

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CAMPUS DE PALMEIRA DAS MISSÕES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS

Beatriz Klimeck

**TURISMO RURAL NO RIO GRANDE DO SUL: PERFIL,  
MOTIVAÇÕES E EXPERIÊNCIAS**

Palmeira das Missões, RS  
2024



**Beatriz Klimeck**

**TURISMO RURAL NO RIO GRANDE DO SUL: PERFIL, MOTIVAÇÕES E  
EXPERIÊNCIAS**

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Agronegócios da Universidade Federal de Santa Maria (PPGAGRO/UFSM), *Campus* Palmeira das Missões/RS, na linha de pesquisa Arranjos Organizacionais e Competitividade nos Agronegócios, como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Agronegócios**.

11 de abril de 2024.

---

Prof. Dr. Tiago Zardin Patias (UFSM)  
(Presidente/Orientador)

---

Prof. Dr. Ivo Elesbão (UFSM)  
(Co-orientador)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Tanice Andreatta (UFSM)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Claudia Machado Padilha (UPF)

Palmeira das Missões, RS  
2024

## AGRADECIMENTOS

Começar uma pós-graduação foi muito mais do que somente ler, escrever e aprender. Foi sair da zona de conforto, modificar a rotina, abrir mão de muitas coisas, descobrir outras, lidar com a saudade e com a vida adulta.

Foi crescer como pessoa.

Durante estes dois anos de descobertas, chegou o momento de agradecer este caminho percorrido com a ajuda de pessoas que estiveram ao meu lado nesta jornada.

Início agradecendo a minha família, aos meus pais, Jacob e Loreni, por terem plantado em mim a curiosidade pelos estudos, por comemorarem as minhas conquistas, por não terem me deixado cair, por serem meu amparo e meu porto seguro.

Aos meus irmãos, Enise e Jaqueson, e ao meu sobrinho Michel, por toda ajuda, apoio e amparo mesmo em meio a distância.

Agradeço a Universidade Federal de Santa Maria Campus Palmeira Das Missões por meio do programa de Pós-Graduação em Agronegócios, pelo acolhimento e a qualidade de ensino oferecida.

Agradeço aos professores do programa pelo comprometimento, em especial ao meu Orientador Tiago Zardin Patias, por ter abraçado minha pesquisa, pela dedicação e incentivo, além de toda paciência e todos os ensinamentos.

Também, ao professor Ivo pelas valiosas contribuições durante todo o processo de construção desta dissertação. Da mesma forma, um agradecimento especial as professoras Tanice e Ana Cláudia pelas contribuições como membros da banca de qualificação e defesa.

Aos colegas do grupo de pesquisa GEPEO, aos amigos do PPGAGR e de UFSM, pelo acolhimento nestes anos de trabalho. Em especial aos amigos que sempre estiveram comigo neste percurso, Hayleen, Leticia, Alanda, Fernanda e Ana Paula. Obrigada por todo comprometimento, carinho, amor, e por terem me feito acreditar que era capaz.

À CAPES pela bolsa de estudos.

E a quem colaborou direta ou indiretamente para que esta dissertação acontecesse, desde o princípio.

A todos o meu muito obrigada.

## RESUMO

### TURISMO RURAL NO RIO GRANDE DO SUL: PERFIL, MOTIVAÇÕES E EXPERIÊNCIAS

AUTORA: Beatriz Klimeck

ORIENTADOR: Tiago Zardin Patias

CO-ORIENTADOR: Ivo Elesbão

O turismo rural tem crescido significativamente no Brasil, se tornando uma atividade não agrícola que estimula o desenvolvimento local e pode tornar áreas rurais mais dinâmicas com diferentes possibilidades de ganhos. Desta forma, o turismo rural pode proporcionar ao turista uma nova forma de fazer turismo, buscando assim despertar diferentes emoções e sentimentos. O objetivo principal deste estudo foi descrever as motivações dos turistas para a prática do turismo rural no Rio Grande do Sul – Brasil. O referencial teórico aborda as diferentes definições existentes sobre turismo no espaço rural, também aborda aspectos sobre o seu potencial de desenvolvimento territorial, bem como a experiência turística que o turismo rural possibilita para os turistas. O método utilizado é o Survey, com abordagem qualitativa e quantitativa. A coleta de dados deu-se através da elaboração de um questionário com atributos advindos da revisão de literatura, no período de outubro de 2023, o qual obteve 468 respondentes praticantes de turismo rural. Desta forma, verificou-se que o turista rural tem diferentes perfis e idades, procurando um turismo que seja feito em família e com o objetivo de distanciar-se do turismo de massa. Os mesmos destacam diversos destinos que podem ser explorados sejam eles dos mais populares entre o Rio Grande do Sul aos mais desconhecidos, realizando suas atividades no mínimo uma vez por ano e com permanência de um dia ou mais. Já para a prática da atividade, os fatores elencados são tidos como igualitários para os respondentes, sendo o turismo rural visto de acordo com as percepções passadas, nostalgia, autenticidade local, experiências e motivações geradas em cada participante. Por fim, pode-se elencar que os fatores que os respondentes mais buscam são locais que tenham natureza, atividades ao ar livre, cultura local, gastronomia típica, além de tranquilidade.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento; Satisfação; Motivos; Atributos turísticos; Imagem do destino

## ABSTRACT

### RURAL TOURISM IN RIO GRANDE DO SUL: PROFILE, MOTIVATIONS AND EXPERIENCES

AUTHOR: Beatriz Klimeck

ADVISOR: Tiago Zardin Patias

CO-SUPERVISOR: Ivo Elesbão

Rural tourism has grown significantly in Brazil, becoming a non-agricultural activity that stimulates local development and can make rural areas more dynamic with different earning possibilities. In this way, rural tourism can provide tourists with a new way of doing tourism, thus seeking to awaken different emotions and feelings. The main objective of this study was to describe tourists' motivations for practicing rural tourism in Rio Grande do Sul – Brazil. The theoretical framework addresses the different existing definitions of tourism in rural areas, it also addresses aspects of its potential for territorial development, as well as the tourist experience that rural tourism provides for tourists. The method used is the Survey, with a qualitative and quantitative approach. Data collection took place through the preparation of a questionnaire with attributes derived from the literature review, in the period of October 2023, which obtained 468 respondents practicing rural tourism. In this way, it was found that rural tourists have different profiles and ages, looking for tourism that is done as a family and with the aim of distancing themselves from mass tourism. They highlight several destinations that can be explored, whether from the most popular in Rio Grande do Sul to the most unknown, carrying out their activities at least once a year and staying for one day or more. As for the practice of the activity, the factors listed are considered egalitarian for the respondents, with rural tourism seen in accordance with past perceptions, nostalgia, local authenticity, experiences and motivations generated in each participant. Finally, it can be noted that the factors that respondents most seek are places that have nature, outdoor activities, local culture, typical cuisine, as well as tranquility.

**Keywords:** Development; Satisfaction; Reasons; Tourist attributes; Destination image

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Hierarquia do Turismo no Espaço Rural.....	21
Figura 2: Gênero.....	36
Figura 3: Estado civil.....	37
Figura 4: Escolaridade.....	38
Figura 5: Situação profissional.....	38
Figura 6: Município residente.....	39
Figura 7: Preferências de companhia para viagens.....	40
Figura 8: Mês que costuma tirar férias.....	40
Figura 9: Periodicidade que realiza atividades relacionadas ao turismo rural.....	42
Figura 10: Tempo de permanência no local de turismo rural.....	42
Figura 11: Pretensão de continuar a realizar atividades de turismo rural.....	46
Figura 12: Recomendação de atividades de turismo rural a outras pessoas.....	47
Figura 13: Imagem que vem à cabeça quando pensa em turismo rural.....	49
Figura 14: Imagem que vem à cabeça quando pensa em turismo rural - Integração num estilo de vida tradicional e rural.....	50
Figura 15: Imagem que vem à cabeça quando pensa em turismo rural - Procura pelo natural.....	51
Figura 16: Imagem que vem à cabeça quando pensa em turismo rural - Proximidade com a natureza.....	51
Figura 17: Imagem que vem à cabeça quando lembra de suas experiências de turismo rural.....	52
Figura 18: Imagem que vem à cabeça quando lembra de suas experiências de turismo rural - Integração num estilo de vida tradicional e rural.....	54
Figura 19: Imagem que vem à cabeça quando lembra de suas experiências de turismo rural - Procura pelo natural.....	55
Figura 20: Imagem que vem à cabeça quando lembra de suas experiências de turismo rural - Proximidade com a natureza.....	56
Figura 21: O que não pode faltar no local nas práticas de turismo rural.....	57

