

# O Turismo Rural e os Produtos Locais: Construção Social da Qualidade a Partir da Teoria das Convenções

## Rural Tourism and Local Products: Social Construction of Quality from Theory of Conventions

MARIELEN ALINE COSTA DA SILVA<sup>1</sup>, ANELISE DANIELA SCHINAIDER<sup>2</sup>, FILIPE MELLO DORNELES<sup>3</sup>, SUELEN CRISTINE COSTA DA SILVA<sup>4</sup>

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v9i3p433>

### RESUMO

O turismo rural caracteriza-se como uma atividade capaz de valorizar os modos de vida do meio rural, além de dinamizar a econômica local através da venda direta aos consumidores, fortalecendo as cadeias curtas. Este processo de [re]conexão entre produtores e consumidores é marcado fortemente pelas relações de confiança e reciprocidade que caracterizam os 'novos' padrões de qualidade. Dessa forma, o presente ensaio pretende contextualizar o estado da arte da relação entre turismo rural e produtos locais, compreendendo seu conceito e sua importância para o rural, bem como o processo de construção social da qualidade através da Teoria das Convenções. Para atender essa proposta, foi realizada uma pesquisa bibliográfica de caráter exploratório, a fim de levantar as principais bases científicas que norteiam o tema. Por fim, observou-se que determinadas dinâmicas dos mercados locais podem ser esclarecidas por aspectos da Teoria das Convenções, na qual a construção dos mercados e da confiança é assegurada pelas relações pessoais, garantindo a qualidade dos produtos.

### PALAVRAS-CHAVE

Turismo Rural. Produtos Locais. Teoria das Convenções. Qualidade.

<sup>1</sup> **Marielen Aline Costa Da Silva** – Mestre. Doutoranda de Agronegócios, Universidade federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/8317120974241018>. Email: [eng.agronomamarielencosta@hotmail.com](mailto:eng.agronomamarielencosta@hotmail.com)

<sup>2</sup> **Anelise Daniela Schinaider** - Mestranda em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/2163167569858151>. E-mail: [anelise.schinaider@ufrgs.br](mailto:anelise.schinaider@ufrgs.br)

<sup>3</sup> **Filipe Mello Dorneles** – Bacharel em Administração. Cursa Especialização em Agronegócio, Universidade Federal do Pampa, Dom Pedrito, Rio Grande do Sul, Brasil. E-mail: [fidorneles@gmail.com](mailto:fidorneles@gmail.com)

<sup>4</sup> **Suelen Cristine Costa Da Silva** – Mestre. Professora da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, nos cursos de bacharelado e licenciatura em Gestão Ambiental, São Francisco de Paula, Rio Grande do Sul, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/7484638509337517>. E-mail: [suelenccs@gmail.com](mailto:suelenccs@gmail.com)



## **ABSTRACT**

Rural tourism is characterized as an activity capable of enhancing rural livelihoods, as well as boosting the local economy through direct sales to consumers, strengthening the short chains. This process of [re]connection between producers and consumers is strongly marked by the relations of trust and reciprocity that characterize the "new" quality standards. This article tries to contextualize the state of the art of the relationship between rural tourism and local products, considering its concept and its importance for the rural, likewise the process of social construction of quality through the Theory of Conventions. In order to meet this proposal, was an search exploratory bibliographical carried out in order to raise the main scientific bases that guide the theme. Finally, concludes that certain dynamics of local markets can be clarified by aspects of the Theory of Conventions, where the construction of markets and trust is ensured by personal relationships, ensuring the quality of products.

## **KEYWORDS**

Rural Tourism. Local Products. Theory of Conventions. Quality.

## **INTRODUÇÃO**

As modificações ocorridas no meio rural, em especial nas décadas de 1980 e 1990, provocaram grandes transformações nas estruturas sociais, políticas, culturais e ambientais da sociedade rural. Para Silva (2002), o modelo de desenvolvimento agrícola baseado na industrialização da agricultura foi responsável pela destruição da economia natural e a conformação de uma nova economia vinculada ao controle da natureza. Desse modo, o processo de modernização da agricultura afetou negativamente diversos setores, não apenas do meio rural, mas também do meio urbano. No entanto, uma das consequências mais relevantes geradas foi o processo de exclusão social no campo, decorrente das dificuldades financeiras das pequenas propriedades para adaptarem-se aos novos modelos tecnológicos de produção, provocando o êxodo rural.

Em meio a tais transformações e suas críticas, novos enfoques passaram a ser buscados. Incluindo-se às discussões aspectos socioculturais e ambientais, que até então tinham apenas viés econômico. Carneiro (2002) salienta que se atribuiu uma nova dimensão ao desenvolvimento, ligada às múltiplas funções do espaço rural, que não apenas a produção de matérias prima e alimentos. Neste contexto, emergem os debates acerca da multifuncionalidade, caracterizada pelo reconhecimento e interesse das diversas esferas da sociedade sobre as funções econômica, social, ambiental, cultural e de segurança alimentar que a agricultura exerce. Além disso, para Lindner (2008), atualmente as atividades produtivas agrícolas tradicionais já não são mais suficientes para explicar, por si só, a dinâmica da renda e das ocupações das famílias rurais. Neste sentido, frente às novas atribuições da agricultura, despontam atividades não agrícolas, que buscam não apenas dinamizar a economia do espaço rural, mas também atender as necessidades emergentes de uma sociedade mais consciente. Entre essas atividades destaca-se o turismo rural.

