TURISMO RURAL: ANÁLISE DOS DESAFIOS E OPORTUNIDADES DE UMA INICIATIVA DO MUNICÍPIO DE CHAPECÓ/SC

RURAL TOURISM: ANALYSIS OF CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR AN INITIATIVE BY THE MUNICIPALITY OF CHAPECÓ/SC

Autores: Juliano Luiz Fossá[1], Ana Paula Schervinski Villwock[2], Larissa Ferreira Tavares[3], Emilly Karoline dos Santos Alves[2].
Filiação: Universidade Federal do Rio Grande (FURG)[1], Universidade Federal de Sergipe (UFS)[2], Universidade Federal de Pelotas (UFPel)[3].
E-mail: j.fossa@gmail.com, ana.agronomia@gmail.com, larissaftavares@gmail.com, emilly_ufs2020@academico.ufs.br

Grupo de Trabalho (GT): 05. Agricultura familiar, ruralidades e relações de gênero

Resumo
O objetivo deste artigo se constituiu em analisar os desafios e oportunidades do "Desbrave Chapecó", uma iniciativa de turismo rural no município de Chapecó/SC. Em termos metodológicos, o estudo caracteriza-se a partir de uma abordagem qualitativa. A coleta de dados no campo de pesquisa se deu por meio de entrevistas com roteiro semiestruturado, registro no diário de campo e intervenção fotográfica, as quais foram realizadas entre novembro de 2023 e fevereiro de 2024 nos oito empreendimentos pertencentes ao projeto. Entre os principais resultados estão a valorização das instituições locais quanto à organização do projeto, do coletivo, mas principalmente as ações de divulgação de marketing dos empreendimentos que impulsionaram a demanda dos consumidores. Verificou-se o reconhecimento dos investimentos realizados na sinalização por meio das placas próximo à cada estabelecimento. De igual modo, há apontamentos que sinalizam a necessidade de infraestrutura externa, como por exemplo, as condições das estradas, recolhimento de lixo, qualidade da conexão de internet e acesso à energia trifásica. Em complemento, há desafios como a melhoria da divulgação turística por parte do município, ampliação das placas de sinalização e apoio estatal, especialmente quanto às linhas de financiamento de fomento. Por fim, considera-se que no caso estudado, apesar de apresentar grande potencial ainda carece de políticas públicas de fortalecimento, especialmente para aqueles empreendedores originários da agricultura familiar que possuem dificuldades para viabilizar investimentos por conta própria ou ainda via sistema bancário tradicional.
Palavras-chave: Turismo Rural; Ruralidades; Agricultura Familiar.

Abstract
The objective of this article was to analyze the challenges and opportunities of "Desbrava Chapecó", a rural tourism initiative in the municipality of Chapecó/SC. In methodological terms, the study is characterized by a qualitative approach. Data collection in the research field took place through interviews with a semi-structured script, recording in the field diary and photographic intervention, which were carried out between November 2023 and February 2024 in the eight projects belonging to the project. Among the main results are the appreciation of local institutions regarding the organization of the project, the collective, but mainly the marketing dissemination actions of the projects that boosted consumer demand. The investments made in signage were recognized through signs near each establishment. Likewise, there are notes that indicate the need for external infrastructure, such as road conditions, garbage collection, quality of internet connection and access to three-phase energy. In addition, there are challenges such as improving tourism promotion by the municipality, expanding signposts and state support, especially regarding development financing lines. Finally, it is considered that in the case studied, despite presenting great potential, it still lacks strengthening public policies, especially for those entrepreneurs originating from family farming who have difficulties in making investments viable on their own or via the traditional banking system.
***Key words**: Rural tourism; Ruralities; Family Farming.*

1. Introdução

O processo de urbanização nas cidades brasileiras tem aumentado com o passar dos anos, e com isso, cresce a necessidade pelo turismo rural, tanto para os moradores das cidades que trocam a paisagem de concreto das edificações urbanas por um cenário verde; como prática social e econômica para os pequenos empreendedores para alavancar economias nacionais, regionais e locais (Silveira, 2001; Moletta; Goidanich, 1999).

Pensando no meio rural, o mundo do trabalho e da produção vem passando por profundas transformações que exigem iniciativas de criar novos mercados, referenciar e dinamizar economias locais e regionais e gerar dois dos pontos do capitalismo, o emprego e a renda, o que pode ser observado por meio do turismo rural (Silveira, 2001; Campanhola; Graziano da Silva, 2000).

As definições conceituais do turismo se constituem em verdadeiros desafios e naturalmente se apresenta em diferentes formas especialmente por sua amplitude, capilaridade e ainda um debate recente no meio acadêmico. Beni (2013), considera o turismo como uma atividade plurissetorial geradora de reflexos socioeconômicos, ambientais, entre outros, que exigem coordenação e planejamento adequados de médio e longo prazo por parte do poder público, objetivando seu desenvolvimento sustentável. Considera-se também que o incentivo via políticas públicas e uma prática turística mais consciente das limitações e potencialidades dos territórios e regiões passa pela busca constante da aproximação entre as perspectivas científica e empírica.

Já a Organização Mundial do Turismo (OMT) vem desenvolvendo sua própria definição conceitual ao longo dos anos. Nesta perspectiva, em 2008 a OMT definiu o turismo como um "fenômeno social, cultural e econômico, que envolve o movimento de pessoas para lugares fora do seu local de residência habitual" (OMT, 2010, p. 01). Já em 2015 a OMT acrescenta ao conceito as perspectivas do turismo profissional e de negócios. Estas pessoas são chamadas visitantes (que podem ser turistas ou excursionistas; residentes ou não residentes) e o turismo tem a ver com as suas atividades desenvolvidas, algumas das quais envolvem despesas turísticas.

Apresentadas algumas questões iniciais, é oportuno ressaltar que as atividades turísticas podem ser desenvolvidas nas mais variadas vertentes, com potencial para contribuir com a geração de trabalho e renda, assim como promover desenvolvimento local, regional e sustentável da sociedade. Desse modo, para promover a atividade turística envolve o uso de estratégias, planejamento, consultas públicas, participação dos diversos atores, ações com representatividade da sociedade civil organizada, da iniciativa privada, do poder público (Caire; Caire-Roullet, 2011).

Em linhas gerais, na medida em que as definições conceituais sobre o turismo avançam, a representatividade do setor também se amplia. Os dados do IBGE revelam que o turismo brasileiro faturou em 2022 aproximadamente R$ 208 bilhões expressando a importância do setor à economia brasileira (Brasil, 2023).

