

PROTAGONISMO FEMININO NO MEIO RURAL: COMO A ATUAÇÃO DAS MULHERES É APRESENTADA EM BLOGS?

FEMALE PROTAGONISM IN RURAL ENVIRONMENTS: HOW WOMEN'S PERFORMANCE IS PRESENTED IN BLOGS?

Sabrina Carreiro Ferreira

Universidade Federal da Grande Dourados

e-mail: sabrina.ferreira044@academico.ufgd.edu.br

Erlaine Binotto

PPGAgronegócios/Universidade Federal da Grande Dourados

e-mail: erlainebinotto@ufgd.edu.br

Keilla Gomes Borges

PPGAgronegócios/Universidade Federal da Grande Dourados

e-mail: keillagb@gmail.com

Fernanda Évilin de Jesus Fortunato Lima

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

e-mail: fernanda.fortunato025@gmail.com

Grupo de Trabalho GT5. Agricultura familiar e relações de gênero no meio rural

Resumo

Este estudo teve por objetivo compreender como os blogs tratam o trabalho das mulheres no contexto do agronegócio e no segmento do turismo rural no Brasil. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, descritiva e exploratória, que se utiliza de blogs para a coleta de dados. O levantamento dos conteúdos dos blogs foi realizado através de buscas no website Google. A análise dos dados identificou 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. Demonstam que organizações incentivam, com projetos, workshops e linhas de crédito exclusivas, a fim de fortalecer o protagonismo feminino e promover a inclusão socioeconômica de mulheres rurais. Os resultados também destacam o turismo rural como uma oportunidade de diversificação de renda para os proprietários de terras, além de promover a cultura local e a 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, que são ferramentas importantes utilizadas como fonte de conhecimento.

Palavras-chave: Mídias Digitais; Blogs; Protagonismo Feminino; Agronegócio; Turismo Rural.

Abstract

This study aimed to understand how blogs address the work of women in the context of agribusiness and rural tourism in Brazil. It is a qualitative, descriptive, and exploratory research that uses blogs as data sources. The blogs were selected through searches on the Google website. Data analysis identified three main categories: Female entrepreneurship in rural tourism as an alternative for family subsistence; Women as protagonists in agribusiness; and Rural tourism as a source of family income. The blogs content highlights the importance of training and female empowerment to strengthen family farming and promote food security. They also highlight incentives with projects, workshops, and exclusive credit lines aimed at strengthening female protagonism and promoting the socioeconomic inclusion of rural women. The findings also underline rural tourism as a significant opportunity for income diversification for landowners, while promoting local culture and sustainability. This study contributes to expanding and deepening the discussion on women in rural areas and their roles on farms, highlighting the information disseminated through digital media, which serve as important tools and sources of knowledge.

Key words: Digital Media; Blogs; Female Protagonism; Agribusiness; Rural Tourism.

1 Introdução

O agronegócio brasileiro passou por uma evolução significativa nos últimos 40 anos (Siliprandi, 2015). Essa evolução proporcionou geração de emprego e renda, além da diminuição da insegurança alimentar (EMBRAPA, 2023). Nesse contexto evolutivo, o homem assume predominantemente o papel de produtor (Silva; Santos; Ponciano, 2018), responsável pelo sustento e chefia familiar (Siliprandi, 2015; Ladio, 2020), enquanto a mulher desempenha diversas atividades relacionadas ao cuidado da família (Silva; Santos; Ponciano, 2018). Mesmo não sendo declaradas como as principais responsáveis pela gestão do lar (Cardoso *et al.*, 2024), a participação das mulheres é essencial e central (Balaine, 2019; Ladio, 2020; Asadullah; Kambhampati, 2021; Sene; Gning, 2024). Em 2022, por exemplo, as mulheres foram responsáveis por cerca de 43% da produção no sistema agroalimentar (Nações Unidas no Brasil, 2022). A produção dos alimentos processados que são parte integrante da dieta familiar, como doces, pães, bolos, biscoitos, embutidos, derivados do leite e outros, é responsabilidade da mulher. Além de alimentar a família, o excedente da produção é comercializado, complementando a renda (Silva; Santos; Ponciano, 2018).

A comercialização do excedente da produção dos alimentos processados, caracteriza uma agroindústria familiar rural (Silveira *et al.*, 2019). A agroindústria familiar rural é uma forma organizacional onde famílias rurais se dedicam à produção e ao processamento, total ou parcial, dos produtos oriundos das atividades agrícolas e/ou pecuárias com o objetivo de agregar valor para a comercialização (Silva; Santos; Ponciano, 2018). As mulheres desempenham um papel importante, atuando não somente na produção, mas um elevado percentual delas gerencia a agroindústria da família (Radin; Corazza, 2018). Esse modelo de agroindústria possui um potencial significativo para impulsionar o desenvolvimento rural, especialmente quando associado ao turismo rural (Silveira *et al.*, 2019).

O turismo rural na agricultura familiar é compreendido como uma atividade turística que ocorre no âmbito da unidade de produção dos agricultores familiares que mantêm atividades econômicas típicas da agricultura familiar (Tulik, 2003). Dessa forma, o turismo rural também se insere no contexto da agroindústria familiar, com o objetivo de gerar benefícios socioeconômicos por meio da valorização dos processos produtivos e da promoção dos produtos oriundos das propriedades locais.

A promoção e comercialização dos produtos da agroindústria familiar rural conta com um auxílio importante: a utilização de meios digitais. A utilização da internet no Brasil, alcança quase 93% do total de domicílios, chegando a 72,5 milhões (Scalco *et al.*, 2023). Nas áreas rurais do país esse percentual chega a 81% (IBGE, 2024). O acesso facilitado a internet permite que os agricultores familiares utilizem as mídias, sites e plataformas digitais para a divulgação e comercialização dos seus produtos (Gazolla; Aquino, 2021; Scalco *et al.*, 2023). O uso das mídias digitais, inseriu no dia-a-dia dos agricultores as questões de marketing digital e vendas on line (Scalco *et al.*, 2023). A utilização do marketing digital, por exemplo, possibilitou a divulgação dos produtos, aliando estratégias de comunicação e também de comercialização (Araújo, 2020).

Nesse contexto de crescente uso dos meios digitais, torna-se essencial discutir como o trabalho das mulheres são retratados nas mídias digitais, especialmente no âmbito do agronegócio e do turismo rural. Este artigo evidencia o protagonismo feminino, ressaltando a importância de ampliar os debates sobre gênero e emancipação financeira das mulheres. Valorizar e dar visibilidade ao trabalho realizado por elas é fundamental para compreender os impactos diretos em suas posições sociais, políticas e econômicas, contribuindo para a promoção da equidade e do reconhecimento em todas as esferas da sociedade (Silva; Santos; Ponciano, 2018).