Segundo Graziano da Silva e Campanhola (2000), o turismo rural está relacionado a qualquer atividade de lazer e turismo que seja realizada em áreas rurais, envolvendo além do

agroturismo, outras atividades não relacionadas às propriedades agropecuárias produtivas, ou com produção agropecuária. No Brasil, o Ministério do Turismo (2003), o define como um “conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade” (s.p). Ainda de acordo com o Ministério do Turismo, o turismo rural pode ser explicado por duas razões: pela necessidade de diversificação da fonte de renda do produtor rural e de agregação de valor ao produto; ou pela necessidade da sociedade urbana de retorno as raízes rurais e ao contato com a natureza. Oliveira (2005) destaca o potencial que o turismo tem em agregar valor aos produtos locais. Dessa forma, pode-se entender esta prática como uma atividade potencializadora da valorização da economia local, através do consumo de produtos locais, e também pela geração de uma grande demanda de serviços à comunidade rural.

Paralelamente à expansão das atividades de turismo rural e intrinsecamente à nova percepção do meio rural, encontra-se uma sociedade urbana mais reflexiva, demandando por qualidade de vida, preservação ambiental, saúde, lazer, segurança dos alimentos e alimentar, entre outras. Para Brain, citado por McEnroe (2010), os consumidores, influenciados pelo número cada vez maior de *food scares*, estão buscando, cada vez mais, obter consciência sobre o sistema de produção alimentar. No entanto, muitas vezes suas percepções sobre a produção agrícola são imprecisas, sendo as práticas que proporcionam a [re]conexão entre produtores e consumidores, importantes estratégias para proporcionar esta conscientização sobre a produção de alimentos.

Considerando que a garantia da qualidade dos produtos produzidos em larga escala está diretamente ligada à padronização dos processos de produção, e que devido aos altos custos dessa padronização muitos pequenos produtores, em especial os responsáveis pela produção de produtos locais, ficaram às margens desse processo que assegura a qualidade dos produtos, estes garantem sua colocação no mercado através da confirmação da qualidade pela opinião dos consumidores (Nichele, 2010). Em meio a esta conjuntura é necessário compreender como se estabelecem os elos de confiança entre consumidores e produtores a partir da comercialização direta de produtos locais, proporcionadas pelo turismo rural.

Assim, este ensaio pretende contextualizar o estado da arte do turismo rural e dos produtos locais, compreendendo seu conceito e sua importância para o rural; a valorização dos produtos locais através do turismo rural e o processo de construção social da qualidade destes produtos sob a ótica da teoria das convenções. Além desta introdução, este ensaio contempla mais três seções. Na segunda seção são descritos os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa. Na terceira seção são discutidos os aspectos da relação entre turismo rural, produtos locais e a construção social da qualidade, e na última seção são elencadas as considerações finais da pesquisa.

## **METODOLOGIA**

Este ensaio trata de pesquisa bibliográfica de caráter exploratório. Partindo desse pressuposto, a pesquisa bibliográfica tem como base os livros, artigos e buscas a websites. A pesquisa bibliográfica pode envolver periódicos e livros, impressos ou *on line*. Além do mais, este tipo de pesquisa procura trazer referências teóricas já publicadas, objetivando abstrair informações

ou conhecimentos prévios em confronto com a problemática da qual se busca uma resposta (Fachin, 2002; Fonseca, 2002). Já o caráter exploratório tem como propósito possibilitar uma maior familiaridade com a problemática, com vistas a torná-la mais explícita ou a construir hipóteses. A maior parte dessas pesquisas envolve o levantamento bibliográfico, como ocorre no presente ensaio. Sendo assim, a construção da descrição do estado da arte do presente discorrerá sobre turismo rural e os produtos locais, compreendendo a construção social da qualidade sob um olhar da Teoria das Convenções. O Quadro 1 apresenta os principais autores, obras, ano de publicação e tipo de documento utilizado para a contextualização do estado da arte <turismo rural> e <produtos locais>, resultado do levantamento realizado.