Nesta perspectiva, segundo a OMT (2010) afirma que há diversos tipos de produtos turísticos, entre os quais o turismo rural, objeto deste estudo acadêmico. A atividade do turismo rural se insere em um ambiente de transformações e que gradativamente tem sido marcado a partir da presença de novos atores, produtos, serviços e possibilidades no rural brasileiro (Solha, 2019). Isto é, o turismo rural está correlacionado às atividades em que o homem urbano procura para buscar resgatar suas origens culturais, o contato com a natureza e a valorização da cultura local (Moletta; Goidanish, 1999). Ao compreender que o rural pode ser entendido como um processo de continuidades e rupturas nos termos de Wanderley (2003), ao mesmo tempo em que, na perspectiva de Grossi e Graziano da Silva (2002) o rural e o urbano estão cada vez mais

próximos e integrados, o nosso entendimento sobre aquilo que constitui o turismo rural observa diferentes abordagens, ou seja, aquela mais ampla que engloba todas as atividades de lazer realizadas no espaço rural, a qual pode ser considerada como Turismo no Espaço Rural (chácaras de lazer, os pesqueiros, os hotéis fazenda e outros, mas sem compromisso com a produção agrícola) (Tulik, 2010); bem como aquela abordagem relacionada propriamente como turismo rural, as quais são desenvolvidas em conjunto com a produção agropecuária, agregando valor aos produtos, serviços, bem como o compromisso com o resgate do patrimônio cultural, natural e da comunidade ao entorno (Mintur, 2008).

Nesta perspectiva, para Elesbão (2007; 2014) o turismo não se caracteriza por somente produzir e comercializar bens materiais, mas também por mercadorias, serviços e memórias simbólicas, ligadas ao imaginário em relação à natureza, à cultura, à aventura, entre outros valores. Strassburger, Coltre e Ferreira (2022) asseveram que o turismo é diferenciado, isto porque os interesses que mais motivam os turistas são as paisagens, o contato com a natureza, com os animais, o rústico, o exótico e geralmente memórias do passado, assim como a tranquilidade dos espaços rurais.

Ainda segundo os autores, é imprescindível compreender o turismo rural como uma oportunidade crescente da atividade com a qualidade de vida (Strassburger, Coltre; Ferreira, 2022). Solla (2002), assim como Schneider e Fialho (2000) consideram que ao se desenvolver o turismo rural se promove uma interação entre o público urbano e rural, gerando significados simbólicos como também constitui uma alternativa de renda para agricultores / produtores. Além disso, ambos os estudos consideram a atividade turística no espaço rural como um vetor de desenvolvimento local das comunidades em que estão presentes tais iniciativas. Visto que, esta modalidade de turismo busca promover a preservação ambiental e o desenvolvimento econômico das comunidades, além de valorizar a sustentabilidade.

Na perspectiva institucional, conforme o Programa de Turismo Rural na Agricultura Familiar considera que o turismo é visto de forma transdisciplinar e multissetorial, pois, ao mesmo tempo que valoriza os aspectos naturais, da cultura, da atividade produtiva, da conservação e recuperação do território estimula também economicamente via comercialização de produtos e serviços (Brasil, 2003). Ou seja, turismo rural são as atividades desenvolvidas que derivam da oferta de serviços, equipamentos e produtos de meio de hospedagem, alimentação, recepção ao visitante, recreação e atividades pedagógicas no contexto da ruralidade e outras práticas complementares desde que estejam relacionadas a função do turismo no contexto rural (Henz; Staduto; Piffer, 2018).

A prática do turismo rural no Brasil é uma atividade relativamente nova, quando se faz uma comparação com outras modalidades (Rodrigues, 2001). Segundo Solha (2019), desde a década de 1990 o rural brasileiro tem apresentado crescente número de experiências de turismo rural que revelam a complexidade e intensidade dessa modalidade nas mais diversas regiões do país. A este respeito, Silva et al (2017) destacam que esse tipo de turismo visto como uma atividade não agrícola assume potencial para contribuir para o desenvolvimento e dinamização econômico e social das áreas rurais. Apesar dos trabalhos acadêmicos investigados apontarem para uma tendência de crescimento do turismo rural a partir da década de 1990 no país, os dados oficiais dos eventos censitários de 2006 e 2017 revelam uma realidade bem diferente e tímida ao considerar a magnitude da agricultura brasileira, especialmente da forma familiar de organização (IBGE, 2006; 2017). Isto pois, há uma diferenciação nos empreendimentos que fornecem turismo em espaço rural e turismo rural, onde para o primeiro caso são em sua maior parte empreendimentos de médio a grande porte, com alto investimento, enquanto para o segundo são empreendimentos de pequeno a médio porte, com baixo investimento e ocorrência de pluriatividade (Candiotto, 2010; Carneiro, 1998; Graziano da Silva *et al*., 1997; Solla, 2018).

A partir do Censo Agropecuário de 2006 foi apurado que o número de estabelecimentos rurais com receitas de atividades relacionadas ao turismo rural foi de 3.551 representando apenas 0,10% dos 3.705.245 estabelecimentos que registraram receitas naquele ano. Já nos dados do Censo Agropecuário de 2017, o número de estabelecimentos em que foram apuradas receitas advindas do turismo foi de 3.918, valor 10,34% maior na comparação com o ano de 2006. Entretanto, no que se refere ao total de estabelecimentos rurais do país, a participação daqueles estabelecimentos com registro de receita caiu para 0,08%.

Entre as grandes regiões brasileiras, no ano de 2017 a região Sudeste é aquela com maior número de estabelecimentos rurais com receitas das atividades turísticas com o total de 1.364, significando 34,81% do total do país. Na sequência a região Sul com 1.108 (28,28% do total) estabelecimentos com receitas apuradas a partir do turismo rural. A região Nordeste registrou 362 (16,31%) estabelecimentos, enquanto as regiões Centro-Oeste e Norte apresentaram respectivamente 411 (10,49%) e 403 (10,29%) respectivamente (IBGE, 2017).

No estado de Santa Catarina, o número de estabelecimentos rurais com receitas do turismo, conforme os dois últimos eventos censitários da agropecuária brasileira, passou de 240 em 2006 para 343 em 2017. O estado Catarinense representa 30,96% do total da região Sul, ficando atrás do Paraná com 399 (36,01%) e do Rio Grande do Sul 366 (33,03%).

