

Legitimidade em Associações Profissionais: Realidade ou Cerimonialismo?

Legitimacy in Professional Associations: Reality or Ceremonialism?

Mariene Cavalcante Borba de Albuquerque¹
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN
paramarienealbuquerque@gmail.com

Luciene Alencar Firmo Abrantes²
Universidade Federal da Paraíba - UFPB
lualencar.adm@gmail.com

Samir Adamoglu de Oliveira²
Universidade Federal da Paraíba - UFPB
profsamir.adm@gmail.com

Resumo: O objetivo desse artigo é analisar, a partir do fenômeno da criação das associações dos profissionais de bugue do município de Conde (PB), se a legitimidade entendida como recurso é suficiente para se adquirir a legitimação. Utilizando-se do Institucionalismo Organizacional, a legitimidade foi analisada considerando-a como recurso ou propriedade de um ator social que, uma vez adquirida, passa a ser reconhecido pelo campo organizacional que pertence, empregando estratégias que destacam comportamentos cerimoniais ou de desacoplamento à normas e conformidades. A pesquisa, de natureza qualitativa exploratória, envolveu a análise da atuação das associações de bugueiros. Os dados foram apreendidos a partir de observações e entrevistas com os atores do campo organizacional do turismo, tratados a partir da análise qualitativa de conteúdo, delimitando as categorias *a posteriori*. Os principais resultados demonstram que as associações possuem um papel relevante, ocasionando alguma credibilidade ao serviço oferecido pelos bugueiros, percebendo a legitimidade como um fenômeno social complexo que necessita da complementariedade de fatores distintos, não podendo ser considerada como algo estático, mas sim um

¹ Universidade Federal do Rio Grande do Norte — Campus Universitário Lagoa Nova – CEP 59078-900 – Natal (RN) – Brasil

² Universidade Federal da Paraíba – Cidade Universitária – CEP 58051-900 – João Pessoa (PB)

Este é um artigo de acesso aberto, licenciado por Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0), sendo permitidas reprodução, adaptação e distribuição desde que o autor e a fonte originais sejam creditados.

atributo construído socialmente para se tornar aceito pelos demais atores de um campo organizacional.

Palavras-chave – Legitimidade; Associações Profissionais; *Decoupling*.

Abstract: This article aimed to analyze whether legitimacy understood as a resource is sufficient to acquire legitimacy, in the case of the creation of buggy drivers' associations in the city of Conde (PB). Using Organizational Institutionalism, legitimacy was analyzed considering it as a resource or property of a social actor that, once acquired, gets recognition by the organizational field it belongs to, employing strategies that highlight ceremonial behavior or decoupling from norms and conformity. The research, of exploratory qualitative nature, involved the analysis of buggy associations actions. Data were collected from observations and interviews with actors in the organizational field of tourism, applying qualitative content analysis, establishing the analytic categories a posteriori. Main results demonstrate that associations play a relevant role, causing some credibility to the service offered by buggy drivers, realizing legitimacy as a complex phenomenon which needs the complementarity of different factors, and cannot be considered as something static, but rather a socially constructed attribute in order to become accepted by other actors in an organizational field.

Keywords – Legitimacy; Professional Associations; Decoupling.

Introdução

Legitimidade envolve a percepção de que as ações de uma organização ou instituição são desejáveis, adequadas ou apropriadas dentro de um sistema social construído de normas, valores, crenças e definições (Meyer & Rowan, 1977). Esta temática tem sido frequente em áreas como a Ciência Política, a Filosofia, a Psicologia e a Sociologia, bem como nos Estudos Organizacionais (Suddaby, Bitektine & Haack, 2017), e seus estudos tem buscado contextos empíricos diversos a fim de possibilitar adicionar significados que resultem em maior clareza e coerência ao construto. Assim, a legitimidade tem sido entendida como recurso, processo ou percepção influenciando na reputação e *status* das organizações em que é evidenciada (Bitektine, 2011; Deephouse, Bundy, Tost & Suchman, 2017; Haack, Schilke & Zucker, 2021; Suchman, 1995).

Deephouse, Bundy, Tost e Suchman (2017) argumentam que a legitimidade precisa ser estudada considerando critérios para sua avaliação e definição, afirmando que ela pode mudar com o tempo e em relação ao contexto social, validando uma noção institucionalizada de adequação para um nível coletivo (Haack, Schilke & Zucker, 2021). No entanto, se faz necessário entender se a adoção de apenas uma das

concepções possíveis para como entende-la (quer como recurso, processo ou percepção) possibilita o entendimento integral de como ocorre a validação de organizações dentro de um campo organizacional. Este trabalho, portanto, visa contribuir para essa lacuna, a partir do fenômeno da criação das associações dos profissionais de bugue do município de Conde (PB), ao analisar se a legitimidade entendida como recurso é suficiente para se adquirir a legitimação – que corresponde ao processo de adquirir esse atributo.

As associações profissionais buscam proporcionar legitimidade à categoria a qual representam, funcionando como 'agentes institucionais' cujas ações repercutem nos três pilares institucionais tradicionais – regulativo, normativo e cultural-cognitivo –, ao proverem infraestruturas culturais mediante redes e trocas de conhecimentos (Muzio, Aulakh & Kirkpatrick, 2019). Elas têm atuação relevante por influenciar os indivíduos no processo de socialização, e promover a integração e transformação social (Luchmann, 2014). A criação de associações profissionais, portanto, indica que há um esforço para profissionalização e, conseqüentemente, legitimidade, uma vez que, por meio delas, um grupo ocupacional passa a estabelecer laços mais próximos e, assim, desenvolver uma formação educacional mais padronizada, sendo uma maneira de estabelecer uma identidade mais forte para os seus membros, permitindo reivindicar seu *status* ocupacional, participando da governança de um campo, bem como estabelecer uma certa 'consciência de uma comunidade' (Lounsbury, 2002; Noordegraaf, 2011).

Apesar de as organizações se adaptarem às regras consideradas legítimas por motivos coercitivos, normativos ou miméticos, seus comportamentos, de fato, nem sempre se apresentam em conformidade com as normas. São utilizadas, então, estratégias organizacionais que buscam uma aparente legitimidade e, para isso, adotam um desacoplamento às normas consideradas legítimas pelo campo organizacional. Assim, incorporam um cerimonialismo em que afirmam se adaptar à essas normas e regras, mas, na realidade, não o fazem (Deephouse *et al.*, 2017; Scott, 2014).

O papel das associações é reconhecido na gestão turística enquanto protagonistas na organização, promoção e comercialização de roteiros rurais, envolvendo a união de equipamentos, serviços e atrativos potencializando assim as regiões enquanto destinos turísticos. Dentre as empresas e organizações que estão relacionadas diretamente com a atividade turística, os bugueiros podem ser considerados na categoria de produtores de bens e serviços turísticos, por produzirem roteiros que serão consumidos e comercializados diretamente com o cliente (Panosso Netto, 2010). Enquanto importante atividade para o

turismo – e, conseqüentemente, para a economia local –, estes profissionais necessitam se organizar, de forma que, as associações surgem com a finalidade de legitimar o serviço oferecido por eles (Suddaby, Bitektine & Haack, 2017), além de agregar membros de uma mesma área de atuação, fortalecendo características, defendendo os interesses da classe e seu nicho de mercado, uma vez que acreditam nesse papel legitimador (Muzio, Aulakh & Kirkpatrick, 2019).