**Quadro 1 – Principais obras do estado da arte <turismo rural> e <produtos locais>**

<b>Autores</b>	<b>Nome da obra</b>	<b>Ano de publicação</b>	<b>Tipo de documento</b>
<b>Turismo Rural</b>			
Lage, B. H. G.; Milone, P. C.	Fundamentos econômicos do turismo	2000	Capítulo de livro
Silva, J. G.	O novo rural Brasileiro	2002	Artigo
Portuguez, A. P.	Agroturismo e desenvolvimento regional	2002	Livro
Tulik, O.	O turismo rural	2003	Livro
Mattei, L.	Turismo Rural e Ocupações Não-Agrícolas: o caso de Santa Catarina	2004	Capítulo de livro
Nardi, O., Miorin, V. M. F.	Turismo em espaço rural e desenvolvimento local na quarta colônia de imigração italiana do Rio Grande do Sul	2006	Artigo em anais de eventos
McEnroe, K.B.	Public education of integrated farm systems using agri-tourism	2008	Tese
McEnroe, K.B.	Public education of integrated farm systems using agri-tourism	2010	Tese
Candiotto, L. Z. P.	Elementos para o debate acerca do conceito de turismo rural	2010	Artigo
Klein, A. L.	A função educativa das propriedades rurais e o turismo rural pedagógico: duas experiências na região Sul do Brasil.	2012	Dissertação
Silva, M. A.	A prática do turismo rural pedagógico: aspectos motivacionais e impressões dos benefícios para as famílias e comunidades rurais	2015	Dissertação
<b>Produtos Locais</b>			
Castrogiovanni, A. C.	Existe uma geografia do turismo.	2002	Capítulo de livro
Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural - IDESTUR	Turismo rural: perspectivas para a agroindústria artesanal.	2004	Texto disponível online
Santos, A. B.	Desenvolvimento regional e capital social: uma abordagem para a microrregião de Presidente Prudente – SP.	2004	Dissertação
Fonseca, M. T.; Ferreti, P. G. Z.; Borges, A. M. B.	Comida local: o tronco da ligação entre as raízes identitárias, o convívio e o desenvolvimento local.	2006	Artigo em anais de eventos

Lindner, M.	<b>O turismo na revalorização da agroindústria rural na rota gastronômica de Silveira Martins – RS.</b>	<b>2008</b>	<b>Artigo</b>
Ferrari, D. L.	Cadeias Agroalimentares Curtas: a construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina.	2011	Tese
Scarabelot, M. Schneider, S.	As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local – um estudo de caso no município de Nova Veneza/SC.	2012	Artigo
Cassol, A.	Redes Agroalimentares Alternativas: mercados, interação social e a construção de confiança.	2013	Texto disponível online
<b>Teoria das Convenções e a construção social da qualidade</b>			
Juran, J. M.	A Qualidade desde o Projeto.	1991	Livro
Boltanski, L.; Thévenot, L.	De la justification: les économies de la grandeur.	1991	Livro
Órlean, A.	Vers un modèle générale de la coordination économique par les conventions.	1994	Capítulo de livro
Benko, G.	Economia, espaço e globalização na aurora do século XXI.	1996	Livro
Wilkinson, J. A.	A pequena produção e sua relação com os sistemas de distribuição.	1999	Artigo em anais de eventos
Renard, M. C.	Fair trade: quality, market and conventions.	2003	Artigo
Wurlitzer, N. J.	Industrialização de Alimentos Visando a Saúde do Consumidor.	2007	Texto disponível online
Cruz, F. T.; Schneider, S	Qualidade dos alimentos, escalas de produção e valorização de produtos tradicionais.	2010	Artigo
Nichele, F. S.	Agroindústria familiar rural e a qualidade da produção artesanal na região metropolitana de Porto Alegre: o enfoque da teoria das convenções.	2010	Dissertação
Scarabelot, M. Schneider, S.	As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local – um estudo de caso no município de Nova Veneza/SC.	2012	Artigo
Molinari, G.T.; Padulá, A. D.	A construção social da qualidade na microrregião do vale dos vinhedos	2013	Artigo
Vergara, C. M. A. C.	Gestão da qualidade na área de alimentos.	2016	Artigo

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2017).

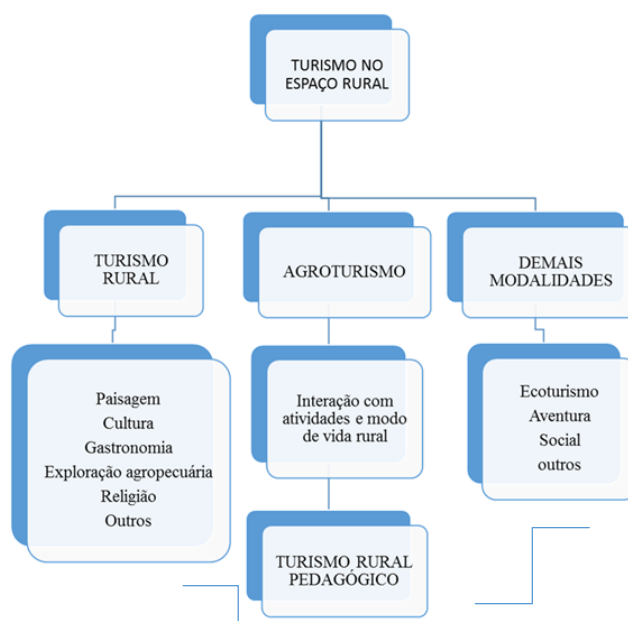
As obras foram selecionadas como base no processo de aprofundamento das discussões sobre a importância do turismo rural como estratégia de políticas públicas para o fomento do desenvolvimento rural, para elaboração de dissertação e demais pesquisas relacionadas ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Além disso, essas obras estão elencadas conforme abordagem de cada autor, sobre os temas propostos para o artigo.