Já o município de Chapecó/SC, unidade de análise deste estudo, é um município com uma população em torno de 220 mil habitantes e localizado no oeste de Santa Catarina, distante mais ou menos 500 quilômetros da capital do estado, Florianópolis. Em relação ao turismo e às receitas oriundas dele, o município apresenta números tímidos:em 2006 foram 04 estabelecimentos com tal registro, enquanto em 2017 foram somente 08. Ao considerarmos que Chapecó/SC alcançou o total de 1.515 propriedades rurais segundo o Censo Agropecuário de 2017, o turismo rural nesta localidade apresenta ao menos três questões gerais para reflexões, a saber: i) cenário restritivo de iniciativas e ações a partir dos dados oficiais que se distanciam da realidade do município enquanto oferta de opções turísticas desta natureza; ii) potencial expressivo a ser desenvolvido considerando as características da ruralidade municipal; iii) ausência histórica de valorização e efetivação de políticas públicas municipais específicas de fortalecimento do setor do turismo rural no município de Chapecó/SC.

Diante do exposto, o objetivo desta pesquisa se constitui em analisar os desafios e oportunidades do “Desbrava Chapecó”, uma iniciativa de turismo rural no município de Chapecó/SC. Para tanto, este estudo está estruturado em três partes para além destas notas introdutórias. Na primeira parte são apresentadas as escolhas metodológicas que guiaram a construção da pesquisa de campo. Em seguida, na segunda parte, são analisados e discutidos os resultados, bem como relacionados com outras publicações sobre a temática. Por fim, são tecidas as considerações finais as quais são resgatadas as principais questões apresentadas no estudo, assim como são sugeridas propostas ao fortalecimento do turismo rural no município e a proposição de novos estudos a partir de outras perspectivas analíticas.

2. Procedimentos Metodológicos

O estudo possui abordagem qualitativa, que segundo Creswell (2021) e Demo (2011) preocupa-se com as percepções e significados, explorando profundamente os aspectos da realidade social investigada, que passam a ser contemplados a partir de subjetividades e modos de realidade dos sujeitos pesquisados. Para Marconi (2021) e Köche (2014), pesquisar qualitativamente requer o interesse em conhecer o fenômeno pela visão do participante para compreensão detalhada da realidade social, em que todos os pontos de vista são importantes e devem ser levados em consideração, o que necessita um contato direto e prolongado com o objeto de estudo, como realizado nesta investigação científica.

Em relação aos passos do estudo, inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica, nos termos de Dmitruk Ortiz (2012), nos principais referenciais sobre o estado da arte da temática investigada. A delimitação do *lócus* de pesquisa, bem como sua delimitação, se deu a partir dos integrantes do projeto de turismo rural denominado "Desbrava Chapecó", o qual é desenvolvido no município de Chapecó/SC. A rota turística fica na região norte do município, englobando a Colônia Bacia, Colônia Cella, Linha Boa Vista, Linha Cabeceira da Divisa, Linha Simonetto e Distrito de Sede Figueira. Dessa forma, a pesquisa analisou um estudo de caso, que se constitui em um tipo de pesquisa caracterizada pelo estudo aprofundado e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita a sua ampla e detalhada análise (Yin, 2015)

A coleta de dados no campo de pesquisa se deu por meio de entrevistas com roteiro semiestruturado, registro no diário de campo e intervenção fotográfica. As entrevistas foram realizadas entre novembro de 2023 e fevereiro de 2024, com os oito empreendimentos participantes da iniciativa Desbrava Chapecó. A construção da entrevista pautou-se na organização prévia dos aspectos relacionados ao objeto da pesquisa, os quais se tornaram os tópicos guia do roteiro, de modo a criar um fio condutor na conversação.

As informações oriundas das entrevistas foram gravadas para posterior transcrição e análise. Anteriormente à realização das entrevistas foi lido o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), bem como foi coletada a assinatura dos participantes. Neste momento também foi coletada assinatura da autorização do uso da imagem exclusivamente para fins acadêmicos e científicos.

A intervenção fotográfica foi realizada num segundo momento. O principal objetivo na utilização da fotografia na pesquisa se deu pela busca de significado na imagem apresentada. Para Maurente e Tittoni (2007) a intervenção fotográfica pode tornar mais clara a noção de produção conjunta de saberes e permitir que os sujeitos visualizem a dimensão de sua participação também na construção do conhecimento científico. Conforme afirma Possamai (2007), a utilização da fotografia deve estar atrelada à narrativa de quem a produziu, pois, carrega consigo uma compreensão repleta de significado.

Após o término da realização da entrevista, os participantes foram instruídos a produzirem uma foto com a seguinte questão: "O que é ser um empreendedor do turismo rural do município de Chapecó/SC?". Para atender este procedimento, tiveram liberdade para escolher o que fotografar, limitando-se ao ambiente do negócio do turismo rural. As imagens foram registradas a partir do celular.

A narrativa fotográfica partiu inicialmente da discussão de como foi o processo de escolha e da produção da imagem. Na sequência foi solicitado aos sujeitos de pesquisa quais eram os sentimentos e pensamentos que conduziram a busca pelo foco da fotografia e se haviam encontrado sua representação na imagem, bem como outras associações com significados.

A análise dos dados foi realizada sob a ótica de Yin (2015) a partir da triangulação das informações (entrevistas, intervenção fotográfica e registros do diário de campo). Os dados coletados nas entrevistas de campo foram organizados, selecionados e categorizados por meio da análise de conteúdo nos termos de Bardin (2016), ou seja, a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados (interpretação). Além desses três procedimentos, foi realizado um processo de categorização. Ainda na perspectiva de Bardin (2016, p. 147), as categorias são "[...] rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão das características comuns destes elementos".

Assim, a análise investigou as semelhanças e contradições no discurso dos sujeitos, a fim de revelar o movimento desses, avançando da fala para o sentido. Para finalizar, visando uma compreensão holística do objeto de estudo, foi realizado uma articulação das categorias de análise, o que por sua vez proporcionou a percepção da realidade de forma mais complexa e integrada.

3. Resultados e Análises

Os empreendimentos que compõem a iniciativa de turismo rural Desbrava Chapecó/SC constituem o projeto oficialmente desde 07 de dezembro de 2022, data de seu lançamento na comunidade da Cabeceira da Divisa. O Desbrava Chapecó/SC, para além dos empreendimentos participantes, contou com o apoio de instituições que atuam localmente no território, a saber: Epagri, Sebrae, Senar e Sindicato Rural de Chapecó (Chapecó, 2022).

Os empreendimentos da iniciativa de turismo rural situam-se na região norte do município de Chapecó/SC, conforme a ilustração contida na Figura 1 que detalha a localização dos mesmos, e se caracterizam por oferecer os seguintes serviços e produtos: i) agroindústria familiar de geleias e panificados; ii) camping com piscinas e hospedagem; iii) cervejaria industrial; iv) café colonial; v) SPA[1]; vi) queijaria; vii) restaurante de gastronomia regional, e, viii) vinhedo e *wine* bar. Esses serviços e produtos oferecidos, vão ao encontro dos escritos de Moreira e Carmo (2004), quando afirmam que o turismo rural contempla a paisagem, o patrimônio cultural e a preservação ambiental, o que caracteriza o potencial de atratividade deste ambiente.