A partir da legitimidade dessas associações, elas passam a fortalecer atores que, ao atuarem sozinhos, não conseguiriam destaque no mercado turístico, uma vez que alcançam patamares intangíveis, como a impressão causada nos clientes ao adquirirem o serviço. Além disso, as associações possuem papel de agente intermediário entre o Poder Público e a iniciativa privada, articulando políticas que beneficiem a prática turística local (Brambatti & Nitschie, 2018). A partir dessa delimitação enquanto escopo dessa investigação, definiu-se a abordagem qualitativa para essa pesquisa, angariando o material empírico a partir de observações diretas e entrevistas com atores do campo definido e analisando-o por meio da análise qualitativa do conteúdo.

Fundamentação Teórica

Legitimidade

A legitimidade se dá pela crença do ator social em um conjunto de máximas determináveis que funcionam como uma ordem legítima e, por isso, um modelo a ser seguido, sendo obrigatório e exemplar guiar suas ações a partir dela. Assim, as organizações passam a ser legítimas à medida que atuam em conformidade com prescrições racionais que funcionam como leis, ao passo que as organizações se normatizam garantindo que seus valores individuais estejam congruentes a valores sociais mais amplos (Scott, 2014).

Influências normativas causam efeitos na estrutura organizacional por meio da criação de estatutos que atuam fornecendo um modelo com efeito legitimador à uma organização, principalmente no que diz respeito à grupos profissionais e incorporações. A presença de atores que atuam como agentes ativos no momento da criação da organização também pode influenciar, definindo o modelo que tornará a organização legítima. E, para que uma organização seja legítima na sociedade, é necessário que haja aceitação e credibilidade (Meyer & Rowan, 1977; Scott, 2014).

A identidade pode promover a legitimidade, uma vez que cria significados para as organizações, influenciando a percepção dos atores por meio das narrativas comunicadas entre os membros de um mesmo campo organizacional (Albuquerque & Adamoglu de Oliveira, 2020). Ela é entendida como os valores e significados que uma organização representa à sociedade, e o alinhamento entre sua estrutura, o que ela simboliza, e suas práticas e comportamentos (quem somos/o que fazemos), e funciona como uma categorização da organização, tanto para seus membros, como para o público externo, amparando sua imagem em atributos de centralidade, distintividade e temporalidade (Glynn, 2017).

Tais atributos são caracterizados em aspectos estruturais da identidade: centralidade (razão de existir da organização, suas políticas e procedimentos); temporalidade (características que se perpetuam ao longo do tempo, ocasionando uma estabilidade organizacional); e, aspectos funcionais da identidade: a distintividade (aquilo que distingue a organização das demais). Portanto, a fim de se legitimar no campo, as organizações buscam tanto atender às pressões externas como manter valores fundamentais próprios que caracterizam sua identidade, enfatizando seus significados e recursos, se diferenciando das demais organizações, servindo de modelo e orientação ao campo organizacional (Glynn, 2017; Scott, 2014; Whetten, 2006).

Legitimidade é um fenômeno social complexo e que aborda uma multiplicidade de níveis de análise, a partir de três entendimentos, concentrados em diferentes atores organizacionais, sendo possível fornecer concepções distintas, mas que se complementam (Bitektine & Haack, 2015; Deephouse *et al.*, 2017). A legitimidade entendida enquanto recurso analisa o objeto cuja legitimidade está sendo avaliada; a legitimidade enquanto processo percebe o agente de mudanças no intuito de mudar a legitimidade do objeto; e, a legitimidade enquanto percepção considera os avaliadores que emitem seus julgamentos sobre o objeto de legitimidade (Suddaby, Bitektine & Haack, 2017).

Sendo legitimidade a suposição generalizada de que as ações de uma entidade estão de acordo com um padrão de normas, valores, crenças e definições, construído socialmente, entendidas como adequadas e desejáveis dentro do campo organizacional do qual faz parte, é possível analisá-la como recurso ou propriedade quando é considerada como uma coisa, algo que possui uma quantidade capaz de mensurar uma legitimação em relação a outros. Dessa forma, a legitimidade é posta como um recurso operacional das organizações, e isso pode ser analisado por meio da descrição de características físicas da legitimidade,

determinando como ela pode ser medida, e verificando suas mudanças e ajustes de acordo com as condições do contexto, configurando, assim, uma visão contingencial da legitimidade (Alexiou & Wiggins, 2019; Suddaby, Bitektine & Haack, 2017).

Estratégias organizacionais da legitimidade – cerimonialismo e decoupling

A legitimidade enquanto recurso ou propriedade pode ser analisada a partir de duas categorias principais – sociopolítica e cognitiva. A sociopolítica se refere a conformidade entre os comportamentos de uma organização e as expectativas em relação a ela. A dimensão cognitiva é uma extensão desta, e considera que este grau de conformidade é tão alto que estas entidades são tomadas como garantidas. A dimensão sociopolítica da legitimidade pode ser analisada por meio de três dimensões – cognitiva, reguladora e normativa, que consideram, respectivamente, os aspectos tomados como certos ("*taken-for-granted*"), cumprimento de regras, monitoramento e sanções, e ações ajustadas aos valores e crenças culturais do contexto social (Scott, 2014; Suddaby, Bitektine & Haack, 2017).

Há três estratégias organizacionais que induzem as entidades a se ajustarem às pressões ambientais em busca de legitimidade: adaptação isomórfica; o desacoplamento e a execução/aprendizado (Suddaby, Bitektine & Haack, 2017). A adaptação isomórfica acontece quando as organizações, a fim de parecerem legítimas, adotam práticas e formas impostas por padrões gerados no campo organizacional, não necessariamente visando lucros ou vantagens financeiras, mas para aumentar sua sobrevivência e se adaptar tanto a pressões sociais ou culturais, quanto a pressões técnicas ou econômicas (Suddaby, Bitektine & Haack, 2017).

O comportamento isomórfico adotado pelas organizações de forma estratégica, entende que exibir uma conformidade a normas apresentadas pelo campo organizacional, ou até mesmo a alguns atores que fazem parte dele, é uma forma de se legitimar. As organizações cedem a pressões do campo organizacional, se adaptando a um ambiente socialmente construído, o que converge para uma prática comum, reforçada por mecanismos coercitivos, normativos e miméticos que, ao proporcionarem semelhança entre as organizações, podem se tornar mais eficientes (Boxenbaum & Jonsson, 2017; DiMaggio & Powell, 1983; Meyer & Rowan, 1977; Scott, 2014).

A legitimidade enquanto recurso também pode ser analisada por meio de estratégias de execução, quando as organizações consideradas legítimas podem exercer influência junto às autoridades normativas pelo caminho contrário; ou seja, a legitimidade não emerge apenas da obediência a normas ou regras, mas influenciam a criação delas dentro de um campo. A legitimidade, assim, é demonstrada de maneira pragmática, quando há uma superioridade técnica de sua prática, sendo inovadora em relação às alternativas já existentes, incentivando a fundação de novas organizações ou práticas semelhantes (Scott, 2014; Suddaby, Bitektine & Haack, 2017).

Além dessas estratégias já descritas, o desacoplamento também é uma estratégia organizacional que induz as entidades a se ajustarem às pressões ambientais em busca de legitimidade. O *decoupling* é um gerenciamento entre dois ambientes, com o objetivo de se ajustar as pressões reguladoras, normativas e culturais, em que há uma adaptação superficial a fim de se parecer legítima para o público externo, garantindo suas atividades econômicas e técnicas essenciais. Essas entidades adotam ritos cerimoniais, mas, não implementam, de fato, práticas normativas ou reguladoras (Suddaby, Bitektine & Haack, 2017).

