolvidos em uma luta nunca é essencialmente independente da posição de cada envolvido no jogo, mesmo que o poder simbólico, propriamente dito, da nomeação e da distinção social constitua uma força autônoma (relativa) em relação às demais expressões de força social.

O poder simbólico de cada agente depende da posição social ocupada no espaço e do capital simbólico acumulado, sendo um reflexo do *status* social no campo das representações sociais pelas vias do simbólico. O poder simbólico é aquele que lhe está sujeito a dar àquele que o exerce, um crédito com que ele o credita, construindo uma relação estreita e de plena confiança (BOURDIEU, 2010). Esse poder somente existe devido àquele que lhe está sujeito, subordinado, crê que ele é real e concreto e, portanto, existe.

O capital simbólico é constituído de forma acumulativa pelas vias da representação social, sendo uma derivação do capital cultural e alicerçado pelo capital econômico, a mais fina expressão da distinção social entre dominados e dominantes, uma apologia à sociedade do *status* e da diferenciação de classes pelo viés do arcabouço econômico e do poder simbólico.

O turismo se reveste do capital simbólico e se revela por meio da distinção social entre turistas e não turistas (residentes ou trabalhadores do setor turístico ou pessoas que não possuem as condições necessárias à realização de uma viagem para fins de lazer). Nesse sentido, o turista é o sujeito, o protagonista do fazer turístico, em que todo o sistema produtivo se volta para atender as expectativas e desejos. O turista assume posição social de destaque, assim como os demais consumidores de bens e serviços no campo econômico.

O capital simbólico imprime ao turista a designação de agente principal da atividade turística, o que encadeia uma série de cuidados junto ao espaço geográfico visitado e aos diversos campos envolvidos (econômico, social, político, ecológico, cultural e jurídico), para garantir a integridade, segurança, bem-estar e hospitalidade durante toda a experiência turística desse ator social denominado de turista.

Apesar de se encontrar no papel ou na condição de turista, esse ator busca a diferenciação social por meio de práticas concretas de vivências turísticas, sendo que o capital econômico e a posição social que ocupa contribuem de forma decisiva com o processo de distinção social, almejado pelo turista que quer se diferenciar dos demais, ora pela busca de destinos turísticos exóticos e pouco visitados, ora pela procura por mercados

de luxo e elitizados, o que afere ao turista o aspecto de personalização dos serviços e/ou exclusividade.

Adquirir produtos e serviços exclusivos ou não acessíveis à maioria dos turistas é sinônimo de *status* e posição social privilegiada. O poder aliado ao capital cultural e ao capital econômico proporciona a esse tipo de turista, não apenas a impressão, mas a certeza que ele é diferenciado e que merece tratamento especial, reflexo do capital simbólico no campo do turismo.

O olhar de Putnam e a complexidade do capital social

O cientista político e professor norte-americano, com atuação na Universidade Harvard, Robert Putnam, é um dos principais pesquisadores contemporâneos a teorizar sobre o capital social. Na visão desse autor, o capital social se refere às práticas sociais, normas e relações de confiança que existe entre cidadãos de uma determinada sociedade.

A confiança é um componente básico do capital social, uma vez que, promove cooperação. “Quanto mais elevado o nível de confiança numa comunidade, maior a probabilidade de haver cooperação. E a própria cooperação gera confiança” (PUTNAM, 2006, p. 180).

Segundo o pensamento de Putnam sobre o capital social, a confiança implica uma previsão de comportamento dos atores, de forma independente. A relação somente é estabelecida no que se confia (pessoas, entidades, organizações, projetos, ideias). A capacidade, a disposição, as alternativas e as consequências desses atores podem passar ou não confiança, sendo resultado de um convívio direto com esses atores.

A teoria sustentada pelos estudos de Putnam em relação ao capital social defende que a interação pessoal é um meio legítimo e eficaz para obter informações no que diz respeito à confiabilidade dos demais atores envolvidos nesse processo. O capital social também ajuda a entender melhor sobre o porquê da corporificação em sistemas sociais horizontais de participação cívica, favorece o desempenho do governo e da economia e não o oposto disso: sociedade forte, economia forte; sociedade forte, Estado forte (PUTNAM, 2006).