Assim, baseado nos elementos apresentados, a questão de pesquisa a ser respondida é: Como as mídias digitais retratam a atuação das mulheres no contexto do agronegócio e no segmento do turismo rural? O objetivo é compreender como os blogs tratam o trabalho das mulheres no contexto do agronegócio e no segmento do turismo rural no Brasil. O artigo utiliza especificamente as publicações em blogs, pois correspondem a um tipo de mídia digital, que vem ganhando cada vez mais espaço no cenário brasileiro, inclusive no contexto rural, atuando como uma ferramenta de comunicação (Bittencourt, 2017). Conhecer os blogs é importante para conhecer os serviços e informações disponíveis. Além disso, os blogs podem ser utilizados como ferramenta para promover o desenvolvimento das atividades nas propriedades rurais promovendo outras fontes de renda para as famílias rurais.

O estudo se justifica por apoiar o protagonismo feminino, gerando oportunidades nas propriedades rurais. Contribui também com a ampliação e discussão das pesquisas que abordam a temática sobre as mulheres no meio rural e a atuação nas propriedades rurais, fortalecendo a formulação de políticas públicas que atendam tais necessidades.

2 Procedimentos Metodológicos

Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa, de cunho descritivo e exploratório. A pesquisa qualitativa tem por finalidade compreender fenômenos em maior profundidade, classifica-se como descritiva pois busca detalhar as características de uma determinada população ou fenômeno, e exploratória por ampliar a compreensão do problema, tornando-o mais evidente ou auxiliando na formulação de hipóteses (Gil, 2019).

Os dados foram coletados a partir da análise de conteúdos publicados em blogs brasileiros que retratam as mulheres como protagonistas no agronegócio e no turismo rural. A escolha por esse tipo de mídia digital se justifica por sua natureza interativa e informativa, uma vez que os blogs compartilham histórias, disseminam conhecimentos e possibilitam a troca de experiências por meio de comentários e engajamento direto com o público (Hakam, 2014). Esse tipo de mídia digital tem conquistado cada vez mais espaço no cenário brasileiro, inclusive no contexto rural e consolida-se como uma importante ferramenta de comunicação (Bittencourt, 2017).

As buscas nos blogs foram realizadas entre os dias 19 e 24 de novembro de 2024, por meio da guia anônima no navegador Google Chrome, no website de buscas Google. A palavra-chave “blogs” foi combinada com as seguintes: mulher, agronegócio, “agro” e turismo rural. Os critérios de inclusão e exclusão dos blogs foram: i) a existência do termo “blog” no endereço eletrônico (URL), seja no nome ou na descrição apresentada nos resultados do Google; 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 dos conteúdos dos blogs foi realizado em sete buscas, resultando na identificação de 51 conteúdos de blogs. Os dados coletados foram sistematizados em tabelas utilizando a ferramenta Planilhas do Google, organizadas em três pastas principais: (1) geral; (2) temas identificados; e (3) recortes principais. A primeira pasta, "geral", contém os resultados iniciais de cada busca, detalhando a metodologia utilizada. A tabela presente nesta pasta é estruturada em colunas, incluindo: "buscas realizadas"; "termos utilizados"; "filtros aplicados"; "quantidade levantada"; "blogs incluídos"; "critérios de inclusão"; e "observações". Após a aplicação dos critérios de inclusão, foram excluídos 30 blogs, restando para leitura e análise 21 blogs. Depois da primeira análise, seis blogs foram excluídos por não contemplarem o tema central da pesquisa, resultando em 15 blogs para a análise do conteúdo. Para identificação e a referência nos resultados, os blogs foram enumerados de 1 a 15 (Quadro 1).

Quadro 1 - Relação de blogs selecionados

Nº	Título	Blogs
1	Ações da Epagri fortalecem o protagonismo feminino e promovem a inclusão socioeconômica das mulheres rurais e pesqueiras	blog.epagri.sc.gov.br
2	Agricultoras de Bocaina do Sul e Paineiro participam de workshop sobre empreendedorismo	blog.epagri.sc.gov.br
3	Mulher no agro: transformando desafios e colhendo conquistas	blog/mulher-no-agro
4	Mulheres no agronegócio: rompendo barreiras e liderando transformações	blog-mulheres-no-agronegocio
5	O protagonismo das mulheres no agronegócio	blog/agronegocio/protagonismo-mulheres-agronegocio
6	Mulheres no agro: o protagonismo feminino e seus desafios	blog.agroline.com.br/mulheres-no-agro/
7	O empoderamento da mulher no agronegócio	blog.connectere.agr.br
8	Agricultura feminina: mulheres no agro brasileiro	blog.monicamarchett.com.br
9	Mulheres no agro: a força feminina no campo	blog.humberseguros.com.br
10	Dia da mulher: desafios e oportunidades no agronegócio	blog/post/dia-da-mulher-desafios-e-oportunidades-no-agronegocio
11	A importância da mulher no agronegócio: rumo à equidade	blog/importancia-mulher-agronegocio/
12	Turismo rural em Goiás – potencial econômico e sustentabilidade para comunidades locais	blog/105-turismo-rural-em-goias
13	Turismo rural: como transformar sua propriedade em um destino turístico lucrativo	blog/turismo-rural
14	Entre campos e sabores: uma viagem pelo turismo rural de Foz do Iguaçu	blog.nacionalinn.com.br/entre-campos-e-sabores-uma-viagem-pelo-turismo-rural-de-foz-do-iguacu
15	Diversidade do turismo rural: experiências e perspectivas na Feira de Santana	blogdafeira.com.br/home/2024/05/28/diversidade-do-turismo-rural-experiencias-e-perspectivas-na-feira-de-santana

Fonte: Elaborado pelas autoras (2025).

O Quadro 1 apresenta a relação dos conteúdos dos blogs selecionados para análise, sendo lidos integralmente. Em seguida uma segunda pasta foi criada com o nome "temas identificados". Nessa etapa, foram identificados temas principais, os quais foram organizados em uma tabela dividida em colunas, contendo: "separação por temas identificados"; "blogs incluídos"; "critérios de inclusão"; "recortes"; e "anotações". Após a identificação dos temas principais, a terceira pasta foi elaborada com os "Recortes Principais". Essa pasta apresenta uma tabela estruturada em duas colunas. A primeira coluna, "estudos de caso diretamente ligados ao tema central", reúne blogs selecionados que abordam diretamente a temática principal do estudo. A segunda coluna, "recortes", contém trechos extraídos dos blogs analisados, com passagens diretamente relacionadas ao escopo do artigo. Essa estrutura metodológica permitiu uma organização sistemática dos dados coletados, facilitando a identificação e análise das informações relevantes para o estudo. Para tratamento e sistematização dos dados da pesquisa, foi utilizado o Atlas.ti como ferramenta.

Após a organização sistemática dos dados coletados nos 15 blogs selecionados, 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. A Figura 1 apresenta os conteúdos dos blogs selecionados organizados por categorias.