O frouxo acoplamento, por sua vez, é a criação de um elo frágil entre os fatores que garantem a legitimidade, e o comportamento real da organização, compreendendo uma aderência não real aos mitos racionais institucionalizados pelas pressões institucionais, permitindo que as organizações busquem a legitimidade – se adaptando a esses mitos racionalizados –, mas, continuem desenvolvendo suas atividades tradicionais. Isso ocorre não por acreditarem que suas práticas sejam mais eficazes ou eficientes, mas, por terem apenas o objetivo de alcançar a legitimidade no campo organizacional do qual fazem parte (Boxenbaum & Jonsson, 2017).

Nesse contexto, insere-se que cada organização responde às pressões institucionais de uma maneira diferente, a depender de seus interesses e natureza. Pode-se observar como o ambiente institucional define ou delimita as estratégias adotadas pelas organizações que elegem qual maneira de agir será mais apropriada, e essa resposta irá surgir de maneira efetiva ou apenas cerimonial (Scott, 2014).

Comportamentos e regras são estipulados como modelos ideais que levam às organizações a acreditarem que estes se constituem como adequações que precisam ser obedecidas para se tornarem eficientes e, conseqüentemente, legítimas – são os mitos racionalizados aos quais as organizações se adaptam e, desse modo, se institucionalizam na sociedade (Meyer & Rowan, 1977).

Eles são implementados nas organizações diante de preocupações supostamente racionais em busca da eficiência e legitimidade amparados por diversos fatores, dentre eles, a opinião pública, a força das leis. Essa burocratização surge em resposta às necessidades do mercado: a competição entre as empresas; a competição entre Estados; e a necessidade dos governantes em tratar com igualdade a todos conforme uma mesma lei (Meyer & Bromley, 2013).

Nem sempre os mitos racionais ou regras institucionalizadas estão vinculados a eficiência, mas seu uso demonstra responsabilidade e evita reclamações de negligência por parte das organizações, ocasionando uma ilegitimidade, caso não sejam adotados. Assim, organizações passam a se alinhar a programas de conformidade, mas, atuando frouxamente acopladas a esses programas, sem necessariamente modificar suas práticas de negócios, criando estruturas formais para atender às demandas institucionais, mas que, na prática real, não acontecem (Hensel & Guérard, 2020; MacLean & Behnam, 2010).

Método

A pesquisa em questão foi de natureza qualitativa exploratória, uma vez que buscou entender a natureza de um fenômeno social, conhecendo suas características para posteriormente explicar suas causas e consequências. O fenômeno social analisado envolveu a atuação das associações de bugueiros, em relação a conferência de legitimidade a esses atores, na prática da atividade turística no município de Conde (PB).

As associações profissionais são comunidades ocupacionais que passam a se organizar formalmente na tentativa de moldar as identidades individuais, buscando desenvolver atributos como: (i) uma base de conhecimentos científicos adequada, (ii) o reconhecimento da sociedade para realização de determinadas atividades referentes a atuação profissional, e (iii) a existência de associações de classe que formalizem a profissão. Esse terceiro item pode representar e orientar a profissão em relação ao exercício de um papel que defenda apenas um *status quo*. Suas atribuições visam a melhoria de aspectos da prática profissional, fornecendo qualificação, controlando a conduta, coordenando informações técnicas, ou ainda, verificando as condições de trabalho (Fellman, 2018). Desse modo, as associações atuam como grupos formais que possuem a missão de promover os interesses de seus membros coletivamente,

negociando acesso à benefícios de um mercado de trabalho e mobilidade social, sendo responsáveis pela ascensão de uma profissão ocasionando sua legitimação (Luchmann, 2014; Muzio, Aulakh & Kirkpatrick, 2019).

Fases da pesquisa

Tomando por referência Corley e Gioia (2004), a pesquisa ocorreu em três fases. A primeira, de aproximação, em que se observou o campo organizacional do turismo, evidenciando a presença das associações dos profissionais de bugue, sua recente criação e a percepção de atores do campo no que tange a legitimidade que sua formação possibilita; dessa forma, construiu-se um diário de campo a partir da observação direta das atividades desse grupo de atores abordado.

Iniciou-se a coleta de informações por meio de entrevistas com os atores identificados visando captar suas interpretações acerca do que ocorre no campo. Tanto as observações diretas quanto as entrevistas foram realizadas durante um período de três (03) meses, seguindo roteiros semiestruturados que foram previamente elaborados em consonância com o objetivo estabelecido para esta pesquisa, e de acordo com o referencial teórico adotado.

Numa segunda fase, baseando-se nas respostas obtidas, alcançou-se a saturação dos dados, pois, apesar dos atores representarem segmentos distintos dentro do campo organizacional do turismo local, os depoimentos apresentavam argumentos que se repetiam, concluindo-se que não havia necessidade de novas entrevistas. Todas as conversas foram gravadas após autorização e assinatura de termo de consentimento pelos entrevistados, gerando um total de seis (06) horas de entrevistas, e treze (13) notas de campo.

Foram entrevistados dez (10) atores que fazem parte do *trade* turístico local: um (01) representante da gestão pública; um (01) representante do SEBRAE; dois (02) proprietários de meios de hospedagem, dois (02) proprietários de restaurantes, dois (02) proprietários de empreendimentos de turismo rural e dois (02) representantes das associações de bugueiros, contemplando a Associação de Bugues do Litoral Sul da Paraíba (ABLP) (referente aos bugueiros de João Pessoa, e que é filiada à cooperativa de bugues de João Pessoa – Cooperbuguy), e, a Associação de Guias de Turismo e Condutores Locais da Cidade de

Legitimidade em Associações Profissionais: Realidade ou Cerimonialismo?

Conde (GUIASTUR). Os sujeitos do estudo foram selecionados utilizando-se o método 'bola de neve', no qual a seleção é construída a partir da indicação dos próprios sujeitos entrevistados (Stake, 2011).

Após a pesquisa de campo, se iniciou a terceira fase do estudo, procedendo-se a técnica de análise qualitativa do conteúdo do material empírico angariado que, além de compartilhar características com outras técnicas qualitativas de pesquisa, conforme indica Schreier (2014), tem a preocupação com o significado e a interpretação do material simbólico, além de considerar a importância do contexto para determiná-los.

Para análise das informações coletadas foi realizada a transcrição integral das entrevistas e catalogação das notas de campo proveniente da aplicação dos roteiros de observação, sucedida da (i) exploração do material, seguindo da (ii) leitura flutuante, (iii) inferindo e interpretando os dados, com a finalidade de conceber categorias de análise, associando-as ao aporte teórico adotado (Schreier, 2014). Toda a análise ocorreu de maneira manual, sem utilização de *softwares* de análise de dados qualitativos, todavia com apoio de *software* editor de planilhas que auxiliou na elaboração de planilhas preenchidas com excertos que evidenciavam e articulavam as categorias definidas, indicadas a seguir, na Figura 1.