## **TURISMO RURAL E PRODUTOS LOCAIS: UM OLHAR DA CONSTRUÇÃO SOCIAL DA QUALIDADE SOB A LUZ DA TEORIA DAS CONVENÇÕES**

Conforme Mattei (2004), é possível reconhecer a presença de deslocamentos não motivados pela necessidade, desde a Antiguidade, como no Egito, onde as grandes pirâmides eram visitadas. Entretanto, foi a partir do século XIX que se desenvolveu a atividade econômica considerada, hoje, como turismo. O mesmo acontecia em relação às atividades turísticas no meio rural, que também já existiriam, por exemplo, quando os aristocratas e guerreiros romanos se descolocavam entre Roma e os campos, em busca do lazer e bem-estar. Todavia, segundo dados da Organização Mundial do Turismo [OMT], foi a partir da década de 1950 que, timidamente, as atividades turísticas começaram a ser consideradas como estratégias para o desenvolvimento local em diversos países (Silva, 2015). Ainda para o mesmo autor, a OMT o turismo engloba as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente usual durante não mais do que um ano consecutivo, por prazer, negócios e outros fins. Porém, autores como Lage e Milone (2000) destacam que o turismo moderno não precisa ter um conceito absoluto, sendo necessário considerar mecanismos dinâmicos e as especificidades inerentes à teoria microeconômica aplicada a um segmento turístico.

No que tange o turismo em áreas rurais, no Brasil assim como em diversos outros países, este obteve seu reconhecimento a partir da década de 1970 (Nardi & Miorin, 2006). Segundo estes os autores, o espaço rural deixou de ser apenas um local de atividade agrícola e passou a ser um local de atividade rural, ou seja, inseriram-se novas funções concentradas em áreas específicas. Estas novas funções estão relacionadas com a prestação de serviços, local de moradia, lazer, turismo, proteção ambiental e industrialização da produção agrícola. Corroborando com essa ideia, Candiotto (2010) afirma que o turismo “ganha força na discussão sobre desenvolvimento rural em vários países no início da década de 1990, período em que cresce o fenômeno da pluriatividade no espaço rural; a concepção de multifuncionalidade do agricultor e da agricultura; bem como o interesse dos agentes turísticos e da população urbana pelo rural e pelas ruralidades” (p.4). O autor salienta ainda que, permeando o interesse da sociedade por atrativos e empreendimentos ligados à tranquilidade do campo, encontram-se ações governamentais de apoio e regulamentação do turismo, o reconhecimento da segmentação do turismo pela OMT e o debate por técnicos e pesquisadores sobre as consequências da abertura das propriedades rurais para o turismo.

Figura 1 – Diagrama esquemático das principais categorias de turismo no espaço rural



Fonte: Silva (2015).

A dificuldade de conceituação e compreensão das diferentes modalidades de turismo no espaço rural, turismo rural e ou agroturismo, muitas vezes, limitam a percepção sobre a importância e a dinâmica destas modalidades (Silva, 2015), como mostra a Figura 1. Diferentemente da expressão Turismo no Espaço Rural (TER), que se refere à totalidade das atividades turísticas realizadas nas áreas rurais, o termo turismo rural é utilizado para designar as atividades turísticas que levam em conta as especificidades da vida e das atividades rurais (Tulik, 2003).

Conforme Portuguez (2002), o turismo rural é “um conjunto de modalidades, que consiste na atração de demanda eminentemente interna e citadina para os ambientes rurais, em que os turistas podem experimentar maior contato com o ambiente bucólico, bem como com os costumes locais e o dia-a-dia da vida no campo” (p. 76). A prática do turismo rural vem se expandindo de maneira significativa nas diferentes regiões brasileiras, destacando-se como uma atividade não agrícola com potencial para promover o desenvolvimento local<sup>5</sup>, favorecendo a dinamização social e econômica das áreas rurais (Klein, 2012). Além de promover a cultura e as tradições da comunidade rural, o turismo rural destaca-se por gerar outros benefícios diretos aos produtores. Nesse contexto, McEnroe (2010) ressalta que no setor econômico, o turismo rural tem se mostrado uma opção de diversificação de renda aos pequenos produtores americanos, que por muito tempo tem sofrido com a discrepância de preços pagos aos produtores em relação ao preço pago pelos consumidores, assim como sofrem com a dependência do uso de insumos químicos, dominado pelos grandes ‘impérios agroalimentares’. Para o autor, o turismo rural é uma oportunidade dos agricultores se

<sup>5</sup> O desenvolvimento local baseia-se no fato de que o desenvolvimento deve partir dos recursos específicos naturais, humanos e culturais de um determinado território e pressupõe uma transformação consciente da realidade local (Silva, 2015).

manterem em meio a um mercado flutuante, através da venda direta de seus produtos aos turistas e pela demanda de serviços a qual gera.