Deve-se pontuar que os estudos empíricos de Putnam sobre a relação comunidade e democracia, tiveram como pano de fundo a experiência da Itália Moderna. Desse modo, o autor afirma que os estoques de capital social (confiança, reciprocidade, normas e sistemas de participação, civismo, bem estar social coletivo, cooperação etc.) são elementos que definem uma comunidade ou sociedade cívica que tendem a ser cumulativos e a se reforçarem de forma mútua por meio de diferentes instituições e relações interpessoais.

Sendo as instituições importantes atores sociais para a construção do capital social de dada sociedade ou comunidade, Putnam comenta que

as instituições de cunho cooperativo requerem aptidões e confiança interpessoais, mas essas aptidões e essa confiança são igualmente inculcadas e reforçadas pela colaboração organizada. As normas e os sistemas de participação cívica contribuem para a prosperidade econômica e são por sua vez reforçados por essa prosperidade (PUTNAM, 2006, p. 190).

Representado também pelas instituições, o capital social não é construído de maneira fácil, mas é um condicionante indispensável para o funcionamento das democracias existentes em todos os continentes do mundo e, especialmente, para as sociedades que vislumbram se tornarem democráticas.

Com base no conceito de capital social de Putnam, pode-se dizer que no contexto contemporâneo os atores sociais como: cooperativas, conselhos, associações, sindicatos e demais organizações coletivas, que representam a sociedade (Estado, sociedade civil e agentes do mercado), assumiram um papel histórico, social, político e cívico de grande relevância para a construção e o equilíbrio da vida em sociedade segundo os princípios da coletividade, da reciprocidade e da confiança.

As diversas abordagens sobre o capital, sobretudo nas dimensões econômica, simbólica e social de acordo com os pensadores das ciências sociais aqui contemplados são imprescindíveis para a compreensão e o desenvolvimento conceitual das bases teóricas do capital turístico, que se revela como importante contribuição para o desenvolvimento de estudos e pesquisas a respeito do fenômeno turístico contemporâneo em diferentes realidades e que se traduz por meio de uma *práxis* da dialética do mundo real e da abstração do poder simbólico.

Marx dedicou parte da vida à teorização e sistematização dos elementos que corporificaram o capital, que se traduz como uma análise complexa e ampla do modo de produção capitalista, bem como a gênese histórica e as contradições imanentes da dinâmica do próprio capital.

Análise social do turismo e a origem de um novo conceito

O conceito de capital simbólico se origina dos estudos de Bourdieu sobre capital cultural (diplomas, nível de conhecimento universal, etiqueta e boas maneiras) é utilizado para se distinguir do capital econômico e do capital social (rede de relações sociais). Na Distinção, ele expõe duas ideias centrais e originais. De um lado, as relações de poder como categoria de dominação são analisadas pela metáfora do capital cultural no qual se apoia o princípio de reprodução social. De outro, o entrecruzamento das relações de poder com as várias formas de ações organizadas favorece a capacidade dos indivíduos para elaborar estratégias que, todavia, não ultrapassam as relações de desigualdades sociais (VASCONCELLOS, 2002). Bourdieu também foi um dos estudiosos a se dedicar sobre a teoria

do campo científico e ao conceito de capital social, que anos depois foi retomado por Putnam para explicar as tradições cívicas e a experiência da Itália moderna.

No quadro a seguir serão apresentadas as conexões entre o turismo e as teorias sociais de Marx, Bourdieu e Putnam, que são os fundamentos teóricos para a construção do conceito de capital turístico.