Em termos de classificação, somente a cervejaria se caracteriza como um negócio empresarial situado no espaço rural. Os demais empreendimentos, nos termos de Tulik (2010), se estabelecem por oferecer produtos e serviços relacionados às memórias simbólicas, o envolvimento com a natureza, assim como serviços de lazer e experiências gastronômicas.

Em relação ao tamanho dos estabelecimentos rurais, estes variaram entre 0,6 hectares e 150 hectares (ha), resultando em uma média de aproximadamente 25,3 ha. Já relacionada a área destinada exclusivamente ao turismo rural, o nosso campo de pesquisa revelou média de 4,6 ha, sendo a menor área de 0,1 ha e a maior de 10 ha. As pequenas propriedades são uma das principais marcas da agricultura familiar no oeste de Santa Catarina, característica especialmente determinada pelo processo de colonização ocorrido nas primeiras décadas do século XX (Werlang, 2006; Renk, 2000). Além de que, no turismo rural os empreendimentos são em sua maioria de gestão familiar, com protagonismo da população local e ocorrência da pluriatividade (Valduga *et al.*, 2020).

No que diz respeito ao vínculo com estes estabelecimentos rurais, a predominância é de mais de cinco décadas das famílias e seus antecessores na propriedade, isto porque, as Entrevistas 01, 02, 05, 06 e 07 apontaram nesta direção. Além disso, o vínculo com o estabelecimento rural verificado na Entrevista 03 também supera as cinco décadas, contudo, desde o início do projeto industrial / empresarial o espaço foi desmembrado para o CNPJ da organização. A família referente à Entrevista 04 adquiriu seu espaço há 15 anos, enquanto o empreendimento representado na Entrevista 08 foi adquirido há 14 anos, já com fins de empreendimento turístico por parte da família. Em razão de que assim como o agroturismo, o turismo rural é realizado em ambientes mais tradicionais, com pouca urbanização, estruturas e serviços simples e hospitalidade doméstica (Carneiro, 1998; Graziano da Silva *et al.*, 1997; Solla, 2018).

De acordo com os dados da pesquisa, 75,0% dos negócios do projeto Desbrava Chapecó/SC são desenvolvidos/gerenciados essencialmente com a mão de obra familiar. Entretanto, esses mesmos negócios geram oportunidade de trabalho, por meio de demandas

[1] Em português, segundo Ferreira, Ferreira e Anjos (2010), significa local, geralmente situado em áreas rurais, afastadas das grandes cidades, onde algumas pessoas se estabelecem porque procuram calmaria ou cuidados relativos à saúde, massagens, relaxamento etc.

sazonais, assim como por meio da contratação por dia de trabalho. Ao todo estão envolvidos no trabalho dos empreendimentos da iniciativa o total de 134 pessoas, contudo a maior parte destas contratações estão no empreendimento empresarial, que juntos somam 90 empregos, representando 62,5% do total. Tais dados vão ao encontro das contribuições de Solla (2002) e Schneider e Fialho (2000) que consideram no turismo um setor capaz de gerar empregos e contribuir no desenvolvimento das comunidades rurais.

Figura 1 – Mapa de Divulgação da Rota Turística Desbrava Chapecó.



Fonte: Prefeitura Municipal de Chapecó (2022) adaptação dos autores.

Os depoimentos do campo de pesquisa legitimam a recente organização em torno do projeto Desbrava Chapecó/SC de turismo rural. Entretanto, 50,0% dos empreendimentos já atuam no turismo rural há mais de uma década, enquanto os demais surgiram nos últimos cinco anos ou ainda adaptaram seus produtos e serviços para integrar a iniciativa. Este aspecto remete

a contribuição da teoria institucionalista, pois neste caso em análise, o papel, a importância e a capacidade das instituições foram determinantes para organização do grupo e consequentemente melhoria nos padrões e serviços/produtos oferecidos (Veblen, 1988).

Aos entrevistados quando perguntados sobre os motivos que os levaram a se inserir no turismo rural, o aspecto que se sobressaiu foi a oportunidade de trabalho e renda. A este respeito a Entrevista 04 revelou que foi por uma "[...] oportunidade de trabalho, melhor rendimento, trabalhar em casa e uma melhor qualidade de vida". Já o Entrevistado 06 afirma que "a gente vê que é uma oportunidade de negócio bem legal para mostrar a qualidade daquilo que produzimos", e, em complemento o Entrevistado 07 diz que o turismo rural se estabelece como sua fonte de renda, pois, trata-se de uma "[...] Oportunidade, porque de alguma forma a gente tem que sobreviver [...]". Para a Entrevistada 05 entrar no negócio foi uma consequência da sua trajetória de vida, pois,

> Eu estava nessa área de massagens, de terapias, há pouco tempo, e estava procurando um local para eu colocar o meu espaço. E aí como surgiu isso [Projeto Desbrava Chapecó], eu pensei, bom, vou ver se cabe alguma coisa aqui nesse lugar para eu morar perto da mãe. Aí eu fui fazer um curso no Rio de Janeiro de Spa. E há dez anos atrás, lá me falaram assim, se você tem um espaço no meio da natureza, abra o seu Spa. Porque é a tendência de as pessoas procurarem lugares assim para descansar (Entrevista 05).

Essas falas dos entrevistados exemplificam o fortalecimento do turismo rural por meio das instituições, caracterizando-se como uma atividade capaz de valorizar os modos de vida do meio rural e melhorar a qualidade de vida, renda e trabalho das famílias. Levando em conta a variedade de produtos e serviços que o consumo turístico, com sua heterogeneidade, traz simultaneamente para segmentos consumidores, tendo efeito sobre outros ramos da economia local (Schneider e Fialho, 2000).

Em continuidade, questionamos os sujeitos de pesquisa quanto aos serviços / produtos oferecidos aos consumidores segundo as suas percepções. Este questionamento teve por objetivo identificar como estes empreendedores descrevem seus negócios e as possíveis relações conceituais com as definições sobre o turismo coadunadas neste estudo. Na percepção dos sujeitos participantes da Entrevista 01 o seu negócio se caracteriza como uma "[...] experiência gastronômica, é fornecer para o cliente um produto mais natural, um produto nada industrializado, sem conservante e artesanal. Nosso trabalho é manual. Só nós dois que colocamos a mão na massa, e isso tem um diferencial [...]".