Neste sentido, quando os recursos locais são explorados de maneira potencial, podem, através do turismo rural, gerar rendas adicionais aos produtores, agroindústrias e comunidade rural. Sendo o turismo, portanto, um possível promotor da valorização econômica dos produtos locais, por meio da comercialização direta entre consumidores e produtores, estabelecendo vínculos de confiança e criando assim uma nova oportunidade de mercado, as Cadeias Agroalimentares Curtas [SFSC]. As cadeias curtas podem apresentar uma alternativa espacial ao reduzir a distância que os alimentos viajam entre a produção e o consumo; uma alternativa social ao forjar o contato face-to-face entre produtores e consumidores, promovendo confiança<sup>6</sup> e integração comunitária da cadeia; uma alternativa econômica em criar mercados locais para a produção local, o que permite aos produtores primários capturar mais valor da cadeia de alimentos (Ferrari, 2011). Este novo tipo de mercado é capaz de produzir valores de uso que vão além das atividades econômicas, desenvolvendo novas relações sociais e formas de governança, assim como novos serviços [turismo rural, vendas pela internet, preservação dos recursos naturais], permitindo que um novo modelo de desenvolvimento seja gerado e consolidado (Cassol, 2013).

Segundo Lindner (2008), para que os produtos se tornem um atrativo a mais, sempre que possível é desejável que estes estejam ligados à cultura da comunidade, demonstrando a identidade do local onde a atividade turística encontra-se inserida. Para Santos (2004), cada lugar busca ressaltar suas virtudes por meio de seus símbolos herdados, de modo a utilizar a imagem do lugar como um ímã. Tais símbolos podem estar expressos em determinados saberes-fazeres pertencentes ao meio rural, em especial os modos tradicionais de preparo dos alimentos, sejam eles: compotas, doces, culinárias típicas de uma etnia, etc. Esse tipo de produto local tem a capacidade de trazer ao consumidor a sensação de conexão, pertencimento com o local. Conforme Fonseca, Ferreti e Borges (2006), o consumo de um alimento específico é considerado uma herança cultural inatingível, uma vez que não é apenas seu sabor que retoma o antepassado, mas seu aroma, seu preparo e seu ritual de produção. Essas são memórias comuns que acabam sendo lembradas tanto voluntariamente como instintivamente pelos próprios turistas que consomem. Esses produtos locais funcionam como elos na cadeia da lembrança, visto que transportam a pessoa para tempos remotos onde vive uma experiência que somente ela pode sentir.

Assim, segundo o Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural (2004), dar visibilidade aos produtos de origem, também chamados de produtos tradicionais de região, e com o tempo, certificar a com Denominação de Origem, com Indicação Geográfica definida, com tradicionalidade garantida, isto é, com qualidade e especificidade, permite com que seja estabelecida uma forte ligação entre o produto e a localidade de produção. Essa ligação é capaz de promover a qualidade e confiança do consumidor, diminuindo a distância entre a autenticidade e qualidade e o imaginário da degustação de produtos tradicionais, permitindo a determinação dessas localidades como polos turísticos diferenciados. Segundo Scarabelot e

---

<sup>6</sup> De acordo com Giddens (1991) a confiança pode ser definida a partir da sua estreita relação com o conceito de capital social, que para Coleman (1990) é a capacidade de as pessoas trabalharem em conjunto, em grupos e organizações que constituem a sociedade civil, para a prossecução de causas comuns. Ou seja, a confiança nasce dessa partilha de valores e tem um mensurável valor nas relações econômicas.



Schneider (2012), os produtos locais, ou seja, os produtos produzidos no espaço em que são comercializados, permitem a valorização do local, pois é nesta escala espacial que se dá construção de relações de confiança entre produtores e consumidores, possibilitando que as interações mercantis de troca sejam menos impessoais e mais enraizadas [*embeddedness*] fazendo com que a sociabilidade passe a considerar e valorizar a ética, a qualidade e a diferenciação dos alimentos. É no espaço local que as relações sociais de proximidade, interconhecimento e solidariedade são acionadas para promover mecanismos de confiança que acabam por reduzir riscos e custos de transação.

Frente a este contexto, Nichele (2010) relata a alusão que se faz às regras e normas que são utilizadas para qualificar os produtos locais, como os da agroindústria familiar, e como essas são acordadas entre os produtores e consumidores, remetendo a abordagens como à Teoria das Convenções [TC]. De acordo com a autora, a Teoria das Convenções assume que as regras surgem de dentro do processo produtivo e são unanimidades entre os produtores de acordo com as necessidades dos consumidores, adequando-se assim, ao processo produtivo e a garantia da qualidade dos produtos. Segundo Benko (1996), o ponto de partida para o estudo da Teoria das Convenções é a análise dos obstáculos que surgem à coordenação, vindos da lógica concorrencial, dos contratos e da racionalidade estratégica. Dessa forma, a construção de um quadro multidisciplinar que aborde a questão geral de como as ações de cada indivíduo possam ser coordenadas coletivamente, através das convenções, torna-se o objetivo (Órlean, 1994).