Quadro 1: O cerne das teorias sociais de Marx, Bourdieu e Putnam e as conexões com o turismo

TEORIA CONTEÚDO	DIMENSÕES SOCIOLOGICAS E O TURISMO			
	Material	Científico	Institucional	Turístico
Capital Econômico Karl Marx 1867-1894	<ul style="list-style-type: none"> - Dinheiro - Mercadoria - Meios de Produção - Propriedade Privada 	<ul style="list-style-type: none"> - Capital - Modo de Produção - Divisão Social do Trabalho 	<ul style="list-style-type: none"> - Trabalhador-Proletariado - Capitalista-Burguês 	<ul style="list-style-type: none"> - Produção do espaço - Negócio / Mercado - Capital privado
Capital Simbólico Pierre Bourdieu 1964	<ul style="list-style-type: none"> - Mundo Social - Espaço Social 	<ul style="list-style-type: none"> - Campo - <i>Habitus</i> - Capital cultural - Distinção - Poder simbólico 	<ul style="list-style-type: none"> - Agentes políticos e sociais - Instituições científicas - Agentes jurídicos - Mercado de Trabalho 	<ul style="list-style-type: none"> - Tempo Livre/Lazer - Turista - <i>Status</i> Social - Consumo do espaço - Experiências - Hospitalidade - Mundo do trabalho
Capital Social Robert Putnam 1993	<ul style="list-style-type: none"> - Comunidade - Democracia - Instituições públicas - Experiência cívica 	<ul style="list-style-type: none"> - Desempenho institucional - Participação cívica - Confiabilidade / confiança - Reciprocidade - Crédito 	<ul style="list-style-type: none"> - Estado / Sociedade - Governo regional - População italiana - Instituições civis - Legislação 	<ul style="list-style-type: none"> - Terceiro Setor - Infraestrutura social - Capital humano - Poder público - Políticas de turismo - Governança

Elaboração: TAVEIRA, M. S., 2015.

Com base nos elementos conceituais expostos no quadro sobre as teorias de Marx, Bourdieu e Putnam, imprime-se o conceito de capital turístico para uma melhor compreensão do fenômeno turístico e de aspectos econômicos, simbólicos e sociais.

Nesse sentido, o capital turístico é o legado econômico, social e simbólico proporcionado por fatores técnicos, científicos, informacionais, empresariais e públicos, com participação de organizações governamentais e não governamentais e das comunidades, materializado e desenvolvido em lugares apropriados pelo turismo articulados com os outros lugares turísticos ou não.

O capital turístico é alimentado pelo capital econômico por meio dos agentes de mercado que produzem e reproduzem o espaço apropriado para a o desenvolvimento do turismo como atividade econômica, produtiva, que oportuniza a geração de riquezas financeiras e de negócios empresariais voltados a esse setor. Nesse domínio, o capital de origem privada é o principal motor que impulsiona a economia do turismo e acelera o processo de turistificação no espaço selecionado pelo capital.

O capital simbólico que faz parte do mundo social interfere diretamente no fenômeno turístico, sendo componente fundamental na condição de *status* social aferida aos turistas, atribuindo a esse uma conotação de diferenciação e destaque perante aos demais atores da sociedade. O poder simbólico estar presente nesse capital por meio das mais variadas esferas de poder, no mundo do trabalho, na relação hóspede-anfitrião (cultura da hospitalidade), na dinâmica dos agentes produtores do espaço e na diversidade das experiências turísticas, especialmente nos destinos turistificados. Os elementos concretos e abstratos inerentes ao capital simbólico são também atributos significativos na construção do capital turístico, uma vez que, a distinção social e o poder simbólico são incorporados pelo turismo na essência e operacionalização.

O capital social representado pelas normas, instituições e sistemas organizacionais, também é um conceito fundante para o entendimento do capital turístico, uma vez que, o turismo é um fenômeno social e uma atividade econômica multifacetada. Sendo assim, um complexo de ações dos campos econômico, institucional e jurídico funcionam como alicerce indispensável ao desenvolvimento da atividade econômica. A infraestrutura que serve ao turismo, os investimentos de ordem pública, o sistema de financiamento e de crédito oficial dos governos em todas as esferas de poder, a concepção de governança das regiões e destinos turísticos, além da participação ativa de representações do terceiro setor (ONGs, associações, cooperativas, instituições de ensino, conselhos comunitários e setoriais, sindicatos e muitas outras) contribuem, efetivamente, para o bom desempenho institucional do setor turístico.

As políticas públicas são implementadas em diversos segmentos da atividade turística, desde a viabilização de ações infraestruturais de ordem jurídica e de capacitação de capital humano, necessárias ao desenvolvimento do turismo e fundamentais para a construção do capital turístico.