Figura 1 - Categorização de acordo com os conteúdos dos blogs



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A Figura 1 apresenta informações sobre os blogs e as categorias identificadas. Essa estrutura permite uma análise mais sistemática das informações, possibilitando a visualização da relação entre os conteúdos dos blogs e as categorias identificadas na pesquisa.

3 Resultados

Os resultados oriundos da análise dos conteúdos dos 15 blogs são apresentados nas seções a seguir, organizadas por categorias com evidências dos blogs relacionados.

3.1 *Empreendedorismo feminino no turismo rural como alternativa de subsistência familiar*

Os blogs 1 e 2 destacam a importância das ações da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI). A EPAGRI, através da promoção do projeto Flor-E-Ser (blog 1) e do workshop da Mulher empreendedora da Serra Catarinense (blog 2), fomentam a capacitação e o desenvolvimento de habilidades empreendedoras em mulheres no meio rural do estado.

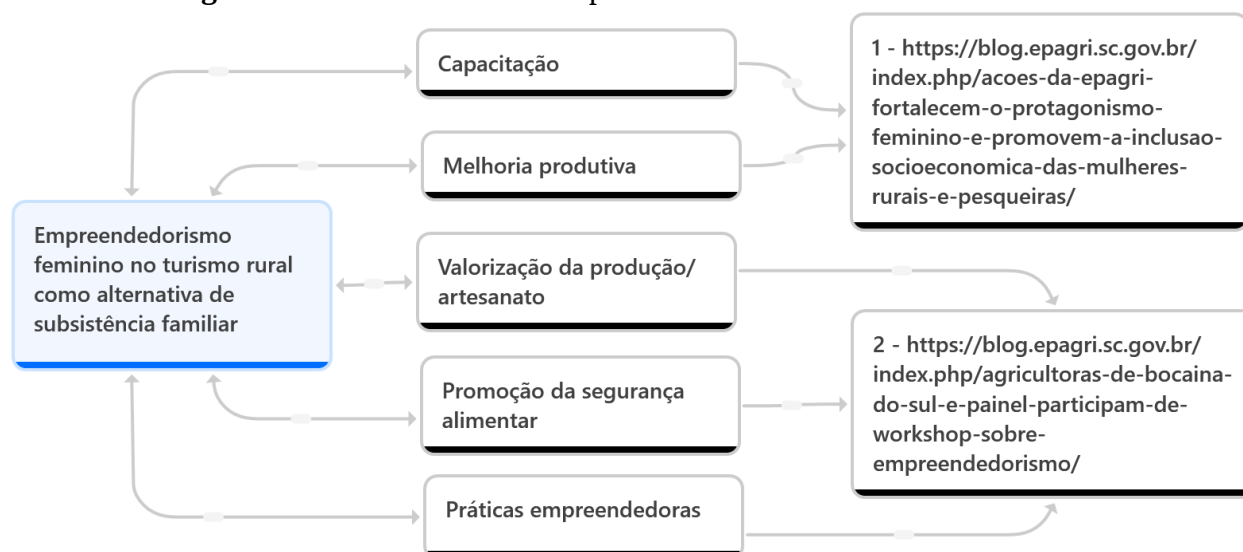
O projeto Flor-E-Ser, oferece cursos de longa duração focados em planejamento, gestão, empreendedorismo, políticas públicas, cooperativismo, e outros temas relevantes para o desenvolvimento das mulheres no campo. Desde 2019, o projeto já capacitou 453 mulheres, com um investimento de R\$ 8,5 milhões previsto para novas capacitações. Em 2023, por exemplo, a EPAGRI atendeu cerca de 50 mil mulheres, em todas as regiões catarinenses, com cursos, palestras e atendimentos na propriedade, promovendo a representatividade feminina e incentivando a autonomia econômica (blog 1).

A agricultora Isa Boettcher Tauchert, de Caçador-SC, é um exemplo de participante do projeto Flor-E-Ser apresentado no blog. A mesma implementou melhorias em sua propriedade, investindo na construção de uma sala de ordenha e na introdução de dietas personalizadas para suas vacas, buscando melhorar a subsistência da sua família. Após essa implementação a produção de leite aumentou de 1.200 litros para 6.000 litros mensais. Além da melhoria produtiva a proprietária diversifica a propriedade, investindo em turismo rural, recebendo visitantes para conhecer o cotidiano rural e o artesanato local (blog 1).

O workshop da Mulher Empreendedora da Serra Catarinense reuniu 200 mulheres, todas agricultoras dos municípios de Bocaina do Sul e Paineiras – SC. O evento buscou capacitar e desenvolver habilidades empreendedoras entre as mulheres do meio rural. Os painéis do workshop destacaram experiências empreendedoras da região serrana e das mulheres de Campo Belo do Sul, proporcionando uma visão ampla sobre as práticas empreendedoras na agricultura. As palestras abordaram a atuação da mulher no setor rural, destacando a importância da capacitação e do empoderamento feminino para o fortalecimento da agricultura familiar e a promoção da segurança alimentar (blog 2).

O workshop possibilitou as participantes integrar-se e trocar informações e experiências enriquecedoras sobre o empreendedorismo no campo. Essas experiências despertaram nas participantes uma nova perspectiva de futuro para o empreendedorismo. Além dos painéis e palestras as empreendedoras expuseram seus trabalhos artesanais, o que possibilitou a valorização de suas produções (blog 2). A Figura 2 apresenta a síntese das características do empreendedorismo feminino listados nos conteúdos blogs.

Figura 2 - Características de empreendedorismo feminino



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

O empreendedorismo feminino no turismo rural como alternativa de subsistência familiar é caracterizado nos conteúdos dos blogs pela capacitação, dos benefícios e melhorias na produção e/ou cultivo, na valorização dos produtos, sejam *in natura* ou artesanatos, caracterizam-se também na promoção da segurança alimentar e de práticas empreendedoras.

3.2 Mulheres como protagonistas no agronegócio

Os blogs 3 a 11 destacam que o protagonismo feminino no agronegócio é recente, porém está em expansão. A superação de barreiras históricas e o avanço na participação delas em diferentes etapas da cadeia produtiva é destaque. A centralidade da mulher como líder, empreendedora, produtora rural e agente de transformação social e econômica é unânime. A importância histórica da mulher no campo, é destacada nos blogs, com diversas menções ao envolvimento feminino desde o início da agricultura.

O Brasil possui mais de 5 milhões de empreendimentos rurais e cerca de um milhão deles são liderados por mulheres. A participação delas no campo passou de 12%, em 2006, para 19% em 2017, segundo o último censo agropecuário. No contexto dos pequenos agricultores, as mulheres representam 43%, segundo dados da Comissão Sobre a Situação da Mulher na ONU. Apesar do crescimento da participação feminina, a desigualdade de oportunidades ainda se configura como um dos principais desafios enfrentados pelas mulheres no contexto rural. Fatores de ordem cultural, emocional, econômica, além das questões relacionadas à autoconfiança e à sobrecarga de múltiplos papéis desempenhados, são destacados como elementos que contribuem significativamente para a manutenção das desigualdades de gênero no campo (blog 3).