Os participantes da Entrevista 02 percebem o seu negócio de turismo rural como:

> A gente tem um espaço para usar mesas e churrasqueiras para passar carne. Temos uma área para acampar que está estruturado com luz, água e com banheiros. Tem as piscinas que podem ser usadas. Para passar o dia. Tem a questão aqui do bar com bebidas, lanchonete com lanches porções. As pessoas chegam aqui para almoçar no final da semana, a gente faz *À la carte*. Algumas vezes a gente faz os eventos com um almoço diferente, um churrasco. (Entrevista 02).

Para o Entrevistado 03 eles possuem um "Shopping de Cerveja com mais de 12 estilos que são fabricadas aqui. Para além disso, o negócio promove grandes shows nacionais direcionados ao público que curte o *Rock and roll*. Já o Entrevistado 04 aponta que seu empreendimento oferece "um café colonial delicioso, interação com a natureza, além da possibilidade de visitação ao museu, conhecer os animais que temos na propriedade e um parquinho para as crianças".

O Entrevistado 06 afirma que além de valorizar as paisagens naturais da propriedade, o principal objetivo é mostrar ao turista a diferenciação da sua produção de queijo que se trata de "[...] uma receita que é lá de 1994, feito pela avó, e que a gente continua produzindo, com aquele sabor que a gente acredita, faz toda a diferença". Isso também fica evidente com a

entrevistada 05 que comenta ter“ um espaço, junto à natureza. O nosso objetivo do Spa é trazer pessoas, tirar do seu ambiente de trabalho, do seu dia a dia, para momentos e experiências de relaxamento, através de massagens, estética facial, banhos aromáticos”.

Os Entrevistados 07 e 08 sobre a mesma questão, relatam que seus negócios consistem em “O nosso foco é gastronomia, oferecemos todo domingo almoço italiano [...]”; e, “[...] O Wine bar, a colheita da uva, um momento para desfrutar o prazer do sabor do vinho”. As percepções apresentadas quanto a oferta dos serviços vai ao encontro à contribuição de Elesbão (2014) que o turismo rural contempla para além da produção de mercadorias e serviços, memórias simbólicas, ligadas ao passado, assim como em relação à natureza, à cultura e outros diversos valores. Ou seja, o turismo rural, além de proporcionar renda e trabalho, visa por meio dos entrevistados, preservação ambiental e cultural, saúde, lazer, segurança dos alimentos e alimentar, entre outras.

Em relação às oportunidades futuras, os entrevistados foram questionados quanto às perspectivas de investimentos no negócio para os próximos cinco anos, todas as respostas foram afirmativas no sentido de ampliação dos seus negócios. É necessário ressaltar a exceção da indústria cervejeira, que por ter iniciado suas operações no ano de 2023 já foi projetada e executada para o longo prazo, e não estão previstos novos investimentos no prazo auferido. Esta condição demonstra um cenário promissor em que os empreendedores visam se adequar e melhorar sua infraestrutura, bem como os seus serviços para atender e captar clientes para seus negócios.

Este aspecto está diretamente associado à satisfação dos sujeitos de pesquisa com o fluxo da demanda dos seus empreendimentos turísticos. Ao questionarmos sobre este aspecto as respostas foram assertivas ao afirmar o quão contentes estão com este aspecto. Segundo o Entrevistado 07 “A gente está sempre com a casa cheia, sempre faltando espaço, na verdade”. No mesmo sentido, o Entrevistado 08 também se mostra “extremamente satisfeito com o faturamento, com o desenvolvimento, além da nossa marca, que cresceu muito”. Nesta perspectiva, a Entrevistada 05 relata o bom andamento dos negócios apontando que “[...] está funcionando muito bem. Tenho bastante cliente. Eu estou com trabalho todos os dias”.

> A gente não esperava que eu tivesse tantos clientes, estamos aumentando o café. Cada final de semana que a gente trabalha, a gente, na segunda-feira, faz o fechamento, de tudo. E tu nota, assim, que cada vez é mais, mais e mais. Até a gente tem pouco estacionamento, a gente vai aumentar. (Entrevista 04).

Em outra direção, há dois negócios que ainda estão se organizando para recebimento dos turistas, inclusive com investimentos, de forma contínua e sistemática no âmbito do projeto Desbrava Chapecó. Segundo o Entrevistado 01 é “[...] por isso do negócio novo, a gente quer aproveitar esse marketing para trazer as pessoas para cá, para vender mais. No mesmo sentido, o Entrevistado 06 considera que “[...] a gente precisa ter aqui um espaço aberto para justamente trazer o cliente para cá, a gente vê como um desafio”.

Esse cenário altamente positivo em termos de interesse por parte da demanda pode ser explicado pelo menos três fatores principais: i) por se tratar de uma novidade em termos de negócio e contar com o apoio de instituições importantes no município e região; ii) o projeto ter sido lançado logo após o fim das restrições impostas pela pandemia da Covid–19; iii) a densidade demográfica dos municípios do entorno de aproximadamente 400 mil habitantes e a renda regional, especialmente do município de Chapecó por se tratar da quarta economia de Santa Catarina com valor do Produto Interno Bruto (PIB) de R$ 10,6 e renda per capita de aproximadamente R$ 60 mil no ano de 2021 (IBGE, 2021).

Um outro aspecto verificado no campo de pesquisa foi as formas de financiamento dos empreendimentos vinculados ao turismo rural, em que 57,1% dos entrevistados até aqui

utilizaram somente recursos próprios, enquanto 42,9% já recorreram a algum financiamento bancário para viabilizar seus empreendimentos. É necessário registrar que em uma das entrevistas, o entrevistado não respondeu sobre esta questão.

A questão chave que está colocada sobre isso é a inexistência de políticas públicas específicas de financiamento para os empreendimentos rurais voltados ao turismo rural. O campo de pesquisa revelou que atualmente é necessário recorrer ao sistema bancário tradicional e que não ocorre este suporte nem no âmbito municipal, estadual e federal, à exemplo do Programa de Turismo Rural na Agricultura Familiar, elaborado há duas décadas e até aqui não chegou de fato ao seu público alvo. A este respeito, o depoimento da Entrevista 02 é emblemática ao relatar tal cenário, "[...] caímos nas unhas do banco de verdade, mas foi o financiamento para empresa. Então, nada atrativo, mas é o que tem que fazer".

Em continuidade, naquilo que diz respeito aos desafios, questionamos sobre suas percepções quanto à infraestrutura fora da porteira, ou seja, até o cliente / consumidor chegar ao seu empreendimento. O nosso foco foi em três direções, a saber: i) condições das estradas rurais; ii) sinalização (placas); iii) divulgação turística. As menções sobre as estradas estão sintetizadas no Quadro 1 e se colocam como um dos principais desafios segundo os entrevistados.

Quadro 1 – Percepções dos Entrevistados sobre as condições das estradas rurais.

