

IX ENEPEX/ XIII EPEX-UEMS E XVII ENEPE-UFGD

TURISMO RURAL NO BRASIL: O TEMA NAS MÍDIAS SOCIAIS

Larissa Fantozzi (larissafantozzi16@gmail.com)

Fernanda Évilin De Jesus Fortunato Lima (fernanda_evilin@hotmail.com)

Erlaine Binotto (erlainebinotto@ufgd.edu.br)

Noellen Silva Amorim Feuser (noellenppgdrs@gmail.com)

Bianca Tarifa Peixoto (biancatpeixoto@gmail.com)

O desenvolvimento do turismo rural, no Brasil, surgiu na década de 1980, como uma iniciativa do governo para aproveitar a estrutura das fazendas que atuavam na criação de gado de corte e leiteiro. O conceito de turismo rural está em construção, podendo ser definido como conjunto das 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. Diante do exposto, a pesquisa busca responder a seguinte questão norteadora: Como o turismo rural e as rotas turísticas do Brasil estão sendo retratados nos blogs? A pesquisa tem como objetivo principal compreender como os blogs retratam a temática turismo rural no Brasil, identificando as principais questões sobre o turismo rural e as rotas turísticas que estão sendo abordadas, os principais agentes responsáveis pela disseminação das informações sobre turismo rural e as relações a partir das interações nos blogs. A pesquisa tem abordagem qualitativa, de cunho descritivo e exploratório; as buscas foram realizadas em blogs com a temática sobre o turismo rural no Brasil, no website de buscas google. As palavras-chave foram: “blog”, “turismo rural” e “informações”; critérios de inclusão, como: país de publicação (Brasil), idioma da página (português) e ter na URL o termo blog. Para verificar as relações a partir dos blogs, foi adotado também uma etapa de codificação da Grounded Theory (Teoria Fundamentada em Dados), a partir da abordagem Straussiana, de Corbin e Strauss (2015). Para a análise, utilizou-se o software Atlas.ti, gerando 17 códigos e o software zotero para

IX ENEPEX/ XIII EPEX-UEMS E XVII ENEPE-UFGD

gerenciar, armazenar e organizar as referências bibliográficas. A divulgação das rotas turísticas abordadas obteve destaque para os estados de São Paulo, Minas Gerais, Pernambuco e Rio Grande do Sul. Em contrapartida, os estados com menos rotas turísticas são Mato Grosso e Pará. Foi constatado que das informações dos blogs coletados a maior concentração é ofertada pelo setor público. Percebe-se que os conteúdos dos blogs apresentam dados informativos e comerciais, conteúdo sobre segmentos, atrativos para público-alvo, informações gerenciais e uso de fotos e imagens para atrair os turistas. Como limitação do estudo foi o uso de blogs brasileiros, restringindo às informações do país. Como sugestão propõe-se estudos que abordem blogs publicados em outros países e com uso de outras mídias sociais. Sugere-se também que pesquisas futuras investiguem o turista como usuário dos blogs para conhecer quais são as informações buscadas para adquirir um produto ou serviço no turismo rural através das rotas turísticas.