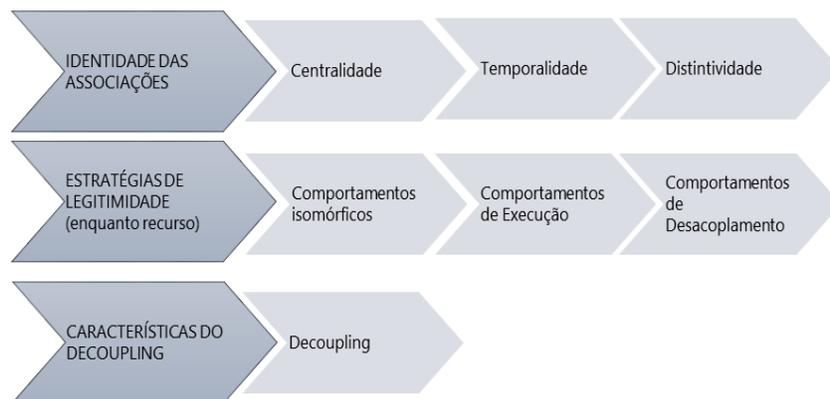


Figura 1. Categorias analisadas

As categorias analisadas (Figura 1), foram definidas *a posteriori* e de forma indutiva, após as aproximações no campo e o escrutínio do material empírico angariado, sendo verificados processos e ações que intentavam: (i) apontar os processos e ações que caracterizam as associações do município de Conde (PB), considerando atributos de identidade apontados pelo mercado turístico que é o campo de

atuação de tais associações; (ii) caracterizar as estratégias utilizadas pelas associações a fim de se apresentarem como legítimas, considerando a noção de legitimidade enquanto um recurso; e, (iii) identificar a efetividade da atuação das associações na legitimação dos bugueiros, considerando comportamentos de *decoupling* identificados.

Lócus da pesquisa

O município de Conde recebe o 2º maior número de turistas que vem à Paraíba, principalmente por causa de suas praias. Apesar de o município possuir o 2º maior número de leitos do estado, a maior parte dos turistas não se hospedam no local e, geralmente, estão em João Pessoa realizando um passeio diurno, denominado pelo mercado turístico de "bate e volta". Esses passeios podem ter sua origem na capital paraibana, quando os turistas contratam os serviços de guias de turismo, agências de receptivo ou de bugueiros – estes profissionais possuem representantes e quiosques de atendimento ao longo do calçadão das praias pessoenses, ou podem iniciar nas praias do município de Conde (PB), sendo necessário que o turista se desloque até lá, por meios próprios e contrate os serviços de receptivo local.

A costa de Conde é composta das praias de Gramame, Praia do Amor, Jacumã, Carapibus, Tabatinga, Coqueirinho, Praia da Arapuca, Tambaba e Barra do Grau. Os pontos de atendimento ao turista, para venda de passeios pelas associações, acontecem em quiosques existentes na Praia de Coqueirinho, que está localizada praticamente no centro da costa do município; porém, na praia de Jacumã, centro urbano da parte litorânea, também podem ser encontrados *banners* com divulgação dos passeios.

Além dos bugues, até a finalização da pesquisa, os passeios de turismo receptivo de Conde também eram realizados por meio de quadriciclos. Existindo uma agência que aluga os veículos, e os clientes são guiados por um funcionário da empresa, que acompanha o turista ou em outro quadriciclo, ou em uma moto. Já os bugues estão organizados em duas associações que reúnem os bugueiros autorizados a realizarem o passeio.

A primeira associação surgiu a partir de uma iniciativa da Secretaria de Turismo municipal (Setur), que resolveu organizar esse serviço, promovendo uma formação em parceria com o Instituto Federal da Paraíba – IFPB. Foi oferecido um curso de condutores locais aos membros, enfatizando os atrativos e

diferenciais turísticos do município; a partir disso, os condutores de bugue se organizaram e criaram a Guiastur – Associação de Guias de Turismo e Condutores Locais da cidade de Conde-PB.

No início, apenas quem realizou a formação oferecida pela Setur municipal é que poderia fazer parte da associação, onde um dos requisitos para ser membro seria o de residir no município de Conde. O público alvo da associação local são os turistas que estão hospedados nos meios de hospedagem locais, já que aqueles que estão em João Pessoa geralmente chegam com os guias e agências de turismo de lá. Para oferecer uma maior credibilidade ao *trade*, os bugueiros entrevistados afirmaram que concordaram em fazer parte da associação, pois, acreditam que estar organizados com uma entidade profissional oferece maior legitimidade para atuarem no mercado turístico local.

Após essa iniciativa local, a Cooperbuggy – Cooperativa dos Profissionais de Turismo e Lazer da Paraíba, que é a associação de bugueiros que funciona em João Pessoa –, criou uma espécie de filial ou associação vinculada a ela no município de Conde – a Associação dos Bugues do Litoral Paraibano (ABLP) –, pois, o requisito da 'Guiastur' do bugueiro ser morador local de Conde, deixou muitos profissionais que já atuavam no litoral Sul, de fora. Ambas as associações possuem quiosques de atendimento na Praia de Coqueirinho, que é o local mais visitado de Conde. Durante o período da pesquisa, a Guiastur, associação dos bugueiros locais, possuía 14 membros registrados, enquanto a ABLP contava com 12 membros afiliados.

Análise e discussão

Identidade dos condutores de bugues do município de Conde (PB)

A fim de analisar o papel das associações na legitimidade dos bugueiros do destino turístico Conde (PB), foi adotada a noção de legitimidade como recurso (Suddaby, Bitektine & Haack, 2017), observando características ou propriedades que a evidenciam como algo que a entidade associação possui. Buscou-se apontar os processos e ações que caracterizassem as associações do município de Conde, considerando atributos de identidade (centralidade, temporalidade e distintividade) apontados pelo mercado turístico/campo de atuação de tais associações, revelando que a existência das associações e sua organização passou a fornecer credibilidade à atividade turística no município.

Legitimidade em Associações Profissionais: Realidade ou Cerimonialismo?

Um representante de uma das associações locais deixa claro o reconhecimento por parte deles de que a existência de uma associação proporciona ao cliente – no caso, o turista – uma credibilidade (legitimidade) ao profissional que está associado.

"a gente viu que trabalhar no individual é diferente do que trabalhar no grupo [vinculado a uma associação] até pra se padronizar; chegava os clientes e aí falava com um rapaz, de camisa branca, um boné na cabeça, uma bermuda, uma sandália, aí olhava aqui aí já via outro rapaz de outro jeito, não dava aquela impressão que a gente era uma profissional na área que a gente tava, então decidimos: 'vamos se reunir e vamos se organizar'" (E02).

Em outro depoimento um associado vinculado desde a fundação da associação explica que o órgão tem o papel de organizar o grupo e criar serviços mais padronizados que ofereçam ao turista uma impressão mais robusta do serviço prestado.

"ter uma associação gera uma confiança e credibilidade pro turista e o que é que bom pro turista, ele vai ver que tem algo organizado, tem uma equipe que trabalha organizada, que tem algo de credibilidade pra passar (...) sabe, que aqui vai ter, se tiver algum problema se tem como recorrer a uma prefeitura a uma associação" (E01).

Isso corrobora com o conceito de que, quando um grupo de profissionais que realizam o mesmo trabalho se configura como um grupo organizado visando definir regras que determinem sua atuação, eles estão imersos em um contexto social, político e econômico, podendo, com isso, obter melhores resultados ao negociarem com consumidores de seu trabalho, vide o Estado. Isso significa, portanto, a estruturação de autonomia profissional, entendida como algo benéfico para o crescimento desses profissionais (Luchmann, 2014).

É importante ressaltar o papel dos bugueiros para o desenvolvimento do turismo na região, visto que, por meio dos roteiros realizados, eles têm a possibilidade de tornar os pontos turísticos locais conhecidos, por exemplo, as rotas de turismo rural da região, e, assim, propiciarem o desenvolvimento da atividade turística local. Foi verificada esta importância a partir do depoimento de alguns empreendimentos rurais existentes no município, relatando que foi a partir da visita realizada pelos passeios, que o lugar se desenvolveu.