Entrevista 01	Estamos tentando manter, ao menos nós aqui não podemos nos queixar, a nossa estrada está boa, tem alguns lugares ruins.
Entrevista 02	A questão da estrada continua um problema de sempre. Não interessa se a gente pede para melhorar. É quando a prefeitura quer.
Entrevista 04	As estradas, elas ficam um pouco a desejar. Porque daí o pessoal chega aqui e cobra muito a gente.
Entrevista 05	Como é que a gente vai chamar pessoas, por exemplo, de um ônibus, se o acesso é muito ruim? Então o acesso em geral para chegar até a nossa propriedade é muito ruim.
Entrevista 06	A gente vê que as estradas deram uma melhorada, ainda tem como melhorar mais. Se melhorar mais, facilita.
Entrevista 07	Até agora foi só promessa, na verdade. Então teria que dar uma boa melhorada nas estradas. É um acesso pequeno, dá 1.700 metros de chão. Mas o turista quer, num dia de chuva, chegar aqui com o carro limpo, pelo menos.
Entrevista 08	Não temos estrutura de estrada.

Fonte: campo de pesquisa (2023-2024), elaboração dos autores.

A qualidade das estradas é um fator fundamental para além do acesso dos clientes, significa a manutenção e a possibilidade de aumento da demanda desses negócios, assim como garante uma boa trafegabilidade tanto para os próprios empreendedores como de toda cadeia de suprimentos que atende tais empreendimentos. Neste sentido, Solha (2019) argumenta a importância fundamental da infraestrutura para o desenvolvimento das atividades turísticas no espaço rural.

Em relação à sinalização, há o reconhecimento por parte dos sujeitos de pesquisa, do investimento realizado na sinalização desde a inauguração do projeto Desbrava Chapecó por meio da Prefeitura Municipal. Entretanto, há indicações que ainda não são suficientes e não contemplam áreas mais distantes dos estabelecimentos rurais.

Para o Entrevistado 02 "[...] quando surgiu esse programa do Desbrava, eles [Prefeitura] investiram um pouquinho mais", já o Entrevistado 01 indica "[...] nunca foi feito tanto

investimento em placa, apesar de que se você for ver bem, elas só estão aqui, próximo, tu não vês uma placa dessas lá no centro [...]". Enquanto o Entrevistado 07 considera que "a sinalização ajudou bastante", já o Entrevistado 08 compreende que "[...] deveria ser feito um trabalho melhor, claro que é um trabalho que ainda está engatinhando".

Quanto à divulgação turística realizada por parte da prefeitura municipal, os entrevistados compreendem que esta atividade pode ser desenvolvida de forma mais integrada, contínua e estratégica. Em relação à questão de estratégia, a Entrevista 01 aponta que "[...] não tem um apoio lá no centro de um local que vai ter uma informação turística". Nesta mesma direção a Entrevistada 05 considera que "[...] não tem informação nenhuma, se a Secretaria de Turismo tivesse uma pessoa com um WhatsApp para encaminhar as pessoas que vêm de fora, o turismo funcionaria".

Segundo a Entrevista 01, o material publicitário do momento do lançamento do projeto Desbrava Chapecó já está esgotado, pois afirma que "[...] se procurar pelos folders daquele que tinha a divulgação, acabou". Nesta mesma perspectiva, a Entrevista 03 considera que a "[...] grande parte da divulgação mesmo é por nós mesmo, é pela divulgação própria".

Além dos desafios já colocados, o campo de pesquisa revelou alguns outros pontos importantes que se sobressaíram no momento da coleta dos dados. O primeiro deles está associado à questão do acesso à internet, ainda limitado e com baixa capacidade de conexão na maior parte dos empreendimentos pesquisados. Um segundo aspecto está relacionado à coleta de lixo, especialmente aqueles que devem ser direcionados à reciclagem, isto porque é praticamente inexistente este serviço no espaço rural, inclusive nos empreendimentos pesquisados. Um terceiro aspecto envolve a questão da energia elétrica dos empreendimentos, há demanda para energia trifásica, contudo a infraestrutura a este respeito não contempla a localidade de alguns dos negócios pesquisados.

Ao questionarmos sobre a importância de integrar o projeto Desbrava Chapecó/SC, as respostas foram elucidativas, especialmente ao perceber tanto o papel do grupo, como individual de cada negócio, assim como houve reconhecimento do estágio atual desta iniciativa de turismo rural. Para o Entrevistado 01 considera que apesar de participar do projeto com efetividade, "A gente tem que fazer o nosso nome, a gente tem que fortalecer a nossa marca, a nossa história, é meio que por nossa conta mesmo. Eu acho que a única coisa que nós ganhamos foi marketing".

Os participantes da Entrevista 02, coadunam em parte com a afirmação acima e são críticos ao afirmar que "[...] é sagrado, uma vez por administração [Gestão do Executivo Municipal] aparece alguém dizendo que vai cuidar do turismo e tal". Entretanto, há também o reconhecimento da importância da organização do Desbrava Chapecó/SC, pois para o Entrevistado 06,

> [...] o Desbrava Chapecó/SC fornece essa conexão maior, uma rota turística trazendo clientes até nossa propriedade, a gente vê que é uma conexão direta também com o nosso propósito, que é levar para as pessoas o conhecimento do nosso produto, que as pessoas consigam provar o nosso produto. Quando elas provam, elas conseguem entender a história desse produto. A gente quer mostrar uma diferenciação esse também cuidado tanto com a sustentabilidade, sem aromatizantes, sem conservantes, sem corantes, o mais natural possível.

Nesta mesma perspectiva a Entrevistada 05 aponta para a necessidade de "[...] mostrar para todo mundo que existe turismo. Então quanto mais pessoas participarem desse turismo, a gente tem um Desbrava Chapecó/SC melhor". O Entrevistado 05 entende que "cada propriedade tem uma algo diferente e vai ficar legal essa rota gastronômica". Já para o Entrevistado 08 o significado de integrar o grupo representa "[...] nós unidos aí nessa rota, acho que nós conseguiremos chegar no nosso objetivo mais rápido".

Em continuidade, sob a perspectiva dos significados, adentramos na análise dos elementos da intervenção fotográfica. Recapitulamos que este procedimento metodológico, a partir de Possamai (2007), carrega fortemente elementos repletos de significados dos sujeitos entrevistados. A produção da foto, como já afirmado na metodologia, foi constituída com a seguinte questão orientadora: "O que é ser um empreendedor do turismo rural do município de Chapecó/SC?". Para construção dos significados foram utilizadas as fotos das Entrevistas 01, 04, 05 e 07.