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Definições de turismo rural .....	22
Quadro 2: Temas associados a experiência turística .....	30



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Quantidade de palavras por Figura.....	35
Tabela 2: Faixa etária .....	37
Tabela 3: Municípios que já realizou turismo rural.....	41
Tabela 4: Motivações para a realização de viagens.....	43
Tabela 5: Motivações para realizar as atividades de turismo rural.....	44

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

CNC	Confederação nacional do comércio de bens, serviços e turismo
COVID-19	Coronavírus
EMBRATUR	Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MTUR	Ministério do turismo
OMS	Organização Mundial de Saúde
OMT	Organização Mundial do Turismo
SETUR	Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Sul
TER	Turismo no Espaço Rural

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA.....	14
1.2	OBJETIVOS .....	16
<b>1.2.1</b>	<b>Objetivo Geral</b> .....	<b>16</b>
<b>1.2.2</b>	<b>Objetivos Específicos</b> .....	<b>16</b>
1.3	JUSTIFICATIVA.....	17
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>19</b>
2.1.	TURISMO NO ESPAÇO RURAL: DEFINIÇÕES.....	19
2.2	O TURISMO RURAL COMO POTENCIAL DE DESENVOLVIMENTO.....	23
2.3	EXPERIÊNCIA TURÍSTICA NO TURISMO RURAL .....	27
<b>3</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>33</b>
<b>4</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	<b>36</b>
4.1	CARACTERIZAÇÃO DOS RESPONDENTES .....	36
4.2	PERCEPÇÕES PARA A PRÁTICA DO TURISMO RURAL .....	41
4.3	O IMAGINÁRIO DO TURISTA RURAL .....	47
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>59</b>
5.1	LIMITAÇÕES DA PESQUISA .....	61
5.2	DESENVOLVIMENTO DE PESQUISAS FUTURAS .....	61
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>62</b>
	<b>ANEXO A – QUESTIONÁRIO</b> .....	<b>69</b>
	<b>APÊNDICE I - QUESTIONÁRIO ORIGINAL</b> .....	<b>72</b>

## 1.INTRODUÇÃO

O desenvolvimento socioeconômico e os avanços tecnológicos transformaram as propriedades rurais do Brasil ao longo do século XX. O aumento da produtividade gerou como paradoxo o êxodo rural, com um aumento expressivo da população urbana e as consequências deste desequilíbrio (CORREIA FILHO, 2022). Ao longo do tempo, os conceitos de desenvolvimento rural e de ruralidade evidenciaram a importância de dimensões ocupacionais, econômicas, socioculturais e ambientais. Schwab, Moraes e Bassan (2020) defendem que o desenvolvimento rural está ligado às bases territoriais, fruto da interação entre os agentes sociais e os setores produtivos regionais e locais, sendo eles fundamentais para o desenvolvimento socioeconômico.

Kageyama (2004, p. 388) introduz nesta reflexão o conceito de desenvolvimento rural, afirmando que os espaços rurais são compreendidos para além dos limites dos setores produtivos e econômicos, mencionando [...] “a função produtiva, antes restrita à agricultura, passa a abranger diversas atividades, dentre elas o turismo rural, o processamento de produtos naturais e a conservação ambiental”. Com isso, Schneider (2004) destaca que esta pluriatividade de atividades desenvolvidas, as quais incluem turismo, não contribuem apenas para a geração de renda tendo muito mais a oferecer. Logo, o desenvolvimento rural deve combinar aspectos econômicos e sociais para proporcionar uma maior estabilidade e renda familiar, bem como uma vida socialmente aceitável, garantindo assim que as famílias continuem engajadas com a agricultura e evitem a migração para ambientes urbanos (KAGEYAMA, 2004).

Além disso, Ploeg (2016) destaca que embora algumas alternativas ao desenvolvimento rural sejam entendidas como “novas”, elas levam em conta conhecimentos antigos porque, entre outros aspectos, as características culturais estão presentes nesta atividade. Nessa perspectiva, alguns agricultores familiares passaram a investir suas energias na produção agroecológica, na venda no mercado produtor, na venda de barracas coloniais e no turismo rural (TARDETTI, 2021). Kageyama (2004) salienta a importância por criar novos serviços, mercados, contribuindo assim para toda a economia rural e a reconstrução da agricultura não somente a nível de estabelecimentos, mas também a níveis sociais.

Kageyama (2004) destaca que o desenvolvimento rural significa criar novos serviços, novos mercados, contribuir para toda a economia rural e reconstruir a agricultura não só a nível institucional, mas também a nível da reprodução social. Levando em consideração o Brasil, há uma tendência crescente em buscar experiências que valorizem o natural, o orgânico e o

peculiar, fatores que contribuem para o reconhecimento e a valorização do local, surgindo então uma procura pelo turismo rural.

O turismo tem se tornado um impulsionador da economia brasileira, onde somente no mês de maio de 2023, o turismo brasileiro teve um faturamento de R\$ 36,1 bilhões, sendo considerado o maior para este mês desde o ano de 2014 (ESTEVEES, 2023). Já no Rio Grande do Sul, no ano de 2020, as ocupações formais, nos segmentos de transporte, alimentação, alojamento, entre outras, ocupa um total de 77,7% de empregos no estado (MTUR, 2023). Onde, a SETUR (2023), ainda afirma um saldo positivo no nível de empregos relacionados ao turismo, sendo feitas 1.523 admissões profissionais somente no período de janeiro a julho de 2023.

Dada a extensão territorial do país, é crucial estimular os elementos presentes em cada propriedade rural, buscando aprimorar a atividade, bem como seus produtos e serviços, para atender às expectativas e desejos dos turistas (MTUR, 2010). Como por exemplo, o caso da China, as áreas rurais têm enfrentado desafios e retrocessos ao longo das décadas, seja devido as mudanças nas atividades econômicas, a reestruturação das práticas agrícolas tradicionais, o envelhecimento da população ou até mesmo a imigração dos jovens para grandes centros urbanos (LIU et al., 2020).

No entanto, dentro dessas áreas, existem práticas culturais e processos artesanais que podem ser considerados atrativos turísticos, mostrando suas especificidades e potencialidades diante da diversidade encontrada no meio rural. De acordo com Kastenholz et al. (2018), a proximidade e a imersão na natureza são temas principais que motivam os turistas em suas experiências turísticas. Os turistas de natureza buscam atividades de lazer ao ar livre, que podem exigir diferentes níveis de preparação física, além de paisagens de elevado valor estético e experiências que proporcionem uma conexão espiritual e emocional profunda. O aumento do tempo de permanência nesses locais possibilita uma interação mais significativa, enquanto excursões curtas permitem apenas uma interação superficial (KASTENHOLZ, MARQUES e CARNEIRO, 2020). Nesse contexto, encontros e interações personalizados entre anfitriões, hóspedes e a população local também são valorizados e contribuem para uma experiência geral positiva em destinos rurais (SU et al., 2019; CHRISTOU e SHARPLEY, 2019).

Considerando que a experiência turística é baseada em uma estrutura transitória de produção e consumo, é essencial que as partes interessadas do turismo desempenhem um papel importante em todo o contexto de formação da experiência turística (CHRISTOU, FARMAKI e EVANGELOU, 2018). Portanto, é fundamental identificar as dimensões que mais afetam a

excitação, o prazer, as memórias e até mesmo a satisfação dos turistas, a fim de potencializar suas experiências (KASTENHOLZ et al., 2018).