Mesmo diante de um cenário marcado por desigualdades e inúmeros desafios, as mulheres vêm transcendendo os papéis tradicionalmente atribuídos a elas na agricultura, assumindo posições de liderança e protagonismo. Sua atuação tem impulsionado a inovação no

agronegócio, revelando uma presença cada vez mais estratégica e transformadora no setor (blogs 4 e 5). Os dados do Relatório de Fechamento do Plano Safra 2023/2024, elaborado pelo Sicredi, evidenciam a crescente relevância e o impacto das mulheres no meio rural. Segundo o documento, 23,6% dos produtores rurais associados à instituição são mulheres, respondem por 14% do total de recursos liberados na Safra 2023/2024, representam um montante expressivo de R\$ 7,6 bilhões. Esses números reforçam o protagonismo feminino na produção agrícola e sua contribuição efetiva para o desenvolvimento do setor (blog 6).

As mulheres no agronegócio demonstram notável capacidade de integrar a gestão das propriedades com inovação tecnológica e práticas sustentáveis, oferecendo contribuições fundamentais para a transformação do setor (blog 4). Mesmo diante do acúmulo de responsabilidades pessoais e profissionais, bem como da carência de políticas públicas mais eficazes — especialmente no que se refere ao acesso ao crédito e às tecnologias —, elas seguem superando barreiras estruturais e históricas (blogs 5 e 10). Neste cenário, iniciativas como as do Sicredi ganham destaque ao buscar ampliar a participação feminina no meio rural. A instituição oferece linhas de crédito exclusivas, como o FCO Mulher Empreendedora Rural e o Pronaf Mulher, além de promover a equidade de gênero por meio da capacitação e do empoderamento feminino. O Comitê Mulher do Sicredi, por exemplo, atua diretamente no incentivo à liderança feminina nas cooperativas e nas comunidades onde a instituição está presente (blog 6).

As mulheres desempenham um papel fundamental no meio rural (blog 6). O aumento de sua participação fortalece não apenas a base econômica das comunidades rurais, mas também impulsiona processos de transformação social e produtiva (blog 4). Suas atuações são múltiplas e estratégicas, abrangendo desde a produção de alimentos até a gestão de pequenas propriedades rurais. Mesmo em um setor historicamente marcado por estruturas patriarcais e desigualdade de gênero, observa-se um movimento crescente de mulheres em busca de qualificação profissional. Essa busca é impulsionada tanto pela necessidade de autonomia quanto pela demanda por habilidades técnicas, cada vez mais exigidas na administração eficiente das propriedades (blog 6).

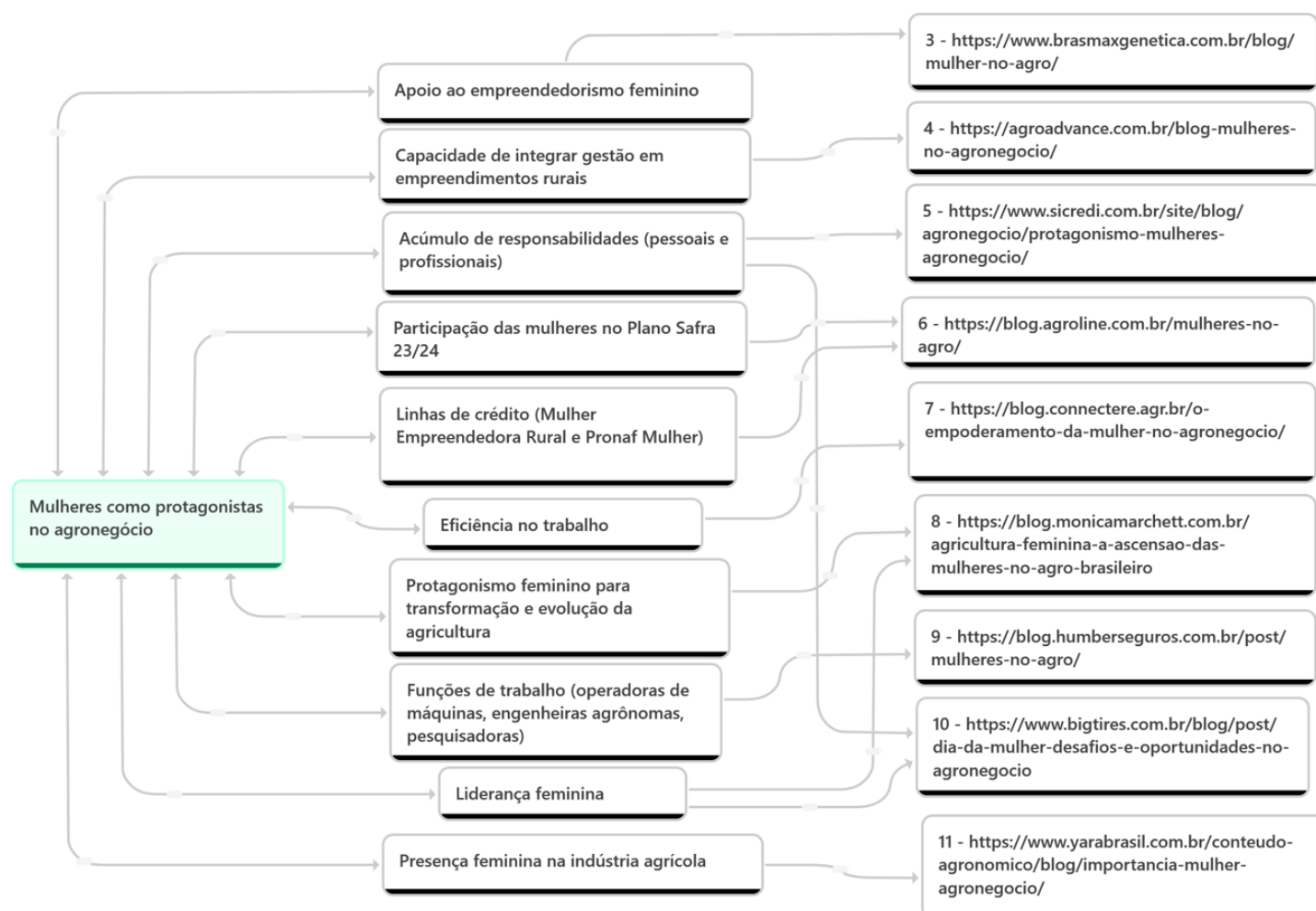
O protagonismo feminino desponta no agronegócio como força motriz de transformação e evolução (blog 8). Além da eficiência no trabalho (blog 7), exercendo papéis essenciais de liderança e inovação, as mulheres demonstram paixão pelo setor (blog 8). As propriedades lideradas por elas tendem a adotar práticas mais sustentáveis e eficientes (blogs 7 e 10). As mulheres transcendem os papéis tradicionais historicamente atribuídos a elas no campo, de filhas ou esposas de proprietários, e assumem funções diversas e de grande relevância (blog 10), como operadoras de máquinas, engenheiras agrônomas, pesquisadoras (blog 9), gestoras e lideranças em organizações rurais (blog 10). Celebrar essas conquistas femininas no agronegócio é essencial, mas também é preciso considerar os desafios remanescentes. Superá-los é uma exigência não apenas de equidade, mas de viabilidade para um agronegócio sustentável e inclusivo (blog 10). Nesse cenário, a resiliência e adaptabilidade das mulheres se destacam como diferenciais que potencializam sua atuação frente às adversidades e à complexidade das atividades rurais (blog 9).