A Teoria das Convenções tem sua origem na Teoria da Regulação<sup>7</sup> apresentando uma visão mais geral para a análise da atividade econômica em contrapartida à análise mais setorial da teoria regulacionista (Nichele, 2010). Conforme esta teoria, o que move as ações dos atores é um bem comum, ou seja, um objetivo comum. Para Wilkinson (1999), as regras não precedem as ações e também não surgem de fora dessas. Sendo assim, as regras, normas e convenções estão atreladas a percepção do ator sobre a realidade e os processos que estão envolvidos. Para que os atores atinjam um bem comum, é necessário que estes elejam um senso comum. Este senso comum está diretamente ligado ao senso moral e as características humanas (Boltanski & Thevenot, 1991). Conforme os autores, as diferentes formas de ação coletiva são chamadas de *grandeurs* ou mundos. Cada mundo possui sua definição própria de bem comum, tal como cada um deles tem um princípio comum superior. A existência dos mundos deriva de um compromisso coerente de objetos e ações. Dessa maneira, em um mundo encontra-se a justificação de determinados valores. Cada um deles estabelece as bases de uma ordem. Os seis mundos, conforme Molinari e Padulá (2013) baseado em Boltanski e Thevenot (1991) são caracterizados como:

1 Mundo Inspirado: Baseia-se na adesão, por parte dos atores, à emergência de ideias originais e inovadoras; tem como princípios a humanidade comum e a não exclusão.

2 Mundo Doméstico: Tem como princípio superior comum as relações baseadas na tradição; transmite a ideia da relação pessoal e próxima entre os agentes, em que a ordem é a confiança.

---

<sup>7</sup> Teoria da Regulação define a regulação econômica através da análise de um quadro de mudanças que pressupõe a interação entre cinco campos, que tornam compromissos sociais institucionalizados, são eles: relação salarial, concordância, Estado, moeda e a inserção internacional (Boyer, 2005).

3 Mundo da Opinião: O princípio é de diferença, em que se leva em conta a opinião de outros e a reputação de empresas, produtos ou marcas.

4 Mundo Cívico: Com o princípio de bem-estar comum, prevalecendo o interesse coletivo, onde a relação elementar é a solidariedade.

5 Mundo Industrial: Contém o princípio da existência de ordens de grandeza, em que prevalece a noção de produtividade, e os valores são produtos da eficiência e padronização.

6 Mundo de Mercado: Sob o princípio da noção de investimento, em que a diferença é justificada pelo sacrifício ou esforço envolvido. O modo de funcionamento é o mercado, avaliado pelo preço e organizado pela competitividade por meio das relações de troca.

Neste sentido, considerando que a garantia da qualidade dos produtos produzidos em larga escala está diretamente ligada à padronização dos processos de produção. Devido aos altos custos dessa padronização, muitos pequenos produtores, em especial os responsáveis pela produção de produtos locais, ficaram às margens desse processo que assegura a qualidade dos produtos. Assim, estes garantem sua colocação no mercado através da confirmação da qualidade pela opinião dos consumidores (Nichele, 2010). Dessa forma, a abordagem do mundo doméstico baseado na confiança e nas relações pessoais próximas aplica-se a análise das ações dos atores [consumidores e produtores] envolvidos nesse processo, em especial da configuração da qualidade dos produtos.

O conceito de qualidade dos alimentos está atribuído, sob o ponto de vista do consumidor, na satisfação das características que estão elencadas no produto, tais como: sabor, aroma, preferência, embalagem, preço e disponibilidade (Wurlitzer, 2007). A qualidade nos produtos significa a sobrevivência em permanecer no mercado, logo ela está inserida em todos os processos: produção, equipamentos, matérias-primas, manipulação, ingredientes, embalagem, armazenamento, transporte e comercialização (Vergara, 2016). Juran (1991) complementa que a qualidade produz uma série de variáveis que, por si só, requer uma análise contínua do processo como um todo. Já a construção social da qualidade está baseada na criação de normas e meios de sustentar a qualidade através da introdução de instituições coletivas que estabeleçam essas ações ou a partir do reconhecimento do vínculo entre atores locais que lhes permitam comunicar-se e negociar (Renard, 2003).

Observando o enraizamento dos produtos no tempo e espaço [tradição e local de origem] segundo a TC, mais especificamente na convenção doméstica, pode-se visualizar os produtos locais, nos quais a qualidade está imersa no processo de confiança e conexão entre produtores e consumidores. Para Wilkinson (1999), a qualidade firmada por esse produto pressupõe a qualificação do trabalho e das organizações envolvidas na sua produção. Assim, no contexto dos produtos locais, podemos entender que a pressuposição da qualificação do trabalho permite, além de estabelecer a qualidade baseada na confiança, o processo de valorização dos produtos locais, bem como do produtor e da comunidade envolvida. Neste sentido, Scarabelot e Schneider (2012) afirmam:

Os mercados de cadeias agroalimentares curtas são significativos, pois ‘possuem a capacidade de ressocializar ou [...] reespecializar o alimento, permitindo ao consumidor fazer julgamento de valor’ (Marsden et al., 2000, p. 425). Isso significa que o produto chega ao consumidor com um

grau significativo de informações e carregado de valor sobre seu processo de produção. A qualidade passa a ser fator chave nesse processo e cresce a necessidade de se (re) construir a relação de confiança entre produtores e consumidores (Marsden et al., 2000), fazendo crescer a valorização dos alimentos produzidos localmente e a produção orgânica, agroecológica e artesanal das cadeias curtas, o que permite uma reconexão entre produtores e consumidores (p. 108).