Nesse sentido, os empreendedores devem se esforçar para oferecer uma experiência diferenciada, envolvente e diversificada, uma vez que os turistas buscam estas premissas durante sua estada. O estudo da experiência do turista, por meio da segmentação, pode auxiliar no desenvolvimento de estratégias de posicionamento de mercado mais eficazes, fornecendo informações valiosas sobre os turistas e ideias sobre como atender às suas necessidades (WOOKHYUN e ALARCÓN, 2021). A experiência emocional desempenha um papel fundamental nesse contexto, representando as emoções que um turista sente ao utilizar um produto ou serviço, ou mesmo ao vivenciar a experiência turística em si (WOOKHYUN e ALARCÓN, 2021).

### 1.1.PROBLEMA DE PESQUISA

Ao longo do tempo, o setor turístico tem enfrentado mudanças e desafios oriundos da transformação do mercado. Além dos desafios e tendências decorrentes das mudanças naturais ocorridas no setor, a indústria começou a viver um período turbulento no final de 2019. Um vírus originado na China, chamado COVID-19, desencadeou uma pandemia que mudou radicalmente o rumo da economia global, países de todo o mundo foram afetados onde devido ao grau de contágio, forçou os governos a implementar medidas de distanciamento social e a fechar fronteiras (RÊGO, BARROS e LANZARINI, 2021).

Dessa forma, seguindo as orientações da Organização Mundial de Saúde (OMS) para evitar aglomerações de multidões, foram adotados dois métodos de quarentenas, uma rigorosa que implicaram no encerramento total das atividades presenciais e o recolhimento obrigatório e, o outro um isolamento voluntário ou facultativo. De qualquer forma, os países dependentes do turismo e dos empregos gerados pelo mesmo se tornaram os mais sensíveis e afetados pelos efeitos do COVID-19 (KORSTANJE, 2020).

Dito isto, se passa a discutir a dimensão da pandemia, avaliando o futuro da atividade turística para as próximas décadas. Logo, quando a ideia do urbano se torna sinônimo de perigo, o campo passa a ser uma alternativa, com locais mais isolados, tranquilos e confortáveis onde sua segurança não esteja em risco (KORSTANJE, 2020). Aliado ao aumento do ritmo de trabalho, a poluição ambiental e sonora presente nos grandes centros urbanos, contribuem para a procura de atividades de lazer em áreas rurais, permitindo assim, que as pessoas que

procuram por turismo e lazer encontrem um ambiente atrativo que contribui para uma melhor qualidade de vida (PADILHA, 2009).

Desta forma, o turismo rural pode ser considerado uma tendência atual para o consumo de produtos naturais e orgânicos, o que pode vir a contribuir para a elevação do setor. O Mtur (2010) aponta as características do turismo rural que o tornam atrativo para os turistas, como a paisagem, a natureza, a cultura, o modo de vida tradicional, os processos de produção, a proximidade e a hospitalidade.

Considerando que o turismo é uma atividade econômica responsável por uma circulação intensa de pessoas, bens e dinheiro, capaz de comercializar paisagens e lugares por todo o mundo e, por tanto, produzir e transformar territórios além do próprio espaço (CANDIOTTO, 2010).

Candiotto (2010) ainda afirma, que o interesse em analisar o setor se deve a dois fatores, primeiro pelo fato da sua ampliação significativa em todo o mundo como uma atividade geradora de rendimentos, alterando significativamente paisagens, espaços e tendo como principal matéria-prima os elementos naturais como rios, florestas, montanhas e, em segundo lugar a sua relevância e promoção através do desenvolvimento sustentável, o qual pode ser incentivado no Brasil devido ao seu potencial para paisagens e ecossistemas. Mesmo que, além do interesse óbvio pelos novos mercados, a mudança para empreendimentos que foquem no rural se deve ao seu apelo sustentável, pois podem causar menos degradação ambiental e menos conflitos sociais, contribuiriam para a dinamização econômica de territórios, para a conservação dos ecossistemas e para a valorização da diversidade cultural (CANDIOTTO, 2010).

A partir de 1990, o turismo rural começou a surgir no Brasil como um campo de interesse, proporcionando aos produtores uma renda alternativa além de condições de permanência na propriedade. Dado o potencial turístico encontrado nas comunidades rurais brasileiras que possuem características históricas e culturais que podem aumentar o acesso dos turistas às suas propriedades (GONÇALVES, 2016). Isto pode ser visto pelos números crescentes encontrados. Esteves (2023) afirmou que maio de 2023 teve o maior volume de faturamento para o mês desde 2014, tendo um aumento de 8,6% em relação a maio de 2022 e 4% comparando com abril de 2023.

Deste modo, a Organização Mundial do Turismo (2020) afirma que pelo menos 3% dos turistas em todo o mundo optaram pelo turismo rural, estimando que este segmento do mercado turístico tem um enorme potencial. Onde, o interesse pelos destinos rurais cresce 6% ao ano, sinalizando uma tendência global em que os turistas não querem mais ser meros expectadores

das viagens, mas sim protagonistas, vivenciando efetivamente a cultura e as experiências de novos destinos (OMT, 2020). Assim, considerando o Brasil, o setor se apresenta em expansão com crescimento de 24% nas atividades turísticas somente no ano de 2022 (IBGE, 2022).

Isto posto, a busca pelo turismo relacionado a heranças culturais é muito comum em antigas áreas de imigração, como é o caso de áreas de imigração italiana no Rio Grande do Sul, como a Serra Gaúcha, que hoje é um dos principais destinos com um turismo consolidado no mercado. Além disso, somente entre janeiro e agosto de 2023, o estado foi o segundo estado que mais recebeu turistas internacionais (EMBRATUR, 2023), com 499.153 turistas internacionais entrando no Rio Grande do Sul, dos quais 489.164 vieram da América do Sul.

Para tanto, enquanto alguns pesquisadores concentram sua atenção nas transformações espaciais (econômicas, culturais, políticas e ambientais), outros concentram na análise do potencial de recepção e organização das destinações turísticas (CANDIOTTO, 2010). Consequentemente, no Brasil o crescimento do turismo rural tem ocorrido de forma empírica contendo características distintas de acordo com o local que está inserido, ainda que a diversidade de produtos rurais existentes, não permita definir uma percepção clara de quais os atributos que o turista mais valoriza no turismo rural (MTUR, 2004). Isto deve-se, em grande parte, à dificuldade de ordenar, incentivar e formalizar o turismo rural enquanto segmento turístico, fazendo com que a diversidade cultural e geográfica do país acabe por ser desvalorizada. Com esta afirmação o trabalho indaga: Qual o perfil dos turistas para a prática do turismo rural no Rio Grande do Sul?

## 1.2.OBJETIVOS

Para alcançar os resultados do estudo, faz-se necessário a apresentação dos objetivos. A seguir serão apresentados o objetivo geral e os específicos.

### 1.2.1.Objetivo Geral

O presente estudo tem como finalidade descrever as motivações dos turistas para a prática do turismo rural no Rio Grande do Sul – Brasil.

### 1.2.2.Objetivos Específicos

Dado o objetivo geral, os objetivos específicos propostos são:

- Identificar o perfil do turista rural do Rio Grande do Sul;



- Descrever as percepções para a prática do turismo rural;
- Desvelar o imaginário do turista rural.

### 1.3.JUSTIFICATIVA

Os espaços rurais sofreram alterações significativas ao longo dos anos, assim como a evolução da sociedade como um todo. Entre essas mudanças podem-se destacar a evolução da tecnologia, do tempo, dos transportes e até da situação financeira. A influência destes fatores tem provocado alterações no espaço rural que podem alterar a natureza da produção para o nascimento de outras atividades, como o turismo rural. Dessa maneira, o Rio Grande do Sul conta com uma ampla zona rural, reconhecida pela sua produção agrícola, identidade paisagística e contexto cultural, tornando-a muito atrativa para o fluxo de turistas que desejam desfrutar de atividades turísticas que ofereçam tais características do campo (STRASBURGER, COLTRE e FERREIRO, 2022; SILVA, 2014).

Para tanto, os recursos potenciais existentes dentro das zonas rurais podem ser melhorados ou otimizados. Muitos destes ambientes rurais têm características naturais únicas, como montanhas e riachos, aspectos socioculturais da vida, da dança, dos costumes, da culinária que não podem ser encontrados nas cidades ou mesmo em outros lugares (SULAMAIN et al., 2023). Os autores ainda afirmam que os recursos potenciais destas zonas rurais podem ser explorados, melhorados ou até mesmo otimizados, tornando-se base para outras ações. Portanto, o turismo é estrategicamente importante para o desenvolvimento destes locais e pode ser uma prioridade máxima no aumento do rendimento e da produtividade econômica.