Para os participantes da Entrevistada 01, representado na imagem superior esquerda da Figura 2, o empreendimento no turismo rural a partir da foto elaborada assume um significado familiar, pois garantiu a oportunidade de cuidado e maior proximidade com a educação dos filhos. "A ideia do negócio surgiu para ficarmos mais próximos da educação dos nossos filhos, ensinando, passando os nossos valores".

A imagem escolhida pelo Entrevistado 04, imagem superior direita da Figura 2, significa o negócio como um todo, a primeira imagem que o cliente percebe ao chegar no local: "A imagem representa o primeiro café colonial de Chapecó/SC e nosso diferencial é que a produção é toda nossa" (Entrevista 04). Ainda segundo o depoimento do entrevistado, a imagem é capaz de evidenciar os demais atrativos do espaço, como o museu, os animais e a área verde.

Figura 02 – Intervenção Fotográfica.



Fonte: campo de pesquisa (2023-2024), elaboração dos autores.

A foto constante na margem esquerda inferior da Figura 2, escolhida por parte da Entrevistada 05, representa seu negócio a partir do cuidado pessoal, do relaxamento e do contato com a natureza: "essa foto representa a nossa intenção, que é trazer as pessoas para um local próximo a natureza, que tenham uma experiência de relaxamento, de cuidado, de bem-estar e que voltem para seu dia a dia com menos preocupações e dores corporais" (Entrevista 05). Já a foto escolhida pelo Entrevistado 07, margem direita inferior da Figura 2, apresenta a oferta da gastronomia italiana, prato principal do negócio, por meio do *buffet* da cantina.

O conjunto das quatro fotos demonstram a capilaridade dos sentidos em cada uma das imagens, além disso, revela diretamente uma relação com os aspectos conceituais desenvolvidos neste estudo científico acerca do turismo rural. A este respeito, nos termos de Elesbão (2007; 2014) o turismo rural desenvolvido no projeto Desbrava Chapecó/SC cumpre seu papel de oferecer serviços e memórias simbólicas, ligadas ao imaginário, à infância em relação ao rural, à natureza, à cultura, à aventura, entre outros valores.

4. Considerações Finais

Esta pesquisa, ao se propor analisar as potencialidades e desafios de uma iniciativa de turismo rural no município de Chapecó/SC, insere no debate uma temática que reúne dois segmentos de suma importância para o desenvolvimento local, ou seja, o turismo e a agricultura familiar. Apesar disso, os dados institucionais do Censo Agropecuário de 2017, ainda não é capaz de revelar a real dinâmica, bem como as estatísticas que envolvem o turismo rural no município. O projeto Desbrava Chapecó/SC instituído no ano de 2022, embora se apresente como uma oportunidade interessante ao conjunto dos envolvidos, possui inúmeros desafios colocados à frente ao desenvolvimento e fortalecimento do turismo rural.

Os dados do campo de pesquisa revelaram as potencialidades, a partir das percepções dos entrevistados, da valorização das instituições locais (Prefeitura Municipal, Epagri, Sebrae, Senar e Sindicato Rural de Chapecó), quanto a organização do projeto, do coletivo, mas principalmente as ações de divulgação de marketing dos empreendimentos que impulsionaram a demanda dos consumidores. Além disso, verificou-se também o reconhecimento dos investimentos realizados na sinalização por meio das placas próximo à cada estabelecimento assim como nas vias principais de acesso às estradas rurais dos empreendimentos.

Por outro lado, há apontamentos de inúmeros desafios importantes aos empreendedores do turismo rural investigados. Os mais predominantes estão associados à infraestrutura externa, como por exemplo, as condições das estradas, recolhimento de lixo, qualidade da conexão de internet e acesso à energia trifásica. Além disso, desafios como a melhoria da divulgação turística por parte do município, ampliação das placas de sinalização e apoio estatal, especialmente quanto às linhas de financiamento de fomento estão entre os depoimentos dos sujeitos de pesquisa quanto a grandes questões a serem sanadas no horizonte futuro.

O turismo rural no caso estudado apesar de apresentar grande potencial ainda carece de políticas públicas de fortalecimento, especialmente para aqueles empreendedores originários da agricultura familiar que possuem dificuldades para viabilizar investimentos por conta própria ou ainda via sistema bancário tradicional. Em nosso entendimento, há uma desatenção, especialmente das esferas governamentais, que precisam ser equacionadas, e, em caráter contínuo serem efetivadas para o incentivo adequado para o desenvolvimento do turismo rural no município, e em específico no caso da iniciativa do Desbrava Chapecó/SC.

O turismo rural por ser um setor capaz de gerar trabalho e renda para as comunidades em que os empreendimentos rurais estão inseridos, se coloca como uma alternativa sustentável que deve ser pensada, incentivada e desenvolvida a longo prazo. As atividades turísticas podem

agregar as possibilidades de um rural tão importante e significativo na trajetória histórica da região oeste de Santa Catarina e do município de Chapecó/SC.

5. Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 1. ed. rev. e ampl. São Paulo: Edições 70, 2016.

BATESON, J. E. G.; HOFFMAN, D. K. **Marketing de Serviços**. 4. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

BENI, M. C.. Gênese do curso de Turismo da ECA-USP. In Lage, B. & col. (Org.). **40 anos de Turismo na ECA**: Memórias e análises. São Paulo: ECA-USP, 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo**: diretrizes, metas e programas 2003-2007. 2. ed. Brasília, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. IBGE confirma atividade turística como importante indutora da economia brasileira. Brasil, Ministério do Turismo, 2023. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br .

CAIRE G., ROULLET-CAIRE, M.. Le tourisme peut-il être un élément de développement durable? In: **Les enjeux du développement durable**. Orcades, Poitiers, 2002. Disponible en: <www.sceco.univ-poitiers.fr>. Acesso em 05 fev. 2023.

CAMPANHOLA, C.; GRAZIANO DA SILVA; J. O agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro. In: ALMEIDA, J.A.; RIEDL, M. (Orgs.). **Turismo rural**: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru-SP: EDUSP, 2000, p.145-179.

CANDIOTTO, L. Z. P. Elementos para o debate acerca do conceito de turismo rural. Revista Turismo em Análise, v. 21, n. 1, p. 3-24, 2010.

CARNEIRO, M. J. Ruralidade: novas identidades em construção. Estudos sociedade e agricultura, v.6, n.2, 1998.

CHAPECÓ (SC). Turismo rural. Chapecó, SC: Prefeitura Municipal, 2022. Fôlder. Disponível em: https://chapeco.sc.gov.br/desbravechapeco/. Acesso em: 26 dez. 2023.