Embora a participação feminina no agronegócio ainda ocorra de forma desigual, iniciativas significativas vêm sendo promovidas por empresas do setor com o objetivo de mitigar essa disparidade. A Yara, multinacional do ramo de fertilizantes com aproximadamente

17 mil colaboradores e presença em mais de 160 países, destaca-se por suas ações voltadas à promoção da equidade de gênero. A empresa investe na construção de um ambiente de trabalho seguro, inclusivo e que valoriza a atuação feminina. Em seus processos seletivos, há priorização estratégica para a inclusão de mulheres em todos os níveis hierárquicos, tanto interna quanto externamente, assegurando igualdade de oportunidades. Entre suas ações, destaca-se o programa *Women in Agronomy*, presente em mais de 38 países, que tem como objetivo fortalecer a presença feminina na indústria agrícola. O programa atua por meio de ações como mentoria, formação de redes de apoio e fomento à visibilidade das profissionais do setor, contribuindo assim para a construção de uma cultura organizacional mais equitativa e inclusiva (blog 11).

A Organização das Nações Unidas (ONU) estabelece sete princípios fundamentais para orientar corporações no compromisso com a promoção da igualdade de gênero. Esses princípios englobam, desde a liderança corporativa comprometida com a equidade, até ações concretas no ambiente de trabalho e na comunidade. As medidas incluem: (1) liderança corporativa sensível à igualdade de gênero; (2) tratamento justo e igualitário no emprego, abrangendo recrutamento, retenção e desenvolvimento profissional; (3) promoção da saúde, segurança e bem-estar das colaboradoras; (4) educação e capacitação contínuas; (5) apoio ao empreendedorismo feminino e acesso a oportunidades de desenvolvimento econômico; (6) promoção da igualdade de gênero por meio de ações comunitárias; e (7) monitoramento e publicação dos avanços da empresa em relação à equidade de gênero. Tais diretrizes fornecem um referencial robusto para que empresas avaliem e aprimorem suas práticas institucionais, fortalecendo seu compromisso com uma cultura organizacional mais justa, inclusiva e socialmente responsável (blog 3). A Figura 3 apresenta a síntese das características das mulheres como protagonistas listados nos conteúdos dos blogs.

Figura 3 - Características das mulheres como protagonistas



Fonte: dados da pesquisa (2025).

A atuação das mulheres como protagonistas no agronegócio é retratada pelos blogs através de oportunidades e desafios. Por exemplo, as oportunidades estão relacionadas a participação das mulheres no plano safra, a capacidade de integrar a gestão de empreendimentos rurais, eficiência no trabalho realizado, liderança ativa, ações que promovem práticas mais sustentáveis, resiliência e adaptabilidade, a presença feminina na indústria agrícola e as ações de apoio ao empreendedorismo feminino. Porém, os desafios identificados consistem em desigualdade de gênero, acúmulo de responsabilidade, novas funções de trabalho, como operadoras de máquinas e outras funções.

3.3 Turismo rural como fonte de renda familiar

Os conteúdos dos blogs 12 a 15 destacam vantagens e iniciativas de turismo rural como uma alternativa lucrativa à dependência das receitas agrícolas para os empreendimentos familiares. O turismo rural como estratégia de diversificação é retratado não somente como uma nova fonte de renda para os produtores, mas também como alternativa de promoção da

cultura local e de sustentabilidade, contribuindo para a preservação do patrimônio natural e cultural. Os conteúdos dos destacaram ações desenvolvidas nos estados Goiás (blogs 12 e 13) e Paraná (blog 14), onde o turismo rural é adotado como fonte de renda familiar.

O turismo rural está ganhando espaço no estado de Goiás, despontando como uma alternativa promissora para diversificar a economia e promover a sustentabilidade nas áreas rurais do estado, em especial pelos pequenos agricultores (blogs 12 e 13). Essa atividade proporciona novas fontes de renda para os moradores locais e dinamiza a economia da região (blog 12). Além da diversificação de renda, o turismo rural promove a conservação ambiental, a educação cultural e o fortalecimento da comunidade (blog 13).

Nesse sentido, a Agência Goiana de Assistência Técnica, Extensão Rural e Pesquisa Agropecuária (Emater), em parceria com a Goiás Turismo desenvolveu o programa de turismo rural de Goiás, visando impulsionar o turismo rural no estado. O programa foi lançado durante um seminário de turismo, o evento discutiu as potencialidades e desafios dessa modalidade, além de mostrar os impactos positivos que pode trazer para as comunidades locais (blog 12). Nesse sentido o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), também destaca o Turismo Rural como forma de transformar a propriedade rural em um destino turístico lucrativo no estado de Goiás (blog 13).

O turismo rural surge como uma alternativa que melhora a estabilidade financeira do agricultor, principalmente diante das incertezas relacionadas ao mercado agrícola (blog 13). O programa de turismo rural de Goiás busca divulgar e promover roteiros turísticos no interior de Goiás, preparando propriedades rurais para receber visitantes e proporcionar experiências autênticas no campo. A iniciativa visa gerar emprego e renda, fortalecer o comércio local e incentivar a conservação ambiental. O projeto piloto começou em Guarani de Goiás e será expandido para todo o estado, impulsionando o turismo rural e valorizando os patrimônios e produtos regionais, trazendo benefícios econômicos, sociais, culturais e ambientais para a sociedade (blog 12).

A cultura e práticas agrícolas tradicionais da região são disseminadas aos visitantes da propriedade e essa imersão possibilita o aumentando o valor percebido do negócio. Os laços comunitários são fortalecidos com a implantação do turismo rural. A comunidade se une em prol do desenvolvimento local, melhorando não somente a oferta de empregos e novas oportunidades de negócios (blog 13).