Deste modo, a presente pesquisa visa descrever as motivações dos turistas para a prática do turismo rural no Rio Grande do Sul. Ao focar especificamente nesse estado, busca-se compreender melhor as características dos turistas considerando seus aspectos culturais, geográficos e agrícolas que os distinguem.

Do ponto de vista acadêmico, essa pesquisa contribui para o avanço do conhecimento sobre o turismo rural no Brasil. O crescimento desse segmento tem ocorrido de forma empírica, sem uma clara definição dos atributos que os turistas mais valorizam nesse tipo de turismo. Ao investigar e analisar tais informações, a pesquisa contribui para a compreensão dos fatores que influenciam as escolhas e experiências dos turistas no contexto rural.

Além disso, essa pesquisa tem relevância prática ao identificar os aspectos dos turistas, o que permitirá fornecer informações valiosas para os empreendedores, gestores e profissionais do turismo rural. Essas informações podem ser utilizadas para o desenvolvimento de estratégias

mais eficazes, criação de roteiros turísticos atrativos e oferta de serviços e produtos alinhados com as demandas dos turistas. Compreender as preferências dos turistas também auxilia na tomada de decisões relacionadas a investimentos, diversificação de atividades e melhoria da qualidade da oferta turística rural.

Por falta de uma pesquisa ampliada do panorama do turismo rural, a pesquisa contribui para explicar tais aspectos, principalmente levando em conta o Rio Grande do Sul. O Brasil possui uma diversidade cultural e geográfica ampla, que influencia as características do turismo rural em cada região. Explorar essas particularidades é essencial para entender como o perfil, motivações e experiências dos turistas variam e se adaptam a diferentes contextos. Além disso, a formalização e ordenamento do turismo rural como segmento turístico enfrentam desafios, resultando na desvalorização de sua diversidade cultural e geográfica. Portanto, mais pesquisas são necessárias para abordar essas questões, identificar boas práticas e subsidiar políticas públicas eficazes para impulsionar o crescimento sustentável do turismo rural.

Ao se propor preencher essas lacunas e fornecer informações atualizadas sobre o perfil dos turistas no turismo rural, esta pesquisa contribuirá para o desenvolvimento de estratégias mais eficazes, melhor gestão e sustentabilidade desse setor, além de valorizar a diversidade cultural e geográfica do Rio Grande do Sul. Além disso, os resultados obtidos podem servir como base para estudos futuros, permitindo a sua comparação em diferentes regiões do Brasil e a identificação de tendências e padrões que beneficiem o setor como um todo. Visto que, os indivíduos que desfrutam do turismo rural apresentam comportamentos variados e têm desejos, necessidades e exigências diversificadas, e o mercado precisa possuir oferta adequada para satisfazer essas necessidades e deve estar preparado para compreender e satisfazer as expectativas desta procura diversificada (ANSARAH, 2005).

## 2.REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico aborda nas seguintes seções as diferentes definições do turismo rural. Apresenta ainda, o turismo rural como um potencial de desenvolvimento e na sequência busca-se demonstrar as experiências turísticas no turismo rural.

### 2.1.TURISMO NO ESPAÇO RURAL: DEFINIÇÕES

A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001) define turismo como a atividade de viajar e permanecer num local fora do ambiente habitual por mais de um dia para recreação, entretenimento, trabalho ou outros fins. Embora esta seja a definição mais aceita, Motta (2013) argumenta que o turismo não precisa ser um conceito absoluto e que outros fatores como o dinamismo e as características locais também são levados em conta na segmentação turística.

As dinâmicas das viagens turísticas são diversas, incluindo as relações entre pessoas e culturas, bem como a troca de experiências e a renovação de valores e culturas locais. Como resultado, a diversidade encontrada nas motivações do planejamento de viagens das pessoas e nas diferentes personalidades dos turistas leva à segmentação do turismo (BELTRÃO, 2001).

Padilha (2009) considera o turismo uma atividade multifacetada, interdependente com diferentes segmentos econômicos e que requer um conjunto de ações setoriais para o seu desenvolvimento, possibilitando uma série de atividades interdependentes. Isto se deve a integração e sinergia das organizações públicas e privadas que além dos diferentes setores da economia, transformam os recursos em produtos turísticos, afim de promover desenvolvimento sustentável, valorização e proteção do patrimônio natural e cultural, além de respeito pelas diversidades regionais.

Contudo, mesmo antes do turismo ser um sistema organizado, antigamente as pessoas já viajavam por diversos motivos, como é o caso de saúde e crença. Porém, no presente, os motivos das viagens variam com foco em experiências, como é o caso de conhecer novas culturas, apreciar e interagir com a natureza o que inevitavelmente leva ao meio rural. Portanto, são muitos interesses e motivações que podem levar as pessoas a viajar e a transformar o seu tempo livre em momentos de relaxamento, conhecimento e descanso (SPINDLER, 2020). Baseado nisso, é possível observar uma segmentação do mercado turístico, que leva ao surgimento de diferentes modalidades baseado em estudos de demandas e ofertas.

Dentro dessa diversidade de segmentos, o turismo rural surge como uma modalidade que liga dois termos sendo, “turismo” um fenômeno social e “rural” algo que liga espaço,

cultura e categorias de produção (LIMA, 2020). As motivações indicam a procura pela reconexão com a natureza, estilo de vida rural, a recuperação dos valores rurais, entre outros. Deste modo, o turismo rural não surge apenas se relacionando com as motivações dos turistas mas também com a necessidade de revitalização do rural. Candiotto (2010, p.4) afirma que:

[...] o turismo ganha força na discussão sobre desenvolvimento rural em vários países no início da década de 1990, período em que cresce o fenômeno da pluriatividade no espaço rural; a concepção de multifuncionalidade do agricultor e da agricultura; bem como o interesse dos agentes turísticos e da população urbana pelo rural e pelas ruralidades.

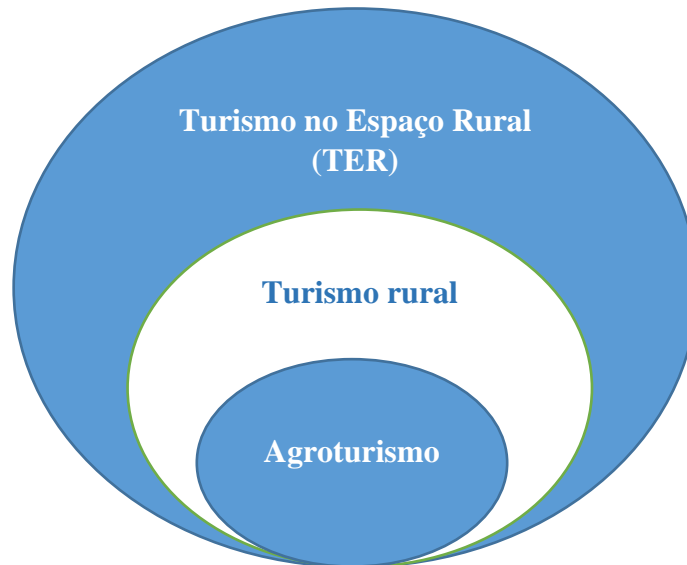
Neste sentido, Padilha (2009) aponta que o rural está relacionado a atividades consumidoras de serviços, como entretenimento, turismo, prestação de serviços, produção de artesanatos, etc., que podem ser consideradas atividades complementares as atividades agrícolas, das quais membros da família são incentivados a se envolverem, muitas vezes pensando na possibilidade de obtenção de maiores rendimentos, com os riscos existentes nas atividades agrícolas ou com a incerteza do mercado de produtos agrícolas.

Assim sendo, Tulik (2003) destaca o que chama de Turismo no Espaço Rural (TER), que inclui todas as atividades turísticas realizadas em áreas rurais, incluindo o ecoturismo, o turismo rural, agroturismo e turismo de aventura. Já Solha (2019) determina o TER como atividades de lazer desenvolvidas em meio rural e pode incluir além dos aspectos agrícolas, pesqueiros, hotéis fazendas entre outras atividades, sendo elas não específicas somente de produção agrícola. Da mesma forma, Campanhola e Graziano da Silva (2000, p. 147), caracteriza o TER como “atividades de lazer realizadas no meio rural e abrange várias modalidades definidas com base em seus elementos de oferta tais como turismo rural, turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de aventura” entre outros.