CHAPECÓ (SC). Lançada rota de turismo rural do projeto Desbrave Chapecó. Chapecó, SC: Prefeitura Municipal, 2022. Disponível: em: https://www.chapeco.sc.gov.br/noticia/6246/lancada-rota-de-turismo-rural-do-projeto-desbrave-chapeco

CRESWELL, J. W.. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 5 ed. Porto Alegre. Penso 2021.

DEMO, P.. **Praticar ciência**: metodologias do conhecimento científico. São Paulo, Saraiva, 2011.

DOS ANJOS, F. S. Pluriatividade e desenvolvimento rural no Sul do Brasil. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v. 20, n. 1, p. 11-44, 2003.

ELESBÃO, I. **Transformações no espaço rural a partir do turismo:** um olhar sobre São Martinho (SC). 2007. 342 p. Tese de Doutorado (Geografia). Universidade Estadual Paulista, campus de Rio Claro, São Paulo. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/104324/elesbao_i_dr_rcla.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 23 nov. 2023.

ELESBÃO, I. O Turismo no contexto nas transformações do espaço brasileiro. In: CRISTÓVÃO, A. *et al.* (Org) **Turismo rural em tempos de novas ruralidades.** Porto Alegre: Editora UFRGS, 2014.

DMITRUK ORTIZ, H. B. (org.). **Cadernos metodológicos**: diretrizes do trabalho científico. 8. ed. rev. ampl. e atual. Chapecó, SC: Argos, 2012.

FERREIRA, A. B. H.; FERREIRA, M. B.; ANJOS, M. (coord.). **Dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 5. ed. Curitiba: Positivo, 2010.

GROSSI, Mauro Eduardo Del; GRAZIANO DA SILVA, José. **O novo rural:** uma abordagem ilustrativa. Londrina: IAPAR, 2002.

GRAZIANO S. J. Agricultura sustentável: Um novo paradigma ou um novo modelo social? In: ALMEIDA, J. et al. (orgs.). Reconstruindo a agricultura: ideias e ideais na perspectiva de um desenvolvimento rural sustentável. Porto Alegre: UFRGS, 1997

GRAZIANO DA SILA, J.; VILARINHO, C.; DALE, P. J.. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J. A.; FROEHLICH, J. M.; RIEDK, M. (ORGs). **Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável**. Campinas, SP: 2ª ed. Papirus, 2001.

HENZ, A.P.; STADUTO, J. A.,; PIFFER, M.; Desenvolvimento rural sustentável e turismo rural no Brasil: uma relação de interdependência. **Revista Ateliê do Turismo**. (ISSN:2594-8407) Campo Grande/MS, v. 2, n. 1, p.100-118, jan-jun–2018.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Agropecuário de 2006. Rio de Janeiro: IBGE, 2006.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Agropecuário de 2017. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cidades. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/. Acesso em 23 de dez. 2023.

KÖCHE, J. C.. **Fundamentos de metodologia científica** - Teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 1. ed. São Paulo: Vozes, 2014.

MARCONI, M. A.. **Fundamentos de metodologia científica**. 9. São Paulo Atlas 2021.

MAURENTE, V.; TITTONI, J.. Imagens como estratégia metodológica em pesquisa: a fotocomposição e outros caminhos possíveis. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, n. 3, p. 33–38, set. 2007. DOI: https://doi.org/10.1590/S0102-71822007000300006

Mintur - Ministério do Turismo do Brasil. Orientações básicas para o Turismo Rural. Brasília: Ministério do Turismo. 2008.

MOLETTA, V.F.; GOIDANICH, K.L. **Turismo rural**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 1999.

OMT. Organização Mundial do Turismo. **Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008**. Naciones Unidas. Madrid/Nueva York, 2010.

POSSAMAI, Z. R... Narrativas fotográficas sobre a cidade. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 27, n. 53, p. 55-90, jun. 2007. DOI: https://doi.org/10.1590/S0102-01882007000100004.

RENK, A.. **Sociodicéia às Avessas**. Chapecó: Grifos, 2000.

RODRIGUES, A. B. Turismo rural no Brasil: ensaio de uma tipologia. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo rural**: práticas e perspectivas. São Paulo: Contexto, 2001, p. 101-116.

RUSCHMANN, D.. **Turismo e Planejamento Sustentável**: a proteção do meio ambiente. Campinas, SP: Papirus, 1997.

SCHNEIDER, S.; FIALHO, M. Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. In: ALMEIDA, J.; RIEDL, M. **Turismo rural**: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru: EDUCS, 2000.

SILVA, M. A. C. et. al. O Turismo Rural e os Produtos Locais: Construção Social da Qualidade a Partir da Teoria das Convenções. **Rosa dos Ventos**, vol. 9, núm. 3, 2017.

SILVEIRA, M. A. T. Política de turismo: oportunidades ao desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo rural**: práticas e perspectivas. São Paulo: Contexto, 2001, p.133-150.

SOLHA, K. T.. O Universo Rural e a Oferta da Experiência de Turismo Rural no Brasil. **Rosa dos Ventos**, vol. 11, núm. 3, 2019.

SOLLA, X. M. S. Turismo rural. Tendências e perspectivas. In: IRVING, M. de A., AZEVEDO, J.; LIMA, M. A. G. (Org.). Turismo: ressignificando sustentabilidade. Rio de Janeiro: Folio Digital Letra e Imagem, 2018.

SOLLA, X. Turismo rural: tendências e perspectivas. In: IRVING, M.; AZEVEDO, J. **Turismo**: o desafio da sustentabilidade. São Paulo: Futura, 2002.

DOI: http://dx.doi.org/10.22295/grifos.v32i59.6928 | Edição Vol. 32, Núm. 59, 2022.

STRASSBURGER, N. C.; COLTRE, S. M.; FERREIRA, W. C. Turismo rural e agricultura familiar no brasil: um estudo bibliométrico. Edição Vol. 32, Núm. 59, 2022. DOI: http://dx.doi.org/10.22295/grifos.v32i59.6928

TULIK, O.. Turismo e desenvolvimento no espaço rural: abordagens conceituais e tipologias. 2-22. In: Santos, E. O. & Souza, M. (Org.). T**eoria e prática do turismo no espaço rural**. Baureri-SP: Manole, 2010.

VALDUGA, M. C. *et al*. Inovação e empreendedorismo no turismo rural: limites e potencialidades de novas tendências no cenário brasileiro. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 15, n. 3, p. 25-51, 2021.

VEBLEN, T.. **A teoria da classe ociosa**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

WANDERLEY, M. N. B.. Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidades. **Estudos: Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, n. 21, p. 42-61, out. 2003.

WERLANG, A. A.. **Disputas e ocupação do espaço no Oeste Catarinense**: a atuação da Companhia Territorial Sul Brasil. Chapecó: Argos, 2006.

YIN, R. K.. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.