Legitimidade em Associações Profissionais: Realidade ou Cerimonialismo?

"os bugueiros é fundamental nessa, nossa história, quem me ajudou a crescer esse lugar, porque no começo passava dois, três bugues, esses bugueiros mais velho eles começaram a falar pra outras pessoas: 'fulano o doce da menina lá é muito bom, vamos levar um cliente' e daí foi indo e eles divulgaram bastante, todos eles são fundamentais na minha história" (E09).

Uma outra propriedade rural relatou que foi pela influência dos bugueiros que se passou a empreender no turismo local, demonstrando a importância do segmento na atividade turística local.

"os bugues começou a vir aqui, aí eu vendia água mineral ali na beira da estrada, aí ele disse assim: 'a senhora bota uma aguinha de coco', eu disse: 'tá certo eu vou botar', a gente vai pelo guia, 'bota isso, bota aquilo, você vai botando devagarzinho', aí botei uns doces, que eu fazia doce de caju, uns potes de doce de caju, vendi tudo num dia só" (E10)

Há, portanto, uma credibilidade na atuação dos bugueiros em poder moldar os roteiros, que se consolidam e passam a ser adotadas pelos demais membros das associações e, por consequência, pelo *trade* turístico, modificando o campo organizacional.

O Figura 2 apresenta os principais significados/atributos que as associações possuem junto ao *trade* turístico, considerando as características de centralidade, temporalidade e distintividade, a partir das observações realizadas no campo.

Centralidade	Temporalidade	Distintividade
<i>Aspectos estruturais da identidade</i>		<i>Aspecto funcional da identidade</i>
Razão de existir da organização – políticas e procedimentos	Características que se perpetuaram ao longo do tempo, ocasionando uma estabilidade organizacional	Aquilo que distingue a organização das demais
- Identificação dos membros por meio de crachás e uniformes - Existência de uma formalidade (diretoria) que sirva de referência para solucionar possíveis problemas	- A ABLP, que possui bugueiros com mais tempo de serviço, se destaca na opção dos empresários do <i>trade</i>	- A Guiastur, por possuir bugueiros residentes no município, tem maior credibilidade em realizar os passeios

Figura 2. Atributos que caracterizam a identidade das associações

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Whetten (2006)

Em relação ao *trade* turístico, se percebe que os empresários reconhecem a importância e o papel das associações dos bugueiros, inclusive indicando seus serviços aos turistas. No entanto, em alguns casos,

essa recomendação surge não apenas por se confiar nos serviços prestados, mas, como forma de se isentar de responsabilidades. Há uma confiança de que a associação é capaz de responder pelos atos dos profissionais, e que sua existência regula o serviço prestado.

O fator temporalidade é o atributo que ocasiona maior credibilidade aos atores, sendo que, como as associações têm pouco tempo de existência, essa legitimidade existe em âmbito individual dos profissionais que a compõem, mas não a integralidade de seus membros, repercutindo em âmbito organizacional.

Mesmo sabendo da existência das associações, as entrevistas evidenciaram relatos de má prestação dos serviços oferecidos, caracterizando falta de profissionalismo e, ainda, podendo causar uma má impressão aos turistas. Alguns atores do *trade* turístico não confiam no serviço dos bugues, pois, percebem que não há um trabalho efetivo de regulação ou de normas para a prestação dos serviços, acreditando ser um risco para a atividade turística.

"eu sempre digo, olha, em Coqueirinho você vai chegar lá tem os bugues e você faz o passeio que você quiser e aí você combina com o pessoal da associação e assim você se esquia de qualquer responsabilidade" (E04).

Quando as organizações decidem atuar de forma cerimonial, frouxamente acoplando-se às normas impostas, assumem uma lógica de "boa-fé" em que se confia que a organização está praticando aquilo que ela diz que estar. Essa prática pode garantir a legitimidade às organizações, mas, também, oferece riscos de ser autuada por fraude, perdendo seu espaço no campo organizacional (Boxenbaum & Jonsson, 2017; Hensel & Guérard, 2020). É o que se identificou quando os empresários locais alegaram sentir receio em indicar os serviços da associação aleatoriamente, preferindo indicando profissionais que já conhecem em particular, quando mencionam que "*cada empreendimento daqui tem os seus preferidos e chama os seus preferidos, se esgota os daqui aí a gente liga pra associação*" (E07). Assim, ficou registrada a preocupação com os clientes demonstrando que, por não confiarem nos mecanismos de controle e na gestão da qualidade dos serviços da associação, preferem contatar os profissionais de maneira individual.

Existe, ainda, um aspecto dual na percepção do *trade* turístico em relação aos serviços das associações. Os bugueiros que fazem parte da ABLP, em sua maioria oriundos de João Pessoa (PB),

Legitimidade em Associações Profissionais: Realidade ou Cerimonialismo?

apresentam uma maior experiência devido a estarem no mercado há mais tempo, reforçando atributos de temporalidade. Essa credibilidade acabou levando alguns bugueiros locais à não se filiarem à Guiastur, que, por sua vez, apresentam maior conhecimento das peculiaridades locais, tanto por residirem ali, como pelas formações oferecidas pela Setur.

O Figura 3 apresenta, de forma complementar, os atributos de identidade que caracterizam as associações, a partir das falas dos atores entrevistados.

Entendimento dos Atores Sociais	Atributo de Identidade
"eu sempre digo, olha, em Coqueirinho você vai chegar lá tem os bugues e vocês fazem o passeio que você quiser e aí você combina com o pessoal da associação e assim você se esquivava de qualquer responsabilidade" (E04).	Centralidade
"a gente viu que trabalhar no individual é diferente do que trabalhar no grupo, até pra se padronizar, chegava os clientes e aí falava com um rapaz, de camisa branca, um boné na cabeça, uma bermuda, uma sandália, aí olhava aqui aí já via outro rapaz de outro jeito, não dava aquela impressão que a gente era uma profissional na área que a gente tava, então decidimos: 'vamos se reunir e vamos se organizar'" (E02).	Centralidade
"os bugueiros é fundamental nessa, nossa história, quem me ajudou a crescer esse lugar, porque no começo passava dois, três bugues, esses bugueiros mais velho eles começaram a falar pra outras pessoas: 'fulano o doce da menina lá é muito bom, vamos levar um cliente' e daí foi indo e eles divulgaram bastante, todos eles são fundamentais na minha história" (E09).	Centralidade/ Distintividade
"os bugues começou a vim aqui, aí eu vendia água mineral ali na beira da estrada, aí ele disse assim: 'a senhora bota uma aguinha de coco', eu disse: 'tá certo eu vou botar', a gente vai pelo guia, 'bota isso, bota aquilo, você vai botando devagarzinho', aí botei uns doces, que eu fazia doce de caju, uns potes de doce de caju, vendi tudo num dia só" (E10)	Temporalidade
"Cada empreendimento daqui tem os seus preferidos e chama os seus preferidos, se esgota os daqui aí a gente liga pra associação" (E07).	Temporalidade/ Distintividade
"ter uma associação gera uma confiança e credibilidade pro turista e o que é que bom pro turista, ele vai ver que tem algo organizado, tem uma equipe que trabalha organizada, que tem algo de credibilidade pra passar (...) sabe, que aqui vai ter, se tiver algum problema se tem como recorrer a uma prefeitura a uma associação" (E01).	Centralidade

Figura 3. Categoria 'Identidade das Associações'

Foram percebidas características das associações tais quais o reconhecimento dessas entidades por meio da adoção de estruturas que se consolidaram, a padronização de práticas, o fortalecimento do trabalho profissional, e a credibilidade. Mesmo que atributos de legitimidade sejam apontados – vide o reconhecimento da existência da associação e, também, da adoção de práticas e estruturas que se consolidam devido a legitimidade dos bugueiros dentro do campo –, ainda falta confiança quanto ao papel

que a associação exerce ou deveria exercer, havendo um reconhecimento do profissional, mas, devido a iniciativas individuais, e não na associação enquanto ator social.