Para iniciar atividade no turismo rural ações precisam ser desenvolvidas. Requer avaliação e planejamento, adequação às conformidades legais exigidas, adaptação da infraestrutura para recebimento dos turistas e investimento em promoção e marketing. Identificar atrações naturais, culturais ou agrícolas que possam interessar aos visitantes e planejar o acesso a esses recursos de forma sustentável, fazem parte das primeiras ações a serem desenvolvidas. Posteriormente, todas as exigências legais precisam ser verificadas para garantir a conformidade da atividade com as regulamentações locais, evitando assim contratempos legais. O conforto e segurança dos visitantes devem ser garantidos, adaptações e construções muitas vezes são necessárias. Por fim, as estratégias de promoção e marketing digital eficazes são elaboradas e implementadas, para destacar as experiências únicas que a propriedade oferece. Nesse sentido, o SENAR Goiás oferece um curso de Turismo Rural que abrange desde

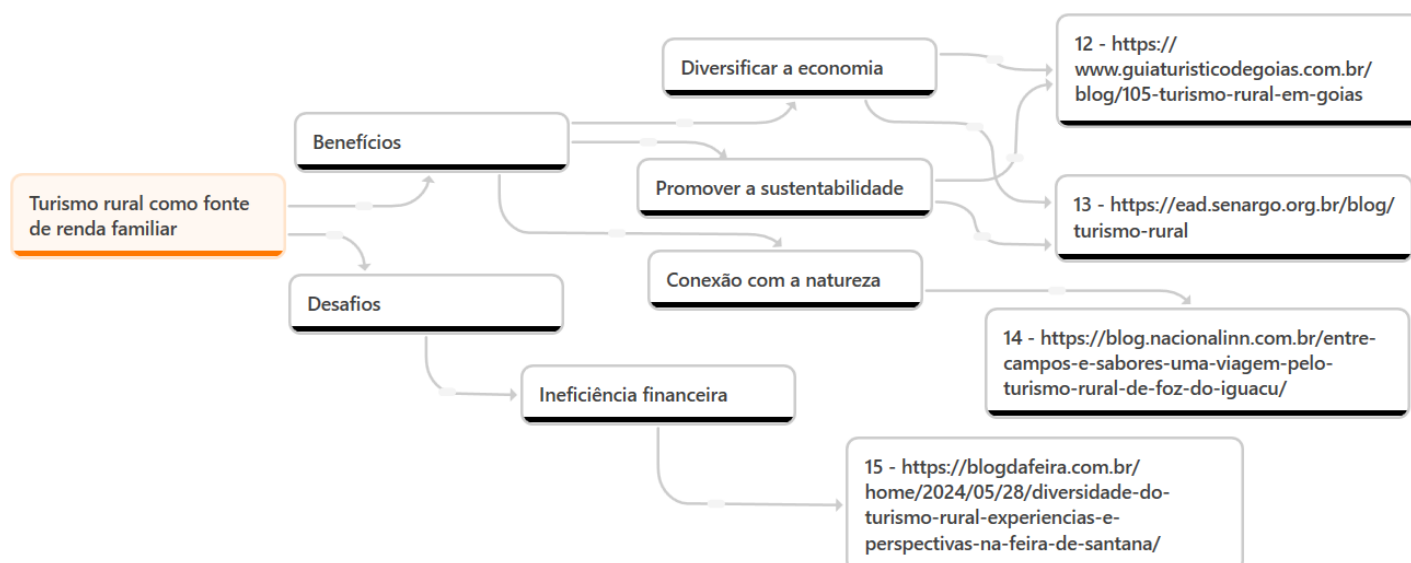
o planejamento até a execução de um empreendimento turístico de sucesso, ajudando os proprietários a transformar suas propriedades em destinos turísticos lucrativos (blog 13).

O esforço conjunto das secretarias de Agricultura e Turismo, agentes de viagem, empresários locais e o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) do estado do Paraná, que fez o turismo rural em Foz do Iguaçu florescer. A partir de algumas iniciativas, os visitantes têm a oportunidade não apenas de ver as Cataratas do Iguaçu, mas também de desfrutar da tranquilidade rural. As belezas do estado são destacadas, sugerindo ao leitor do conteúdo do blog trocar o barulho ensurdecedor dos carros, pelo sussurro suave das folhas dançando ao vento, e substituir o concreto cinza pela exuberância verde das paisagens rurais. Essa é a promessa que tem atraído viajantes do mundo todo para essa região encantadora do oeste do Paraná (blog 14).

A história inspiradora dos empreendedores Marinês e Valentim Olivo, é compartilhada. Estes transformaram o riacho de sua propriedade em Medianeira-PR em um negócio familiar, onde o turismo rural se tornou sua paixão e principal fonte de renda. Com infraestrutura impecável e beleza natural, o local convida todos a relaxar e se reconectar com a vida. O município de São Miguel do Iguaçu, na região fronteira do estado também é destaque, lá os visitantes podem desfrutar de um banquete gastronômico com pratos da culinária local enquanto estão cercados por animais encantadores. Por fim, a cidade de Foz do Iguaçu é evidenciada por oferecer um santuário de tranquilidade, onde cada visita é uma jornada de descoberta e conexão com a natureza (blog 14).

Diferentemente dos casos de sucesso observados nos estados de Goiás (blogs 12 e 13) e Paraná (blog 14), a cidade de Feira de Santana, na Bahia, apesar de suas riquezas culturais e belezas naturais, enfrenta desafios significativos na aplicação eficiente de investimentos voltados para o turismo rural. Essa ineficiência compromete o fortalecimento do setor, impedindo que a cidade aproveite todo o seu potencial turístico. Mesmo estando estrategicamente localizada próxima à capital do estado, Salvador, o turismo rural na região ainda é pouco explorado. Para impulsionar esse segmento em Feira de Santana, algumas estratégias podem ser adotadas. Inicialmente, é essencial implementar ações de mapeamento e capacitação da comunidade, estimulando o espírito empreendedor local. Além disso, a diversificação das atividades turísticas, a valorização e promoção da cultura regional, investimentos em infraestrutura nas áreas rurais, o fortalecimento de parcerias entre comunidades locais, a educação e sensibilização ambiental e cultural, bem como estratégias eficazes de marketing e divulgação, são fatores fundamentais para o crescimento sustentável do turismo rural na cidade (blog 15). A Figura 4 apresenta a síntese das características do turismo como fonte de renda.

Figura 4 - Características do turismo como fonte de renda



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

O turismo rural como fonte de renda familiar é retratado pelos blogs através de benefícios e desafios. Os benefícios estão relacionados a diversificação econômica, promoção da sustentabilidade e conexão com a natureza. Todavia o desafio consiste na ineficiência financeira, representada pela falta de investimento em algumas regiões para promover o turismo rural. O aspecto financeiro também pode ser resultante da má aplicação dos recursos destinados ao desenvolvimento deste segmento. Essa fragilidade compromete o pleno aproveitamento do potencial turístico e a geração de renda contínua para as comunidades locais.

4 Considerações Finais

O trabalho buscou compreender como os blogs tratam o trabalho das mulheres no contexto do agronegócio e no segmento do turismo rural no Brasil. A análise dos conteúdos presentes em blogs brasileiros evidenciou que as mídias digitais têm desempenhado um papel significativo na valorização e visibilidade da atuação das mulheres no agronegócio e no turismo rural. Esses espaços virtuais retratam as mulheres como protagonistas em seus territórios, destacando suas trajetórias, conquistas, desafios e formas de organização.