Motta (2013) argumenta que esses segmentos são muitas vezes usados como sinônimos de turismo rural, criando incerteza terminológica e conceitual. Corroborando com Candiotto (2010) que afirma essa situação sendo resultado da importação de conceitos da literatura estrangeira sem refletir ou adaptar-se à realidade brasileira.

Isso posto, fica evidente que o TER se refere a todos os tipos de turismo desenvolvidos em meio rural, independentemente das suas motivações ou das práticas envolvidas, conforme mostra a Figura 1.

Figura 1: Hierarquia do Turismo no Espaço Rural



Fonte: Adaptado de Candiotto (2010).

O turismo rural e o agroturismo são consideradas segmentações dentro do TER as quais tem potencial para trazer muitos benefícios socioeconômicos aos turistas além da comunidade em que está inserido, firmando-se como uma estratégia de desenvolvimento local. Neste caso, Elesbão (2007, p. 50) defende que “[...] o desenvolvimento local envolve a descoberta, mobilização e valorização dos recursos locais, sendo que o turismo normalmente é apresentado como uma das atividades capazes de organizar e desenvolver as potencialidades”. Para esse fim, o desenvolvimento local deve surgir a partir dos recursos naturais, humanos e culturais de um determinado território e pressupor uma transformação consciente e real das localidades (MILANI, 2003; VEIGA, 2005).

Diante do exposto, o turismo rural tem crescido significativamente em diferentes regiões do Brasil, tornando-se uma atividade não agrícola com potencial para impulsionar o desenvolvimento local e viabilizar áreas rurais economicamente ativas. Anton-Clavé e López-Monné (1996) corroboram que o turismo rural ajuda a evitar problemas sociais além de ser uma ferramenta de proteção do patrimônio cultural, garantindo que os recursos naturais e culturais não sejam destruídos. Além de que, se devidamente planejado, pode promover a integração das comunidades locais e apoiar a economia local.

Embora o conceito já esteja enraizado no Brasil há algum tempo, ainda existem dificuldades em sua definição. Tais dificuldades se devem a diversificação das atividades disponíveis, das quais terminam por tratar o turismo rural como um sinônimo de outros segmentos como é o caso do agroturismo, turismo de aventura, etc.

Neste sentido, considerando a variedade de conceitos acerca do turismo rural, o quadro 1, demonstra alguns autores que os definem.

Quadro 1: Definições de turismo rural

<b>Definição</b>	<b>Autores</b>
Trata-se de lugares em funcionamento que complementam seus rendimentos através de alguma atividade turística, geralmente proporcionando alojamento, alimentação e até mesmo oportunidades de aprendizagem sobre atividades agrícolas.	Organização Mundial do Turismo – OMT (1993)
“Turismo rural é um segmento do turismo desenvolvido em áreas rurais produtivas, relacionado com os alojamentos na sede da propriedade (adaptada) ou em edificações apropriadas (pousadas), nas quais o turista participa das diferentes atividades agropecuárias desenvolvidas nestes espaços, quer como lazer ou aprendizado”.	Zimmermann (1996, p. 2)
O turismo rural inclui uma gama de atividades, serviços e instalações fornecidas pelos agricultores e pela população rural afim de atrair turistas para suas áreas, gerando rendimentos adicionais para os seus negócios.	Rátz e Puczko (1998)
Atividade turística desenvolvida no meio rural, comprometida com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural de uma comunidade.	EMBRATUR (1999)
Refere-se a quaisquer atividades recreativas e turísticas que são realizadas em meio rural, que além do turismo agrícola, inclua outras atividades não relacionadas com ativos agrícolas produtivos ou com a produção agrícola.	Campanhola e Graziano da Silva (2000)
“[...] conjunto de atividades desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”.	Ministério do Turismo (2003, p. 11)
Considera-se que o turismo rural está relacionado com as particularidades do espaço rural, como a paisagem, o estilo de vida e a cultura.	Tulik (2003)
“[...] o turismo rural pode ter como atrativos objetos e costumes herdados do passado, que apresentam um valor simbólico. É um turismo em paisagens naturais e paisagens agrárias, trazendo um retorno ao passado rural ou indígena; é também cultural; de pequenas igrejas e museus de colheitas, festas, costumes e crenças tradicionais, romarias, artesanato e comidas típicas, valorizando os produtos específicos do local”.	Calvente (2004, p. 11)
“Conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, participando na produção agrícola, acrescentando valor aos produtos e serviços, protegendo e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”.	Ministério do Turismo (2010, p. 18)
“[...] atividade que dentro do contexto da multifuncionalidade, pode representar uma importante estratégia de desenvolvimento local, favorecendo a ativação das áreas rurais, a conservação da natureza e a criação e/ou manutenção de postos de trabalho”.	Klein, Elesbão e Souza (2019, p. 02)

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Rátz e Puczko (1998) destacam que o turismo rural não é somente a agricultura, mas também o interesse pela natureza, que pode incluir serviços de alojamento, eventos, recreação ao ar livre, artesanatos, venda de produtos agrícolas, entre outros. Silva (2007) ainda complementa que a arquitetura, gastronomia e festas tradicionais também são considerados símbolos das tradições e aspectos valorizados no turismo rural. Contudo, levando em conta esta perspectiva, os autores Froehlich e Rodrigues (2000) complementam que o termo “turismo

rural” serve como uma expressão mais geral, compreendendo qualquer atividade turística que não seja realizada em áreas urbanas.

Percebe-se, portanto, que todas as definições de turismo rural estão relacionadas a atividades que geram ocupações complementares às atividades agrícolas e que continuam fazendo parte do cotidiano das propriedades rurais, com maior ou menor intensidade. Sendo complexa e multifacetada, modificando-se entre regiões e até países. Mas considera alguns elementos em comum, como sendo localizado em áreas dentro de um destino caracterizado por funções rurais em que os visitantes podem experimentar, socialmente ou mergulhar psicologicamente naquele destino particular (ROSALINA, DUPRE e WANG, 2021; LARROSA ROCAMORA, AMAT MONTESINOS e CORTES, 2023).

Isto posto, o turismo não é considerado uma atividade isolada, mas acaba por interagir com outros usos potenciais de recursos como terra, trabalho e capital, competindo pela atenção individual e governamental (SU et al., 2019). Vale ressaltar que a localização geográfica do local, também distingue os principais recursos que dão o conteúdo e as características do destino (LARROSA ROCAMORA, AMAT MONTESINOS e CORTES, 2023). Dessa forma, fica claro que o turismo rural pode consistir em um conjunto de atividades que são desenvolvidas a partir de uma combinação entre atividades criadas por outros segmentos do setor como como turismo cultural, de natureza, ecoturismo, turismo de lazer e turismo gastronômico (WOOKHYUN e ALARCÓN, 2021; KASTENHOLZ, MARQUES e CARNEIRO, 2020; LARROSA ROCAMORA, AMAT MONTESINOS e CORTES, 2023). Portanto, é natural e adequado que os especialistas na área extraiam as melhores condições e oportunidades do turismo e seus potenciais, afim de explorar em detalhes suas manifestações (SU et al., 2019; LEWIS e D'ALESSANDRO, 2019).

Cabe aqui um destaque final, dada a diversificação de conceitos, onde o TER é visto como uma atividade mais ampla e o turismo rural como uma atividade mais segmentada de acordo com as origens naturais. Ambas por vezes se confundem e são vistas por autores em uma mesma perspectiva, sendo que nesta investigação irá se tratar “turismo rural” como qualquer atividade que seja desenvolvida no rural que contempla as atividades desenvolvidas no espaço rural.