Estratégias organizacionais de legitimidade – caracterizando o cerimonialismo/decoupling

Essa análise se fundamentou a princípio nas três estratégias organizacionais que podem induzir à legitimidade – comportamentos isomórficos; execução/aprendizado – demonstração de legitimidade pragmática; e o desacoplamento. Foram apontados os principais indicadores que caracterizam as estratégias utilizadas pelos profissionais de bugue a fim de se legitimarem no campo organizacional do turismo.

A formação da associação 'Guiastur', composta de condutores locais, surge de uma reflexão sobre os serviços prestados pelos profissionais em que se organizar é uma maneira de estar melhor capacitado e de oferecer um serviço de melhor qualidade – conseqüentemente, com maior grau de profissionalização. Seguindo uma lógica isomórfica na qual os bugueiros percebem o fato de que alguns deles estarem organizados em uma associação acarreta credibilidade a esses profissionais, aqueles se organizaram em uma segunda associação a fim de também obterem tal legitimidade; surge assim a 'ABLP' que, a princípio, reuniu os bugueiros vindos de João Pessoa para fortalecer o serviço já oferecido por eles e, conforme relatado pelos membros entrevistados, atua como uma extensão da cooperativa existente na capital paraibana.

"a gente tem autonomia e trabalha quando quer, a associação é mais pra organizar, a gente da Guiastur é tudo do município de Conde, a outra associação que tem em Coqueirinho, ali o presidente dessa associação é um rapaz de João Pessoa que eles já tão vindo trabalhar nessa área daqui" (E02).

Os bugueiros que atuam no município acreditam que estar vinculados à alguma dessas associações legitima seu trabalho como sendo algo sério e de credibilidade. Mesmo entendendo a importância da associação, os seus membros reforçam que suas decisões acontecem de maneira autônoma, e que a associação existe, mas não regula ou normatiza suas ações, indicando, assim, um **comportamento de frouxo acoplamento** à possíveis regras que a associação deveria adotar.

Pode-se perceber que as ações individuais passam a fazer parte das ações do grupo, pois, quando um bugueiro encontra um roteiro que mereça ser visitado, ele passa a divulgar para os outros e, assim, criam os pacotes vendidos pela associação, indicando um **comportamento de execução/aprendizado**, em que normas vão sendo criadas dentro do campo. O papel da associação fortalece o exercício do trabalho do profissional, pois, mesmo que as associações exerçam um papel normativo, os profissionais possuem autonomia para atuar em seus locais de trabalho, verificando o contexto que estão inseridos e, assim, formular e interpretar como se posicionar em sua atuação profissional (Muzio, Aulakh & Kirkpatrick, 2019).

Mesmo com esses indicadores, as observações e relatos registrados nas entrevistas indicam a adoção de comportamentos cerimoniais que não correspondiam àqueles esperados tanto das associações quanto dos associados, em que mesmo existindo o título de associação, esta não cumpria seu papel de fornecer qualificação, controlar as condutas, coordenar informações técnicas ou, ainda, verificar as condições de trabalho, sendo caracterizado de maneira mais explícita, estratégias de desacoplamento. Logo, mesmo sabendo que o campo organizacional acredita em seu papel normativo, as associações estudadas não têm sido rigorosas com o cumprimento das normas por seus membros, atuando pela lógica da boa-fé, e deixando de exercer um papel coercitivo, uma vez que muitos de seus membros não realizam determinadas práticas. O Figura 4 apresenta alguns trechos de fala dos atores entrevistados, em que é possível verificar os comportamentos de cerimonialismo/*decoupling*:

Legitimidade em Associações Profissionais: Realidade ou Cerimonialismo?

Categoria de Cerimonialismo/ <i>Decoupling</i>	Falas dos Atores Sociais
Pressão coercitiva (Meyer & Rowan, 1977; Boxenbaum & Jonsson, 2017)	"- Mas associação orienta sobre as regras, sobre como cuidar do carro? - Isso aí é aquela situação, isso é consciência de cada um, isso é a ferramenta de trabalho, é a minha ferramenta de trabalho, eu olho a minha ferramenta de trabalho, eu sabendo que ela não tá adequada pra trabalhar eu boto ela pra trabalhar, se a pessoa quer botar pra trabalhar com imprudência, eu não questiono, porem os hotéis aqui vão olhar, é o que acontece (...) O pessoal aqui, do batalhão de transito aqui, eles fazem muita vista grossa, eles sabem que a gente é pai de família, eles sabe que a gente anda com prudência, mas chega certos momentos que tiver rolando uma blitz, tem perdão não é parar e caneta" (E02).
Falta de integração entre as normas de conformidade e as práticas cotidianas (MacLean & Behnam, 2010)	"eu acho que deve ter coisa de uns 40 bugues aqui no Conde dentro de garagem trancado, só se liga quando o verão chega, dependendo da maneira que o motorista no caso o proprietário tiver usando, a gente também sabe que tá todo mundo de férias, e é só um período do ano, sempre com família, eles não fazem praça com a gente não, eles vem, conhece tudo de uma maneira tranquila, a gente não arruma burocracia, não faz nada, a gente só pede a eles: 'oh galera, quando tiver na beira mar, por favor, banhista pode tá à um quilometro, alivie o pé, devagarzinho sem dor de cabeça, se precisar de alguma ajuda, a gente tá aqui'" (E02). "a gente tem autonomia e trabalha quando quer, a associação é mais pra organizar, a gente da Guiastur é tudo do município de Conde, a outra associação que tem em Coqueirinho, ali o presidente dessa associação é um rapaz de João Pessoa que eles já tão vindo trabalhar nessa área daqui" (E02).
Pouca influência nas lógicas institucionais (Lounsbury, 2002)	"Falta interesse de trazer os turistas para empreendimentos rurais ou fora das praias porque é muito mais cômodo você fazer aquele roteiro de sempre, você já tem o seu almoço garantido, não vai gastar mais gasolina, não vai perder mais tempo, não há interesse em ajudar o turismo crescer o interesse em se manter com o ganha pão deles" (E08).
Falta de credibilidade (Boxenbaum & Jonsson, 2017)	"Alguém precisa tomar uma providência seríssima, primeiro, conservação dos bugues do Conde (...), 90% daqueles bugues, pelo amor de Deus (...) Coqueirinho aquilo ali é uma vergonha, (...) tá certo que os caras não tenham condição de ajeitar os bugues, mas quem chega assim, ou seja, é uma conservação pra não acontecer um acidente com o turista vai dizer o que?" (E05).

Figura 4. Categoria 'Cerimonialismo/*Decoupling* das associações de bugue'

Com o objetivo de identificar a efetividade da atuação das associações na legitimação dos bugueiros, foram analisados os comportamentos de desacoplamento/cerimonialismo realizados pelos bugueiros e associações. A partir de evidências apontadas no Figura 4, percebe-se que a existência das associações cumpre com uma conformidade cerimonial de ter uma aparência de normatização e controle sob os serviços prestados pelos associados, um padrão em que possa oferecer uma credibilidade ao campo organizacional no qual os profissionais de bugues estão inseridos; no entanto, a associação não tem cumprido com o papel regulador ou normativo esperado.