A atuação das mulheres como protagonistas no agronegócio também é retratada nos conteúdos analisados por meio de oportunidades e desafios. Por exemplo, as oportunidades estão relacionadas a participação das mulheres no plano safra, capacidade de integrar a gestão de empreendimentos rurais, eficiência no trabalho realizado, liderança ativa, ações que promovem práticas mais sustentáveis, resiliência e adaptabilidade, a presença feminina na indústria agrícola e as ações de apoio ao empreendedorismo feminino. Porém, os desafios identificados consistem em desigualdade de gênero, acúmulo de responsabilidade, novas funções de trabalho e reconhecimento de habilidades e capacidade para gerir um negócio no meio rural.

Nesse sentido, os conteúdos dos blogs funcionam como instrumentos de comunicação e empoderamento, permitindo que essas mulheres compartilhem suas histórias, promovam seus

produtos, construam redes de apoio e ampliem sua presença nos espaços sociais e econômicos. A linguagem adotada nesses meios favorece a aproximação com o público, criando um ambiente de troca, inspiração e reconhecimento. Os blogs não apenas informam, mas também contribuem para a desconstrução de estereótipos de gênero no meio rural.

Portanto, as mídias digitais, por meio dos conteúdos dos blogs analisados, não apenas documentam a participação feminina no agronegócio e no turismo rural, mas também funcionam como ferramentas estratégicas de visibilidade e transformação social. A presença feminina nos conteúdos analisados está associada à capacitação, empreendedorismo, melhorias no meio rural, valorização da produção e segurança alimentar, eficiência nos processos e serviços, protagonismo, versatilidade e liderança. Essas associações podem contribuir para a promoção da equidade de gênero no campo, reforçando a importância de ampliar os debates sobre a atuação das mulheres e seus impactos nas dimensões econômicas, sociais e culturais das comunidades rurais.

O estudo possibilitou um panorama das discussões sobre a atuação das mulheres no contexto do agronegócio e no segmento do turismo rural, por meio de informações disponíveis nas mídias digitais. Ao explorar as categorias Empreendedorismo feminino no turismo rural como alternativa de subsistência familiar; Mulheres como protagonistas no agronegócio; e Turismo rural como fonte de renda familiar, é possível identificar a necessidade de debates sobre o assunto para contribuir com ações e formulação de políticas públicas para sanar alguns desafios relacionados principalmente com a desigualdade de gênero, problema enfrentado pelas mulheres no meio rural. Embora a atuação feminina demonstra um avanço, torna-se indispensável manter a evolução e traçar um caminho com oportunidades justas.

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, que são ferramentas importantes utilizadas como fonte de conhecimento. Como limitação destaca-se o uso exclusivo de blogs brasileiros. Diante disso, sugere-se para pesquisas futuras a abordagem e análise de blogs de outros países, como também o uso de outras mídias digitais que tratam da temática. Pesquisas que investiguem a percepção das mulheres atuantes no meio rural sobre a utilização de mídias digitais para promover o protagonismo feminino e relacionar os dados dessa pesquisa com a literatura acadêmica.

Agradecimentos: As autoras agradecem à Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia do Estado de Mato Grosso do Sul (FUNDECT) - TO: 287/2022–SIAFEM: 32206; TO: 100/2023 – SIAFEM: 33080 e TO: 928/2022 – SIAFEM: 32674; Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq): Processos 311970/2023-0; 406013/2023-3 e 403959/2024-1; CAPES e a Universidade Federal da Grande Dourados.

Referências

AGROADVANCE. **Mulheres no agronegócio:** rompendo barreiras e liderando transformações. 2024. Blog Agroadvance. Disponível em: <https://agroadvance.com.br/blog-mulheres-no-agronegocio/>. Acesso em: 22 nov. 2024.

AGROLINE. **Mulheres no agro:** o protagonismo feminino e seus desafios. 2024. Blog Agroline. Disponível em: <https://blog.agroline.com.br/mulheres-no-agro/>. Acesso em: 24 nov. 2024.

ARAÚJO, C. H. *et al.* **Comportamento do consumidor em relação ao gênero.** Trabalho de Conclusão de Curso – Instituto Federal Goiano, Ipameri, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ifgoiano.edu.br/bitstream/prefix/1376/3/Carlos%20Tcc%20IF%20Goiano%20-Gest%C3%A3o%20Comercial.pdf>. Acesso em: 2 abr. 2025.

ASADULLAH, M.; KAMBHAMPATI, U. Feminization of farming, food security and female empowerment. **Global Food Security**, [s. l.], v. 29, p. 100532, jun. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2021.100532>.

BALAINÉ, L. Gender and the Preservation of Family Farming in Ireland. **EuroChoices**, [s. l.], v. 18, p. 33–37, dez. 2019. DOI: <https://doi.org/10.1111/1746-692X.12242>.

BIG TIRES. **Dia da mulher:** desafios e oportunidades no agronegócio. 2024. Blog Big Tires. Disponível em: <https://www.bigtires.com.br/blog/post/dia-da-mulher-desafios-e-oportunidades-no-agronegocio>. Acesso em: 24 nov. 2024.

BITTENCOURT, M. Grounded theory como metodologia para o estudo das mídias digitais. **Comunicação & Sociedade**, [s. l.], v. 39, n. 1, 2017.

BLOG DA FEIRA. **Diversidade do Turismo Rural:** experiências e perspectivas na Feira de Santana. 2024. Blog da Feira. Disponível em: <https://blogdafeira.com.br/home/2024/05/28/diversidade-do-turismo-rural-experiencias-e-perspectivas-na-feira-de-santana/>. Acesso em: 19 nov. 2024.

BRASMAX. **Mulher no agro:** transformando desafios e colhendo conquistas. 2024. Blog Brasmax. Disponível em: <https://www.brasmaxgenetica.com.br/blog/mulher-no-agro/>. Acesso em: 21 nov. 2024.

CARDOSO, A. L.; SINGULANO, M. A.; ALVES, R. L.; AGUIAR, F. P. P. D.; MESSIAS, M. C. T. B. Potencial da agricultura familiar para alcançar os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável em uma região mineradora. **Ambiente & Sociedade**, [s. l.], v. 27, p. e00083, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-4422asoc00831vu27L3AO>

CONNECTERE. **O empoderamento da mulher no Agronegócio.** 2020. Blog Connectere. Disponível em: <https://blog.connectere.agr.br/o-empoderamento-da-mulher-no-agronegocio/>. Acesso em: 23 nov. 2024.

EMBRAPA. **A evolução da agricultura do Brasil.** 5 jul. 2023. Disponível em: https://www.embrapa.br/agropecuaria-oeste/busca-de-noticias/-/noticia/81665485/artigo---a-evolucao-da-agricultura-do-brasil?p_auth=KuqIGFAA. Acesso em: 1 abr. 2025.

