PESQUISA/INICIAÇÃO CIENTÍFICA - PESQUISA/ INICIAÇÃO CIENTÍFICA

MULHERES GESTORAS EM AGROINDÚSTRIAS VOLTADAS AO TURISMO RURAL: O TEMA EM UMA MÍDIA SOCIAL

Sabrina Carreiro Ferreira (sabrina.ferreira044@academico.ufgd.edu.br)

Erlaine Binotto (erlainebinotto@ufgd.edu.br)

Keilla Gomes Borges (keillagb@gmail.com)

Fernanda Lima (fernanda.fortunato025@gmail.com)

O agronegócio brasileiro, contribui para a geração de emprego, renda e a redução da insegurança alimentar. Tradicionalmente, o homem assume o papel de produtor e provedor familiar, enquanto a mulher desempenha um papel central, abrangendo desde o cuidado familiar até a participação expressiva na produção agroalimentar e comercialização do excedente, caracterizando uma agroindústria familiar rural. Neste arranjo organizacional, as mulheres contribuem na produção e no gerenciamento das agroindústrias que possuem um vasto potencial para o desenvolvimento rural, especialmente quando integrado ao turismo rural. Este se configura como uma atividade turística em unidades de produção familiar, visando a valorização dos processos produtivos e a promoção de produtos locais. Com a incorporação da internet nas áreas rurais a agroindústria familiar rural pôde contar com o auxílio das mídias digitais para divulgação e comercialização de seus produtos. Diante disso, a pergunta norteadora da pesquisa é: Como as mídias digitais retratam a atuação das mulheres no contexto do agronegócio e no segmento do turismo rural? Este estudo teve por objetivo compreender como os blogs tratam o trabalho das

mulheres no agronegócio e no turismo rural no Brasil. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, descritiva e exploratória. Os dados foram coletados a partir da análise dos conteúdos dos blogs brasileiros pesquisados no website Google. A palavra-chave “blogs” foi combinada com mulher, agronegócio, agro e turismo rural. Os critérios de inclusão foram: i) a existência do termo “blog” no endereço eletrônico (URL); ii) abordar temas relacionados a mulheres no agronegócio e no turismo rural; iii) ser escrito no idioma português; e iv) abordar o contexto brasileiro. O levantamento foi realizado em sete buscas, resultando em 51 blogs. Após a aplicação dos critérios de inclusão, foram excluídos 30. Depois da primeira análise, mais seis foram excluídos por não contemplarem o tema central da pesquisa, resultando em 15 blogs para a análise. Para tratamento dos dados, foi utilizado o software Atlas.ti. Após a organização e análise dos dados, foram identificadas três categorias principais: empreendedorismo feminino no turismo rural como alternativa de subsistência familiar; mulheres como protagonistas no agronegócio; e turismo rural como fonte de renda familiar. Os conteúdos dos blogs destacam a importância da capacitação e do empoderamento feminino para o fortalecimento da agricultura familiar e a promoção da segurança alimentar. O fortalecimento feminino é incentivado buscando promover a inclusão socioeconômica de mulheres rurais. Os resultados também destacam o turismo rural como uma oportunidade de diversificação de renda, promoção da cultura local e da sustentabilidade. O estudo contribui com a ampliação e discussão das pesquisas que abordam a temática sobre as mulheres no meio rural e a atuação nas propriedades rurais, evidenciando as informações disseminadas pela mídia digital.

AGRADECIMENTOS: À Professora Dr.ª Erlaine Binotto, e Doutoranda Keilla Gomes Borges, por sua orientação e apoio. Aos professores e à direção da FACE/UFGD, CNPq, UFGD e Fundect pelos recursos que possibilitaram a pesquisa, e ao grupo de pesquisa “Organizações, Pessoas e Ambiente” pelas discussões; e a todos que contribuíram para a realização deste trabalho, meus sinceros agradecimentos.

Palavras-chave: mídias digitais; protagonismo feminino agricultura familiar.