## 2.2 O TURISMO RURAL COMO POTENCIAL DE DESENVOLVIMENTO

Os primeiros sinais de turismo rural foram encontrados nas atividades europeias do século XX. Dos quatro países destacados, esta atividade apareceu pela primeira vez na França

em 1948, seguida pela Espanha em 1960, pela Itália em 1966 e por Portugal em 1978 (TULIK, 2003). Tulik (2003) destaca que nestes países as atividades turísticas não são uniformes e podem variar de país para país conforme suas disposições e necessidades. Veio da Europa a influência para a implementação do turismo rural no Brasil.

O turismo rural no Brasil foi definido entre 1984 e 1986, quando algumas propriedades no município de Lages, Santa Catarina, decidiram utilizar as estruturas existentes de criação de gado de corte e leiteiro, bem como equinos, para diversificar suas atividades e receber turistas. Sendo que a prática começou a ser estruturada de forma profissional em meados de 1986 com o objetivo de implementar ações para desenvolver essa atividade, usando como base o modelo europeu e algumas ideias dos Estados Unidos, seguindo assim um estilo country. (NOVAES, 1994; TULIK, 2003; KLOSTER e CUNHA, 2014).

Tal como acontece em outros países, as iniciativas para o turismo rural surgem da transformação de áreas rurais que são incitadas a assumir diferentes papéis e novos usos para além das suas funções de produção agrícola. A busca por alternativas para as comunidades agrícolas tem levado ao surgimento e ao desenvolvimento de diversas atividades produtivas no Brasil rural, onde a diversidade é sua expressão mais importante (LIMA, 2020).

Consequentemente, o desenvolvimento surge como sinônimo de crescimento e progresso sendo considerado uma evolução histórica onde o tradicional se torna desenvolvido, porém sua noção ultrapassa as questões de crescimento econômico e passa a se relacionar com o território específico que está inserido, encontrando uma identidade e uma nova área de conhecimento. Tornando-se interdisciplinar, assim envolvendo aspectos de âmbito econômico, social e ambiental. (TENÓRIO, 2007; PATIAS, 2023). Portanto, Patias (2023, p. 48) afirma que

[...] o foco do conceito de desenvolvimento local assenta no desenvolvimento efetivo de uma determinada comunidade, através da valorização das capacidades, competências e aptidões dessa comunidade, pronta a contribuir para a ruptura de ligações anteriores impostas pelo atual estado de vida das pessoas.

Logo, o conceito de desenvolvimento local está integrado aos diferentes atores da sociedade e em sua participação nas necessidades locais, onde os atores locais devem estar sincronizados para que as localidades possam se desenvolver de acordo com suas características específicas. Nessa perspectiva, salienta-se que o desenvolvimento econômico poderá ocorrer em um ambiente produtivo e inovador, facilitando assim a cooperação e integração de diferentes cadeias produtivas além de redes econômicas e sociais (DANTAS e GUENTHER, 2021).

Em vista disso, a diversidade rural existente precisa ser investigada, assim como é necessário desvelar o que motiva os turistas para o turismo rural, afim de se identificar aspectos



com maior assertividade. Portanto, sobre a motivação turística, Santos, Ribeiro e Vela (2011, p. 183) afirmam que alguns elementos são fundamentais, tais como “a atividade produtiva, a gastronomia, a paisagem, a hospedagem, o acesso, a cultura, o clima, o lazer, as compras e a informação”. Podendo acrescentar ainda a localização geográfica, as manifestações religiosas e a rica história do povo rural também fazem parte deste cenário favorável (GONÇALVES, 2016). Beni (2004) completa que as características presentes neste segmento são claramente definidas em termos de permanência e utilização de equipamentos, sendo possível hospedar-se em antigas casas coloniais de trabalhadores e imigrantes de diferentes épocas agrícolas do Brasil, sedes agrícolas e casas fabris dos ciclos do café e da cana-de-açúcar, que caracterizam o patrimônio histórico, arquitetônico e etnocultural de vários estados brasileiros. Mas também, podem ser modernos complexos turísticos e hotéis-fazenda destinados aos turistas que procuram lazer e relaxamento no âmbito de atividades agro-pastoris. Nestas circunstâncias, as principais questões são a preservação do patrimônio histórico e cultural que é valioso para a cultura local, e a prestação de serviços de alimentação e alojamento, que são tidos como básicos no turismo, contribuindo assim para uma ruptura no cotidiano agitado dos turistas e incorporando-os na cultura local (SILVA, 2007).

Portanto, é consenso a diversidade turística no Brasil, no entanto, nem todas se transformam em desenvolvimento para o seu entorno. Trata-se de um mercado que continua a crescer constantemente, pois cada vez mais as pessoas procuram por paisagens naturais e costumes autênticos de uma localidade, buscando um lugar tranquilo e pacífico longe da urbanização (LIU et al., 2020; SU et al., 2019; Silva, 2007).

Atualmente, a interação entre agricultura e o turismo se concentra principalmente na utilização turística de produtos agrícolas e no compartilhamento de recursos humanos para atender turistas em atrações próximas (SU et al., 2019). No entanto, as características de práticas agrícolas assim como as tradições culturais relacionadas também podem ser desenvolvidas como atrativos, afim de enriquecer a experiência do visitante. Além disso, os conhecimentos e habilidades locais perante os meios de subsistência tradicionais podem ser usados no turismo afim de criar experiências e até mesmo fortalecer as conexões locais (ROSALINA, DUPRE e WANG, 2021; SU et al., 2019).

De Souza e Lindner (2010) citam as demandas dos turistas durante sua permanência no local visitado o que justifica a existência e viabilização de propriedades rurais que ofertam serviços e produtos nessas áreas. Dessa forma, a busca por tais demandas são necessárias, assim sendo adotado o turismo como possibilidade de revitalização econômica e social dos locais (LIU et al., 2020). Os moradores locais também podem desenvolver produtos agrícolas locais

que os turistas possam ver, provar e fazer, afim de vivenciar tais atividades. Produtos culturais, como o artesanato local, podem ser exibidos e até mesmo vendidos aos turistas como forma de aumentar a conscientização cultural e os benefícios econômicos (SU et al., 2019).

Bogicevic et al. (2019) apontam o turismo como uma indústria de serviços, onde as diversas atividades como transporte, acomodações e atrações podem moldar a experiência de um visitante sobre o destino escolhido, e ao planejar uma viagem, o turista não apenas valoriza a localização como um tipo de experiência significativa, mas sim, as possíveis características que encontrará no local. Importante ressaltar que se este processo de oferta for realizado de forma errônea pode acabar por frustrar a sua experiência com o destino como um todo.

Uma vez que muitos autores definem a imagem do turismo como a soma da percepção ou impressão geral de um indivíduo sobre um lugar, ou mesmo um retrato mental de um destino, é lógico que ela tenha alguma influência no comportamento do turista (LOUREIRO e GONZÁLEZ, 2008). Diante disto, o desenvolvimento e a proteção do rural devem encontrar um equilíbrio durante tal processo, onde as características como a interação humana e um ambiente tradicional são importantes, criando um cenário turístico tranquilo, porém prestando atenção não apenas na sustentabilidade do ambiente ecológico, como na ordem social e nas operações econômicas que envolvem (YANG et al., 2021).

Como resultado, as economias rurais se beneficiam do dinamismo dos novos investimentos, da criação de emprego e até da dinâmica com outras empresas turísticas, sobretudo se estiverem bem integradas com outros setores econômicos. Além disso, não apenas os serviços turísticos, mas também os gastos diretos do turismo em outros serviços e produtos locais também são resultados importantes para o sucesso dos empreendimentos de turismo rural (CUNHA, KASTENHOLZ e CARNEIRO, 2020). No entanto, no ponto de vista do visitante, o turismo nas áreas rurais promete incorporar um ambiente idealizado distinto dos ambientes urbanos, ou seja, uma fuga dos estressores urbanos, como poluição, ruído, espaços artificiais e ambientes lotados. A capacidade dos proprietários de pequenas empresas de turismo rural em fornecer esse serviço desempenha um papel vital ao atuar como um intermediário cultural, oferecendo a si mesmos a oportunidade de mergulhar na cultura local (CUNHA, KASTENHOLZ e CARNEIRO, 2020).