A criação das associações visou legitimar o serviço oferecido pelos bugueiros, criando uma espécie de ordenamento e de gestão, a fim de proporcionar maior credibilidade aos profissionais locais que atuavam sem acompanhamento ou formação técnica. Durante a pesquisa verificou-se um gerenciamento do ajuste entre dois ambientes, ou seja, a necessidade de organizar a prestação de serviços dos bugues, e a adaptação superficial dos bugueiros em aderir à uma associação profissional, a fim de parecer uma entidade legítima para o público externo, protegendo, assim, suas atividades econômicas.

Tanto nas observações de campo quanto nos depoimentos registrados, verificou-se que a questão da conservação dos veículos não tem sido uma preocupação da associação, tampouco dos próprios membros, que não se sentem à vontade para cobrar uma solução dos proprietários por trabalharem com equipamentos em más condições. Nisso, a associação tem funcionado como um discurso que se distancia da prática, isto é, uma atuação cerimonial.

Outro aspecto se refere ao papel norteador que a associação deveria sustentar em relação ao direcionamento do trabalho dos seus membros. Devido a existência de uma diversidade de atrativos e pontos turísticos na região, há uma insatisfação de alguns membros do *trade* por não contarem com a associação na criação de novos roteiros turísticos, havendo assim pouca influência nas lógicas institucionais que regem a atuação os condutores de bugue, difundindo novas práticas que possibilitassem uma diversidade de opções aos turistas. Percebe-se, então, uma não efetividade dessa função da associação, uma vez que ela deveria atuar como um instrumento na criação/ transformação das lógicas institucionais existentes no campo, agindo como um mecanismo de estruturação e difusão de práticas em um campo ocupacional que esteja em busca da profissionalização, contribuindo para a disseminação de um profissionalismo organizado (Noordegraaf, 2011).

Grupos profissionais organizados possuem a capacidade de utilizar sanções que limitem a entrada de outros praticantes, sem que passem pelo seu controle, favorecendo os membros existentes. Além do poder de sanção, estes grupos facilitam a criação de credenciais apropriadas aos profissionais, garantindo que estes possuam habilidades necessárias para atuar na profissão (Muzio, Aulakh & Kirkpatrick, 2019). Apesar disso, a associação não tem fiscalizado a atuação de membros que não estejam registrados em nenhuma das associações. Foi relatado que, em períodos considerados de alta estação para a atividade

turística, muitos moradores locais, que possuem bugues, saem pelas praias à passeio com seus familiares, mas recebem orientações dos associados sobre horários e os limites do território.

Também foi relatado que caso seja ressaltada a necessidade de trabalho por algum morador local ou conhecido dos associados, é providenciada uma liberação provisória para atuação nos passeios locais, sem fornecer nenhum tipo de formação ou controle dos serviços desses profissionais. Tampouco existe uma legislação ou fiscalização que proíba bugueiros autônomos de circularem nas áreas turísticas do município, podendo ocorrer de outros veículos, que não fazem parte do *trade* turístico local, realizarem esses passeios.

Tanto os associados quanto os membros da gestão pública acreditam que apenas o fato de as associações existirem já proporciona, por si só, alguma legitimidade, mas, não é realizada nenhuma auditoria ou direcionamento para que o seu papel não seja apenas cerimonial ou visando demonstrar conformidade. Demonstrou-se que, para os membros do *trade*, assim como da gestão e, até mesmo, para os profissionais bugueiros, a associação não tem cumprido efetivamente com as funções de fiscalização e formação dos seus membros.

É importante ressaltar que a atuação das associações tem levado à mudança de filiação dos associados, pois, alguns condutores residentes do município, e que antes eram associados da Guiastur, migraram para a ABLP alegando perceber ser uma associação que sustenta mais profissionalismo em suas ações. Durante as observações de campo verificou-se uma participação mais efetiva de seus membros, tanto na busca por parcerias com o comércio local, como em reuniões realizadas pela gestão municipal sem que membros da associação local estivessem presentes. Isso pode caracterizar um diferencial na participação das decisões que envolvem o campo organizacional do turismo para, assim, se legitimar.

A legitimidade tanto é um recurso que uma entidade possui, quanto o resultado de um processo de construção a partir de avaliações constantes dos atores que fazem parte do campo organizacional. O fato de os profissionais condutores de bugue se afiliarem às associações, reconhecendo o papel legitimador delas, demonstra que a legitimidade pode existir enquanto algo tomado como certo ("*taken-for-granted*"), mas, evidencia também a necessidade de se observar o processo de afiliação e a mudança que pode ocorrer para se afirmar esse seu papel legitimador. Ainda que pelo pouco tempo de existência das associações, percebe-se que essa legitimidade almejada não é plena, mas vem sendo construída.

A busca pela legitimidade, mesmo que ocorra em função de pressões externas, deve considerar diversos fatores, pois, é um fenômeno socialmente construído, resultado de um processo contínuo de negociações e interações entre os atores que permeiam o campo organizacional do qual fazem parte, em que é necessário não apenas os comportamentos do ator social que busca a legitimidade, mas a aceitação pelos demais atores que se relacionam com ela (Bitektine & Haack, 2015; Deephouse *et al.*, 2017; Suddaby, Bitektine & Haack, 2017).

No contexto do campo pesquisado, torna-se necessário uma atuação mais efetiva do cumprimento de requisitos para atuação dos bugueiros, sendo essa atividade papel das associações por serem consideradas atores significativos na formação de habilidades dos profissionais, possibilitando manter e melhorar padrões e diretrizes éticas. Ações de fiscalização e cobrança junto às associações pelos atores que atuam no campo organizacional do turismo do município se fazem necessárias, uma vez que as pressões institucionais podem impulsionar a quebra de esquemas antes simbólicos, tornando a aceitação do *decoupling* menos confortável, tanto pelos membros da organização que as praticam, quanto ao campo, moldando, assim, a prática organizacional (Boxenbaum & Jonsson, 2017).

Conclusão

Ao se analisar as ações das associações dos bugueiros do município de Conde (PB), enquanto recurso para legitimação dos atores que formatam a atividade turística do município, percebeu-se que a função de organização dos serviços prestados pelos profissionais das associações tem sido significativa, uma vez que ocasiona a credibilidade dos profissionais. A partir do reconhecimento dos atributos identitários, as associações tem adquirido alguma legitimidade e credibilidade para atuarem na atividade turística. Por outro lado, verificou-se uma fragilidade desses atributos, no sentido de não haver uma prática real da atuação da associação e seu papel normativo e fiscalizador na atuação dos seus profissionais, o que ocasiona insatisfação e, em alguns casos, o não reconhecimento da associação como ator social efetivo em exercer governança sobre a eficiência dos serviços prestados.

Abordar a legitimidade como um recurso ou propriedade significa, de alguma maneira, "coisificar" a legitimidade enquanto algo estático e possível de adquirir sem levar em conta a construção social desse elemento, o contexto em que ele se encontra, além de desconsiderar a forma como os indivíduos a

percebem e avaliam-na. Nesse sentido, é importante verificar que a legitimidade pode existir enquanto algo assegurado, mas essas garantias estão sujeitas às percepções dos atores, baseadas nas práticas adotadas pela entidade que busca por essa legitimidade, caracterizado pelo processo de construção social desse elemento em um campo organizacional.