Diante das evidências teóricas apresentadas é inegável a existência de um capital turístico, que ganha forma e conteúdo de acordo com a natureza e o nível de desenvolvimento da atividade turística em dado espaço apropriado para esse fim. O capital turístico é a materialização de uma miscelânea de fatores de ordem pública, privada, jurídica e simbólica, que reflete os efeitos de uma construção histórica, política, econômica, social e cultural.

Algumas considerações

O aparato teórico produzido nesse artigo tem base nas teorias de Marx (capital econômico), Bourdieu (capital simbólico) e Putnam (capital social) para produção de um novo conceito científico no campo do turismo, o de capital turístico. O conceito de capital turístico é apresentado como um legado econômico, social e simbólico proporcionado por fatores técnicos, científicos, informacionais, empresariais e públicos, com participação de organizações governamentais e não governamentais e de comunidades, materializado e desenvolvido em lugares apropriados pelo turismo e articulados com outros lugares.

O capital turístico é alimentado pelo capital econômico por meio dos mais variados agentes de mercado que produzem e reproduzem o capital em espaços apropriados para o desenvolvimento do turismo como atividade econômica e produtiva, que oportuniza a geração de riquezas financeiras e de negócios empresariais voltados à atividade. Nesse domínio, o capital privado é o principal motor que movimenta a economia do turismo e intensifica ainda mais o processo de turistificação no espaço selecionado pelo capital.

O capital simbólico visto como específico do mundo social interfere, diretamente, no fenômeno turístico, constitui-se como componente fundamental na condição de status social aferida aos turistas, atribui a esse a conotação de diferenciação e destaque perante aos demais atores da sociedade. O poder simbólico se faz presente nas variadas esferas de poder, no mundo do trabalho, na relação hóspede-anfitrião (cultura da hospitalidade), na dinâmica dos agentes produtores do espaço e, na diversidade das experiências turísticas, especialmente nos destinos turistificados ou em processo de turistificação, além de fazer parte do capital simbólico.

O capital social é representado pelas normas, instituições e sistemas organizacionais, concebido com um dos conceitos fundantes do capital turístico, uma vez que, o turismo é uma atividade econômica, fenômeno social e imagem que se apropria de ícones. Esse complexo de ações nos campos econômico, institucional e jurídico, funciona como alicerce indispensável ao desenvolvimento da atividade turística.

Portanto, o conceito de capital turístico está em processo de construção teórica e aplicações empíricas, o que é pertinente, pois, trata-se de um conceito novo que contribuirá para futuras análises a respeito do fenômeno turístico contemporâneo em diferentes realidades e cenários multifacetados. A concepção desse conceito é uma provocação

teórico-metodológica para realização de outros estudos e comprovações científicas da pertinência e implicações no campo da produção do saber turístico.

Referências

BOURDIEU, Pierre. (2013) A Distinção: crítica social do julgamento. - 2 ed. – Porto Alegre: Zouk.

_____. (2010). O Poder Simbólico. - 14 ed. - Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

_____. (2009). A economia das trocas simbólicas. - 6 ed. - São Paulo: Perspectiva.

_____. (2004). Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico. São Paulo: Editora UNESP.

FERACINE, Luiz. (2011). Karl Marx ou a Sociologia do Marxismo. São Paulo: Editora Escala.

MARX, Karl. (2014). O Capital - crítica da economia política: Livro I. – 33 ed. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

_____. (1973). Contribuição à crítica da economia política. Lisboa: Estampa.

MARX, Karl e; ENGELS, Friedrich. (1998). O manifesto comunista. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

PUTNAM, Robert D. (2006). Comunidade e Democracia: a experiência da Itália moderna. – 5 ed. - Rio de Janeiro: Editora FGV.

VASCONCELLOS, Maria Drosila. (2002). Pierre Bourdieu: a herança sociológica. Educação e Sociedade. Campinas, SP: CEDES, XXIII (78), p.77-87.

TAVEIRA, M. S. (2015). Turismo e comunidades de praia: São Miguel do Gostoso no caminho do mar e na direção dos ventos. Tese de Doutorado (Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais), Natal: UFRN.