EPAGRI. **Ações da Epagri fortalecem o protagonismo feminino e promovem a inclusão socioeconômica das mulheres rurais e pesqueiras.** 2024. Blog Epagri. Disponível em: <https://blog.epagri.sc.gov.br/index.php/acoes-da-epagri-fortalecem-o-protagonismo-feminino-e-promovem-a-inclusao-socioeconomica-das-mulheres-rurais-e-pesqueiras/>. Acesso em: 20 nov. 2024.

EPAGRI. **Agricultoras de Bocaina do Sul e Painel participam de workshop sobre empreendedorismo.** 2023. Blog da Epagri. Disponível em: <https://blog.epagri.sc.gov.br/index.php/agricultoras-de-bocaina-do-sul-e-painel-participam-de-workshop-sobre-empreendedorismo/>. Acesso em: 19 nov. 2024.

GAZOLLA, M.; AQUINO, J. Reinvenção dos mercados da agricultura familiar no Brasil: a novidade dos sites e plataformas digitais de comercialização em tempos de Covid-19.

Estudos Sociedade e Agricultura, [s. l.], v. 29, p. 427–460, jun. 2021. DOI:

<https://doi.org/10.36920/esa-v29n2-8>.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2019.

GUIA TURISTICO DE GOIAS. **Turismo Rural em Goiás**. 2024. Blog Guia Turístico de Goiás,. Disponível em: <https://www.guiaturisticodegoias.com.br/blog/105-turismo-rural-em-goias>. Acesso em: 22 nov. 2024.

HAKAMI, Y. A. A.; TAM, S.; BUSALIM, A. H.; HUSIN, A. R. C. A review of factors affecting the sharing of knowledge in social media. **Science International**, v. 26, n. 2, 2014. 2014. Disponível em: <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:62325615>. Acesso em: 22 nov. 2024.

HUMBER SEGUROS. **Mulheres no agro: a força feminina no campo**. 2024. Blog Humber Seguros. Disponível em: <https://blog.humberseguros.com.br/post/mulheres-no-agro/>. Acesso em: 24 nov. 2024.

IBGE. **Internet foi acessada em 72,5 milhões de domicílios do país em 2023**. 2024. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41024-internet-foi-acessada-em-72-5-milhoes-de-domicilios-do-pais-em-2023#:~:text=A%20Internet%20era%20utilizada%20em,%25%20para%2081%2C0%25>. Acesso em: 2 abr. 2025.

LADIO, A. La etnobiología en áreas rurales y su aporte a la lucha para desentrañar sesgos patriarcales ethnobiology in rural areas and its contribution to the struggle to unravel patriarchal biases. **Ethnoscientia**, [s. l.], v. 5, p. 2020, jul. 2020. DOI: <https://doi.org/10.22276/ethnoscientia.v5i1.298>.

MARCHETT, M. **Agricultura Feminina: Mulheres no Agro Brasileiro**. [s. d.]. Blog Mônica Marchett. Disponível em: <https://blog.monicamarchett.com.br/agricultura-feminina-a-ascensao-das-mulheres-no-agro-brasileiro>. Acesso em: 22 nov. 2024.

NACIONALINN. **Entre Campos e Sabores: Uma Viagem pelo Turismo Rural de Foz do Iguaçu**. [s. d.]. Blog NacionalInn. Disponível em: <https://blog.nacionalinn.com.br/entre-campos-e-sabores-uma-viagem-pelo-turismo-rural-de-foz-do-iguacu/>. Acesso em: 20 nov. 2024.

NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL. **Histórias inspiradoras de mulheres rurais brasileiras são destaque em publicação da FAO**. 17 mar. 2022. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/175154-hist%C3%B3rias-inspiradoras-de-mulheres-rurais-brasileiras-s%C3%A3o-destaque-em-publica%C3%A7%C3%A3o-da-fao>. Acesso em: 20 nov. 2024.

RADIN, J. C.; CORAZZA, G. Dicionário histórico-social do Oeste catarinense. Place of publication not identified: SciELO Books - Editora UFFS, 2018. DOI: <https://doi.org/10.7476/9788564905658>

SCALCO, A.; SOUZA, A.; BERNARDO, C.; BERNARDO, R.; SATOLO, E. Social media for promotion and commercialization in family farming: a resource application perspective.

Revista Observatório, [s. l.], v. 9, dez. 2023. DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2023v9n1a140en>

SENAR GOIÁS. **Turismo Rural**: como transformar sua propriedade em um destino turístico lucrativo. 2024. Blog Senar Goiás. Disponível em: <https://ead.senargo.org.br/blog/turismo-rural>. Acesso em: 24 nov. 2024.

SENE, M. T. D.; GNING, S. B. Le financement des initiatives féminines de transition agroécologique. **Revue Internationale des Étude du Développement**. [s. l.], v. 254, p. 55–88, 2024. DOI: <https://doi.org/10.4000/ried.10184>

SICREDI. **O protagonismo das mulheres no agronegócio**. 2024. Blog Sicredi. Disponível em: <https://www.sicredi.com.br/site/blog/agronegocio/protagonismo-mulheres-agronegocio/>. Acesso em: 19 nov. 2024.

SILIPRANDI, E.. **Mulheres e agroecologia**: transformando o campo, as florestas e as pessoas. [S. l.]: UFRJ, 2015. Disponível em: <https://alimentacaosaudavel.org.br/biblioteca/mulheres-e-agroecologia-transformando-o-campo-as-florestas-e-as-pessoas/11267/>. Acesso em: 24 nov. 2024.

SILVA, A. M. da; SANTOS, E. V. M.; PONCIANO, N. J. A agroindústria familiar como estratégia de reprodução socioeconômica e de emancipação feminina em Linhares, Espírito Santo. **Extensão Rural**, [s. l.], v. 25, n. 1, p. 22–40, dez. 2018. DOI: <https://doi.org/10.5902/2318179629950>

SILVEIRA, P. R. C. da; DIESEL, V.; LERNER, F.; BARCELLOS, S.; NEWMANN, P. S.; FROEHLICH, J. M.; BRITO, A. de S. **O turismo e a recriação das agroindústrias rurais tradicionais**. [s. l.], 2019. Disponível em: http://coral.ufsm.br/desenvolvi-mentorural/textos/Artigo_Citurdes%20enviado.pdf. Acesso em: 1 abr. 2025.

TULIK, O. **Turismo rural**. 2ª. São Paulo: Aleph, 2003. (Coleção ABC do turismo).

YARA BRASIL. **A Importância da mulher no agronegócio**: Rumo à equidade. 2024. Blog YaraNutre. Disponível em: <https://www.yarabrasil.com.br/conteudo-agronomico/blog/importancia-mulher-agronegocio/>. Acesso em: 20 nov. 2024.