O potencial do turismo para desenvolver esses cenários é bem reconhecido, mas realizar esse potencial na prática em contextos geográficos restritos e em um ambiente cada vez mais competitivo apresenta desafios (CUNHA, KASTENHOLZ e CARNEIRO, 2020). No entanto, esta é uma forma que pode auxiliar a reduzir a pobreza em algumas áreas, uma vez que oferece diferentes meios de subsistência. Isso não apenas facilita novos investimentos, empregos e

geração de renda, mas também ajuda a aumentar o valor percebido dos recursos existentes, como produtos agrícolas locais (LEE e JAN, 2019; CUNHA, KASTENHOLZ e CARNEIRO, 2020). Além disso, outro efeito evidenciado foi de maior conscientização dos moradores sobre seus impactos ambientais, levando a uma maior proteção ambiental na tentativa de proporcionar experiências de lazer com qualidade (LEE e JAN, 2019).

Assim, o impacto dessa forma de empreendedorismo pode ir muito além dos números econômicos e, embora o impacto econômico geral possa ser modesto em termos de geração de empregos e renda, há contribuições para o dinamismo econômico e social local, que podem ajudar a sustentar hábitos cotidianos, como é o caso de manutenções de fazendas tradicionais e atividades relacionadas, como alimentação e produção artesanal. Desta forma, os turistas também têm a oportunidade de vivenciar o contexto real do trabalho e cotidiano dos agricultores, apreciando o ambiente e a cultura local como paisagens, arquitetura típica, gastronomia entre outras peculiaridades. Com isso, o sistema turístico integra diversas atividades, recursos e atores, criando um universo atrativo que, se bem gerido e articulado, atrai turistas e dinamiza a economia local, permitindo a criação de autênticas experiências de turismo rural (CUNHA, KASTENHOLZ e CARNEIRO, 2020).

Dessa forma, Rosalina, Dupre e Wang (2021) determinaram os desafios estabelecidos para o turismo rural sendo eles agrupados em categorias internas e externas. Os desafios internos podem ser determinados pelo social e político, pelos trabalhadores, planejamento e gestão, estratégias de marketing e sustentáveis além do financeiro. E os desafios externos, são considerados como a demanda turística, outros concorrentes e fontes externas.

Todavia, se reconhece o desafio de equilibrar o desenvolvimento rural com a proteção da vida cotidiana rural. Outro ponto envolve a necessidade de entregar originalidade e controlar a qualidade, onde os destinos rurais devem permanecer autênticos, onde essa autenticidade pode ser percebida como de baixa qualidade em comparação com os padrões urbanos.

### 2.3 EXPERIÊNCIA TURÍSTICA NO TURISMO RURAL

A vida estressante em meio urbano e as outras condições negativas que podem ser percebidas, atraem cada vez mais visitantes ao campo. As imagens associadas ao contraste encontrado, da vida cotidiana perante a imagens nostálgicas do passado fazem os mesmos serem atraídos para o turismo rural (KASTENHOLZ et al., 2018). Neste sentido, pensando no turismo rural como uma atividade que agrega valor a produtos e serviços e que, ainda, resgata e promove

o patrimônio cultural e natural de uma comunidade também pode conectá-lo à oferta de experiências.

A economia da experiência identifica uma nova forma de comercialização, onde o consumidor não adquire somente um produto ou serviço, mas sim, paga “para passar algum tempo participando de uma série de eventos memoráveis” (PINE e GILMORE, 1999, p. 2). Os autores ainda apontam que adicionar elementos que aumentam o uso sensorial com determinados produtos podem ser a forma mais eficaz de gerar sensações e emoções. É um tema complexo em vários aspectos, um deles é a experiência específica desenvolvida, cujas dimensões podem ter distinções em como elas se relacionam com as emoções positivas, pela memória e pela satisfação em geral, bem como os temas sensoriais da experiência do turismo rural relacionados a motivos e atividades específicas (BUHALIS e SINARTA, 2019).

Outro ponto elencado por Loureiro e González (2008), determinam que no contexto do turismo rural, fatores como quarto, tipo de quarto, localização e alimentação são relevantes para os turistas. Onde, um estudo anterior classificou que as experiências vistas pelos turistas podem ser classificadas em quatro grandes categorias sendo, interação, ambiente físico, acessibilidade e acomodação. Esta classificação origina os elementos que são essenciais para qualquer destino turístico (BUHALIS e SINARTA, 2019). Buhalis e Sinarta (2019) ainda complementam que uma experiência não ocorre apenas quando os consumidores fazem contato diretamente com o local, seja durante a compra ou hospedagem, mas também indiretamente através de recomendações, críticas, publicidades ou resenhas.

Portanto, a economia da experiência pode incluir o estímulo das sensações, geração de emoções, processos cognitivos e cultivo a atividades de relacionamento e engajamento. Conseqüentemente, existem dinâmicas que potencialmente vinculam a experiência sensorial do turista, sobre as emoções e o apego ao lugar visitado. Tais experiências são cada vez mais procuradas em diferentes contextos geográficos, culturais e sociais por diferentes razões e propósitos, e por conseguinte são condicionadas e cocriadas por diferentes destinos concorrentes, que procuram novas oportunidades de negócio e desenvolvimento (KASTENHOLZ et al., 2018).

Esta busca por novas experiências locais pode ser ligada aos temas de nostalgia e busca por autenticidade em áreas rurais, onde podem ser interpretados como uma busca romantizada por ambientes rurais (SOLHA, 2019). A nostalgia é um ponto a ser exibido, conhecido como um sentimento autoindulgente e desadaptativo, que as pessoas experimentam quando apegadas ao passado. Requer a lembrança de um momento a qual deseja retornar, e como resultado, a pessoa se sente sentimental, principalmente feliz, mas com um toque de nostalgia pelo

momento. Quando considerados a partir do viés dos turistas, nota-se que o ambiente rural com o seu toque rústico e comida tradicional acaba por provocar memórias nostálgicas (CHRISTOU, FARMAKI e EVANGELOU, 2018).

A experiência do turista passa a conectar-se com seu subjetivo, com suas emoções e percepções, passa a ter o que Beni (2004) define como novas demandas acerca dos produtos e serviços oferecidos pelos destinos turísticos. Para tanto, a valorização da experiência do turismo é considerada mais importante no contexto das áreas rurais, por precisar desenvolver ofertas que sejam atraentes e exclusivas a um mercado exigente e diversificado. No qual, evidencia-se que os turistas buscam por experiências diversificadas, mas que remetam a fascinação, singularidade e ao inesquecível, sendo os destinos específicos condicionados aos seus próprios motivos, como uma viagem, uma imagem ou até memórias passadas (KASTENHOLZ et al., 2018).

Buscando escapar das emoções negativas acumuladas na vida cotidiana, assim o turismo rural é usado para aliviar os turistas urbanos do estresse diário evocando emoções positivas, além de descanso e relaxamento (WOOKHYUN e ALARCÓN, 2021). Portanto, a experiência turística deve ser entendida como subjetiva e variável, marcando principalmente pontos emocionais e simbólicos que resultam em emoções, traços de memória e satisfações. Onde a experiência emocional refere-se aos sentimentos dos turistas em relação a um destino e pode ser expressa como preferências, neutralidade e os não favoritos. Beni (2004) confirma esta conexão quando apresenta uma nova relação entre o turista e seu destino neste novo milênio, relação esta que se desvencilha do cunho comercial e o foco afasta-se do consumismo. Diante deste contexto, o turista deixa de buscar novos produtos e serviços para voltar seu olhar para os que lhe ofereçam novas experiências com alto valor agregado.

Dessa forma, Pine e Gilmore (1998) propuseram que a experiência pode ser classificada em duas dimensões: participação do consumidor onde os turistas podem participar de forma ativa no desempenho da atividade ou de forma passiva como observadores ou ouvintes, e conexão com o evento onde os turistas podem absorver as atividades ou estarem imersos na atividade. Da combinação destes dois níveis de cada dimensão, os autores derivam quatro reinos da experiência sendo entretenimento (absorção passiva); estética (imersão passiva); educação (absorção ativa); e escapismo (imersão ativa). Sendo todas elas formas de se aproveitar a experiência com maior ou menor intensidade.

Wookhyun e Alarcón (2021) em seu estudo, definem três temas principais associados a experiências em turismo a partir dos alojamentos buscado pelos turistas, que podem ser visualizados no Quadro 2.