Esta pesquisa contribuiu para os Estudos Organizacionais, bem como para a gestão de negócios turísticos, ressaltando que, neste mercado, o que é considerado produto não é algo tangível, mas intangível, representado por um serviço que proporcionará uma experiência, cujas organizações que o fornecem são suscetíveis a pressões institucionais e influências simbólicas. Logo, requer-se cuidado no que se refere a impressão que chegará ao cliente perante a compra e seu usufruto, uma vez que, quanto mais os serviços estiverem organizados, mais possibilidades de atrair turistas e obter êxito dentro deste campo de atividade. Assim, com este estudo, gestão pública, *trade* turístico e os profissionais condutores dos bugues podem refletir sobre o papel das associações na sociedade, e encontrar soluções para que estas organizações ofereçam melhores serviços, uma vez que são suas atribuições atuar regulando, normatizando e contribuindo com a formação de seus membros.

Um destino turístico é o conjunto de serviços e bens, de forma que é necessário preocupação de todos que compõem o campo organizacional do turismo em buscar bens e serviços de qualidade. Além disso, as associações podem exercer um papel de intermediador nas articulações de políticas públicas para o turismo e, uma vez legitimadas, podem ser agentes na captação de projetos e recursos dentro do destino, buscando melhorias na infraestrutura local, como acessos, banheiros públicos, postos de informações turísticas, assim também como sinalização turística.

Para essa pesquisa, não foi levado em consideração outros atores que estão inseridos no campo organizacional investigado, a exemplo dos turistas, que agregariam às análises a percepção deles sobre o serviço prestado pelos bugueiros locais vinculados às associações, sendo essa uma limitação dessa pesquisa. Devido à complexidade do construto legitimidade, tanto pelas abordagens, como pelo fenômeno em si, há outras possibilidades de análise no campo por meio de pesquisas quantitativas que analisem variáveis capazes de mensurar julgamentos de legitimidade, ou ainda estudos etnográficos multi localizados em que se possa analisar o comportamento e percepção da legitimidade a partir de vários outros atores sociais, que não os contemplados neste estudo.

Referências

- Albuquerque, M. C. B., & Adamoglu de Oliveira, S. (2020). A construção social da identidade turística: uma visão do Institucionalismo Organizacional. *Revista Turismo em Análise – RTA*, 31(3), 435-454. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v31i3p435-454>
- Alexiou, K., & Wiggins, J. (2019). Measuring individual legitimacy perceptions: scale development and validation. *Strategic Organization*, 17(4), 470-496. <https://doi.org/10.1177/1476127018772862>
- Bitektine, A. B. (2011). Towards a theory of social judgment of organizations: the case of legitimacy, reputation, and status. *Academy of Management Review*, 36(1), 151-79. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.0382>
- Bitektine, A., & Haack, P. (2015). The "macro" and the "micro" of legitimacy: toward a multilevel theory of the legitimacy process. *Academy of Management Review*, 40(1), 49-75. <https://doi.org/10.5465/amr.2013.0318>
- Boxenbaum, E., & Jonsson, S. (2017). Isomorphism, diffusion and decoupling: concept evolution and theoretical challenges (pp. 77-101). In Greenwood, R.; Oliver, C.; Lawrence, T.; Meyer, R. E. (Ed.). *The SAGE handbook of organizational institutionalism*. (2. ed.). London: SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446280669.n4>
- Brambatti, L. E., & Nitsche, L. B. (2018). Associativismo e participação comunitária: o roteiro rural Caminhos de Guajuvira, Araucária-PR, Brasil. *Rosa dos Ventos*, 10(1), 71-83. <https://doi.org/10.18226/21789061.v10i1p71>
- Corley, K. G., & Gioia, D. A. (2004). Identity ambiguity and change in the wake of a corporate spin-off. *Administrative Science Quarterly*, 49(2), 173-208. <https://doi.org/10.2307/4131471>
- Deephouse, D. L., Bundy, J., Tost, L. P., & Suchman, M. C. (2017). Organizational legitimacy: six key questions (pp. 27-54). In Greenwood, R.; Oliver, C.; Lawrence, T.; Meyer, R. E. (Ed.). *The SAGE handbook of organizational institutionalism*. (2. ed.). London: SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446280669.n2>
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-169. <https://doi.org/10.2307/2095101>
- Fellman, S. (2018). Management as a profession: the historian's perspective (pp. 71-86). In: Örtenblad, A. (Ed.). *Professionalizing leadership: debating education, certification and practice*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-71785-2_4

- Glynn, M. A. (2017). Theorizing the identity-institution relationship: considering identity as antecedent to, consequence of, and mechanism for, processes of institutional change (pp. 243-258). In Greenwood, R., Oliver, C., Lawrence, T. B., & Meyer, R. E. (Ed.). *The SAGE handbook of organizational institutionalism* (2. ed.). London: SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446280669.n10>
- Haack, P., Schilke, O., & Zucker, L. (2021). Legitimacy revisited: disentangling propriety, validity, and consensus. *Journal of Management Studies*, 58(3), 749-781. <https://doi.org/10.1111/joms.12615>
- Hensel, P. G., & Guérard, S. (2020). The institutional consequences of decoupling exposure. *Strategic Organization*, 18(3), 407-426. <https://doi.org/10.1177/1476127019831023>
- Lounsbury, M. (2002). Institutional transformation and status mobility: the professionalization of the field of finance. *Academy of Management Journal*, 45(1), 255-266. <https://doi.org/10.2307/3069295>
- Luchmann, L. H. H. (2014). Abordagens teóricas sobre associativismo e seus efeitos democráticos. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 29(85), 159-178. <https://doi.org/10.1590/S0102-69092014000200011>
- Maclean, T. L., & Behnam, M. (2010). The dangers of decoupling: the relationship between compliance programs, legitimacy perceptions, and institutionalized misconduct. *Academy of Management Journal*, 53(6), 1499-1520. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.57319198>
- Meyer, J. W., & Bromley, P. (2013). The worldwide expansion of "organization". *Sociological Theory*, 31(4), 366-389. <https://doi.org/10.1177/0735275113513264>
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363. <https://doi.org/10.1086/226550>
- Muzio, D., Aulakh, S., & Kirkpatrick, I. (2019). *Professional occupations and organizations (Elements in Organization Theory Series)*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108804318>
- Noordegraaf, M. (2011). Risky business: how professionals and professional fields (must) deal with organizational issues. *Organization Studies*, 32(10), 1349-1371. <https://doi.org/10.1177/0170840611416748>
- Panosso Netto, A. (2010). *O que é turismo*. São Paulo, SP: Editora Brasiliense.
- Scott, W. R. (2014). *Institutions and organizations: ideas, interests, and identities*. (4.ed.). London, Thousand Oaks, CA & New Dehli: Sage Publications.

Legitimidade em Associações Profissionais: Realidade ou Cerimonialismo?

- Schreier, M. (2014). Qualitative content analysis (pp. 170-183). In Flick, U. (Ed.). *The SAGE Handbook of qualitative data analysis*. London: SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446282243.n12>
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610. <https://doi.org/10.2307/258788>
- Suddaby, R., Bitektine, A., & Haack, P. (2017). Legitimacy. *The Academy of Management Annals*, 11(1), 451-478. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0101>
- Stake, R. E. (2011). *Pesquisa qualitativa: estudando como as coisas funcionam*. Porto Alegre: Penso.
- Whetten, D. A. (2006). Albert and Whetten revisited – strengthening the concept of Organizational Identity. *Journal of Management Inquiry*, 15(3), 219-234. <https://doi.org/10.1177/1056492606291200>

Submetido: 13/09/2021

Aceito: 25/06/2023