Molinari e Padulá (2013), buscando avaliar a construção social da qualidade na microrregião do Vale dos Vinhedos, relatam que a tradição em uma atividade gera um sentimento de confiança por parte dos consumidores, manifestando-se como um elemento presente nas transações de troca. Já Scarabelot e Schneider (2012), ao analisar as cadeias agroalimentares curtas do município de Nova Veneza-SC, argumentam uma das características fundamentais das cadeias agroalimentares curtas em que se refere a sua capacidade de ressocializar ou 'reespacializar' o alimento, que possibilitado movimentos positivos para os consumidores tanto quanto para os agricultores familiares. Corroborando com essa ideia, Cruz e Schneider (2010) salientam:

Em relação aos produtos tradicionais, a discussão sobre a qualidade remete principalmente a aspectos culturais, vinculados à cultura e à origem dos produtos. Nesse caso, antes de atender a critérios normativos – recentemente estabelecidos se comparados à tradição e cultura - os produtos aqui estudados são procurados pelos consumidores por atender a qualidades que superam regras formalmente estabelecidas (p. 26).

Assim como no caso do enoturismo, o turismo rural - que tem em sua essência no comprometimento com as atividades agropecuárias e com o regaste do patrimônio cultural e natural da comunidade - o estabelecimento de vínculos de confiança entre turistas [consumidores] e os produtores, seja através da tradição em uma atividade ou da proximidade da venda direta, torna-se uma estratégia de construção da qualidade e da valorização do meio rural e dos produtos locais. Nota-se dessa forma, que neste tipo de mercado de proximidade espacial, (venda direta de produtos locais por meio do turismo) a construção da qualidade está baseada nos valores, nas relações pessoais, na percepção dos consumidores sobre determinada comunidade rural, sendo essas as principais normas e regras que coordenam a ação dos atores envolvidos nessa atividade.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O turismo rural proporciona um contato mais direto com os consumidores, permitindo ao produtor local o acesso à informação com o cliente quanto à sua satisfação e sua escolha em visitar a propriedade rural. Com essa relação de troca de informação, conhecimento e, por fim, venda dos produtos locais entre produtor e consumidor, há a geração da confiança entre esses laços de reciprocidade e de fidelidade, contribuindo para o desenvolvimento local da propriedade rural. Cabe ressaltar que o turismo rural, além de exercer a função de lazer para os cidadãos que buscam maior contato com o patrimônio cultural e social do meio rural e o retorno ao encontro com a natureza, é capaz de impulsionar outros mercados e serviços, como a venda direta de produtos locais, conectando assim os meios urbano e rural.

No que se refere à comercialização dos produtos locais podemos perceber que esta está baseada na garantia da qualidade através da confiança estabelecida entre produtores e

consumidores, uma vez que existe a cadeia agroalimentar curta com a ocorrência da venda direta [*face-to-face*]. Nesse sentido, a dinâmica dos mercados locais pode ser explicada pela Teoria das Convenções, onde a construção dos mercados e da confiança é assegurada pelas relações pessoais, que asseguram a qualidade do produto e do produtor.

A Teoria das Convenções mostra ser condizente com a realidade de alguns segmentos do rural brasileiro, como no caso dos produtos locais. Assim, a TC tem a contribuir para o desenvolvimento rural, na medida em que permite uma análise mais global das normas, regras e convenções que regem a ação coletiva em prol de um bem comum, neste caso a qualidade. Apresenta-se, dessa forma, que os mercados baseados nas relações pessoais (confiança, lealdade, etc.) também constituem um meio de assegurar o desenvolvimento econômico, pessoal e cultural dos atores envolvidos nesse processo.

## REFERÊNCIAS

- Benko, G. (1996) *Economia, espaço e globalização na aurora do século XXI*. São Paulo: Hucitec.
- Boltanski, L. & Thévenot, L. (1991) *De la justification: les économies de la grandeur*. Paris: Gallimard.
- Candiotto, L. Z. P. (2010) [Elementos para o debate acerca do conceito de turismo rural](#). *Turismo em Análise*, 21(1), 3-24.
- Carneiro, M.J. (2002) Multifuncionalidade da agricultura e ruralidade: uma abordagem comparativa. In: Moreira, R. J. & Costa, L. F. de C. C. *Mundo rural e cultura*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Cassol, A. (2013) [Redes Agroalimentares Alternativas: mercados, interação social e a construção de confiança](#).
- Cruz, F. T.; Schneider, S. (2010) [Qualidade dos alimentos, escalas de produção e valorização de produtos tradicionais](#). *Revista Brasileira de Agroecologia*, 5(2), 22-38.
- Fachin, O. (2002) *Fundamentos de metodologia*. São Paulo: Saraiva.
- Ferrari, D. L. (2011) *Cadeias agroalimentares curtas: a construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina*. 334 f. 2011. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Fonseca, J. J. S. (2002) *Metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza: UEC, Apostila.
- Fonseca, M.T.; Ferreti, P.G.Z. & Borges, A.M.B. (2006) Comida local: o tronco da ligação entre as raízes identitárias, o convívio e o desenvolvimento local. *Anais...* 5º Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, 55-56.
- Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural. (2004) [Turismo rural: perspectivas para a agroindústria artesanal](#). Turismo Rural Brasileiro: Região Sudeste. São Paulo.

- Juran, J. M. (1991) *A qualidade desde o projeto*. São Paulo: Thomson Pioneira.
- Klein, A. L. (2012) *A função educativa das propriedades rurais e o turismo rural pedagógico: duas experiências na região Sul do Brasil*. 170 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Lage, B. H. G. & Milone, P. C. (2000) Fundamentos econômicos do turismo. In: Lage, B.H.G. & Milone, P. C. (Orgs.). *Turismo: teoria e prática*. São Paulo: Atlas.
- Lindner, M. (2008) *O turismo na revalorização da agroindústria rural na rota gastronômica de Silveira Martins-RS*. Santa Maria, RS: Facos UFSM.
- Mattei, L. (2004) Turismo rural e ocupações não-agrícolas: o caso de Santa Catarina. In: Campanhola, C. & Silva, J. G. (org.). *O novo rural brasileiro: novas atividades rurais*, 6. Brasília, DF, Embrapa Informação Tecnológica, p. 183-218.
- Mcenroe, K.B. (2010) *Public education of integrated farm systems using agri-tourism*. These (Master of Landscape Architecture) – Faculty of California State Polytechnic University, Pomona.
- Mcenroe, K.B. (2010) *Public education of integrated farm systems using agri-tourism*. These (Master of Landscape Architecture) – Faculty of California State Polytechnic University, Pomona.
- Molinari, G.T. & Padulá, A. D. (2013) [A construção social da qualidade na microrregião do vale dos vinhedos](#). *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 51(1), 183-202.
- Nardi, O. & Miorin, V. M. F. (2006) Turismo em espaço rural e desenvolvimento local na quarta colônia de imigração italiana do Rio Grande do Sul. *Anais... 5º Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável*, 55-56.
- Nichele, F. S. (2010) *Agroindústria familiar rural e a qualidade da produção artesanal na região metropolitana de Porto Alegre: o enfoque da teoria das convenções*. 88f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Oliveira C. G. S. (2005) Turismo rural e desenvolvimento local. *Anais... Congresso Brasileiro de Turismo Rural*.
- Órlean, A. (1994) *Analyse économique des conventions*. Paris: Presse Universitaires de France.
- Portuguez, A. P. (2002) *Agroturismo e desenvolvimento regional*. São Paulo: Hucitec.
- Renard, M. C. (2003) [Fair trade: quality, market and conventions](#). *Journal of Rural Studies*, 19(1), 87-96.
- Santos, A. B. (2004) *Desenvolvimento regional e capital social: uma abordagem para a microrregião de Presidente Prudente* – SP. 2005. 233f. Dissertação (mestrado em geografia) – Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente.

- Scarabelot, M. & Schneider, S. (2012) [As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local – um estudo de caso no município de Nova Veneza-SC](#). *Revista Faz Ciência*, 14(19), 101-116.
- Silva, G. J. (2002) *O novo rural Brasileiro*. Campinas: Unicamp.
- Silva, M. A. (2015) *A prática do turismo rural pedagógico: aspectos motivacionais e impressões dos benefícios para as famílias e comunidades rurais*. 123 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Tulik, O. (2003) *O turismo rural*. São Paulo: Aleph.
- Vergara, C. M. A. C. (2016) [Gestão da qualidade na área de alimentos](#). *Nutrivisa – Revista de Nutrição e Vigilância em Saúde*. 2(3), 99-100.
- Wilkinson, J. A. (1999) [A contribuição da teoria francesa das convenções para os estudos agroalimentares: algumas considerações iniciais](#). *Estudos FEE*, 20(2), 64-80.
- Wilkinson, J. A. (2003) A pequena produção e sua relação com os sistemas de distribuição. *Anais... Seminário de Políticas de Seguridad Alimentaria y Nutrición na América Latina*. Campinas: Unicamp.
- Wurlitzer, N. J. (2007) [Industrialização de alimentos visando a saúde do consumidor](#). Rio de Janeiro: Senai.

**Recebido: 13 OUT 2016**

**Avaliado: OUT - DEZ**

**Aprovado: 26 JUN 2017**