Quadro 2: Temas associados a experiência turística

<b>Tema</b>	<b>Caracterização</b>	<b>Experiências</b>	<b>Modo de viagem</b>	<b>Custos</b>
Turistas Orientados para o Conforto	Buscam estadias, alojamento rural de elevada qualidade.	Inclui experiências de viagem, como manutenção das instalações, limpeza, equipamentos e conforto.	Família ou grupo de amigos.	Alojamento com preços relativamente acessíveis.
Consumidores de Meios Rurais	Buscam por divertimento e descanso tranquilo em torno do alojamento.	Experiências como conveniência, atendimento ao cliente, ambientação geral, vistas rurais, alimentação e custo-benefício.	Casais.	Alojamento com preços relativamente médios.
Buscadores de Recreação Ativa	Busca múltiplas formas de desfrutar de recreação ativa em áreas naturais.	As experiências incluem atividades, relaxamento, privacidade, ambiente natural e muito turismo cultural.	Casais ou famílias.	Alojamento com preços mais elevados.

Fonte: Adaptado de Wookhyun e Alarcón (2021)

Os três temas associados as experiências descrevem o que os turistas buscam de acordo com o alojamento escolhido, o primeiro são os “turistas orientados para o conforto” os quais buscam uma estadia com elevada qualidade e geralmente são compostos por turistas que viajam em família ou em grupos de amigos; o segundo tema são os “consumidos de meios rurais” procuram divertimento e um descanso próximo ao seu alojamento e viajam majoritariamente em casais; e por fim, os “buscadores de recreação ativa” identificados pelas diferentes formas de desfrutar do ambiente e são compostos por casais ou famílias (WOOKHYUN e ALARCÓN, 2021). Este trabalho vai de encontro com o que Lewis e D'Alessandro (2019) alegam, as experiências de acordo com os motivos da viagem podem resultar em uma maior satisfação do visitante e possivelmente irá atrair novos clientes pela divulgação.

Ye et al. (2021) sugerem que os turistas que visitam destinos com distâncias (físicas e/ou culturais) variadas tendem a expressar motivações/expectativas divergentes e, portanto, se comportam de maneira distintas. Por exemplo, turistas que viajam para destinos de curta distância e culturalmente semelhantes tendem a buscar descanso e relaxamento, enquanto aqueles que visitam lugares culturalmente distintos e de longa distância tratam a viagem como uma oportunidade de buscar novas experiências e aprender sobre uma nova cultura. No entanto, não está claro como o desenvolvimento e os efeitos da memorabilidade variam entre grupos de turistas, especialmente entre turistas domésticos e estrangeiros.

Os benefícios para o meio rural são os mais diversos, mas no que diz respeito às motivações e necessidades deste tipo de espaço, a vontade de estar perto da natureza para atividades de relaxamento, recreação e exercício físico, vivenciar a natureza real, juntar-se com

amigos e familiares, explorar uma área de forma independente, encontrar romantismo, cultura e estilos de vida tradicionais, são os que mais se destacam. Além de permitirem vivenciar experiências únicas se gerenciado corretamente (KASTENHOLZ et al., 2018). Embora existam estudos que comprovem que há uma procura por experiências nostálgicas no campo, ainda há poucas evidências de até que ponto os empreendimentos proporcionam tais sensações aos turistas, não evidenciando a procura por evocar ou confortar essa sensação aos turistas. Christou, Farmaki e Evangelou (2018) complementam que empreendimentos menores envolvem os visitantes de maneira mais eficaz via transformação de atividades rotineiras em experiências por meio de gatilhos de nostalgia com maior efetividade, onde os empresários reúnem informações sobre a nostalgia e idealizam por meio de estética, rituais, produtos, ambientes propícios aos desejos e necessidades dos turistas.

Em suma, na economia da experiência o produto e os serviços não são mais o foco da oferta e servem apenas como “suporte” para experiências diferenciadas. Diante disto, Beni (2004) aponta a necessidade de se criar um cenário competitivo para o contexto do turismo brasileiro, pois o mercado turístico passa a exigir das empresas estratégias diferenciadas que venham a responder a estas novas demandas. Estas estratégias possuem como uma de suas matrizes o desenvolvimento por parte das empresas de produtos e serviços turísticos. O envolvimento de tais partes, apoio ao desenvolvimento de produtos turísticos e o próprio marketing do destino, podem dar ênfase a importância de estudar as características e relações dos produtos turísticos e como eles podem remeter a uma experiência turística através de atividades de produtores e consumidores (CHRISTOU, FARMAKI e EVANGELOU, 2018).

Do ponto de vista social, o turismo é definido principalmente pelos tipos de interações entre as pessoas. Portanto, são feitas tentativas a fim de entender a relação existente entre anfitrião e hóspede, buscando identificar como estas interações se desempenham na experiência do hóspede. Christou e Sharpley (2019) afirma que a hospitalidade vista pelos turistas molda as características da experiência. Em vista disso, Kastenholz, Marques e Carneiro (2020) determinam que os turistas visitam o rural motivados por uma variedade de expectativas e benefícios, podendo ser associados a oportunidade de ter experiências agradáveis, relaxantes e significativas como natureza, paisagens, pessoas, comidas típicas, produtos locais, tradições, intimidade, tranquilidade e reconexão consigo mesmo. No entanto, os turistas ainda podem procurar por experiências estimulantes, ligadas a interação social, enriquecimento cultural ou atividades desafiadoras ao ar livre. Independentemente do que optarem as mesmas são contrastantes com o dia a dia dos turistas.

Do mesmo modo, Ye et al. (2021) exibem a existência de experiências comuns ou de apoio que podem ser vistas como cotidianas a uma viagem turística, atendendo as necessidades básicas dos turistas durante sua estada, como acomodação, alimentação e transporte, as quais não são vistas como o principal objetivo ou motivação para a viagem. Porém, os turistas estão fortemente familiarizados com tais experiências e, portanto, são capazes de formar expectativas e fazer julgamentos mais precisos sobre os mesmos. Além disto, os autores ainda exibem as experiências extraordinárias, que se referem a contrastantes da vida cotidiana, trazendo benefícios pessoais de prazer e realização, além de interações sociais e valores culturais. Experiências extraordinárias são, portanto, frequentemente avaliadas com base em sua novidade e prazer.

Sendo assim, as experiências dos clientes no turismo rural têm sido consideradas como um fator chave para o sucesso dos empreendimentos. Isso não apenas ajuda as marcas a se diferenciarem neste mercado competitivo, mas também cria experiências de consumo excelentes tal qual os turistas podem desenvolver apego a um destino por meio de uma variedade de processos (BUHALIS e SINARTA, 2019). Da mesma forma, Kim, Ritchie e McCormick (2012) afirmam que as experiências de compras lembradas são importantes porque a motivação e o engajamento são altos quando as informações são extraídas das experiências passadas dos indivíduos; os indivíduos percebem suas experiências passadas lembradas como altamente confiáveis; e as experiências lembradas influenciam fortemente o comportamento futuro. E, em cenários de turismo, ao decidir viajar e buscar informações para selecionar uma área de destino, as pessoas primeiro relembram experiências que de alguma forma marcaram no passado.



### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Uma pesquisa é um “procedimento racional e sistemático que tem como objetivo fornecer respostas aos problemas que são propostos” (GIL, 2022, p. 17) sendo necessária quando não se tem informações suficientes sobre um determinado problema. Sendo desenvolvida sob a ótica dos conhecimentos disponíveis e com os métodos e técnicas de investigação científica necessários, realizada ao longo de diversas fases que buscam dar maior aceitabilidade sobre os resultados.

Já o método que pode ser utilizado em uma pesquisa tem sido descrito por Yin (2015) como a forma de responder sobre como e por que determinados fatos podem ocorrer, tendo o pesquisador pouca interferência sobre a pesquisa ou sobre o caso investigado. E sua importância se deve a compreensão de fatos sobre grupos, organizações e comunidades contribuindo assim para descrever fatos, opiniões, valores e atitudes (GIL e NETO, 2020).

Para este trabalho, a atenção está concentrada na descrição das motivações para a prática do turismo rural no Rio Grande do Sul - Brasil. Sendo determinado que o melhor método para tal investigação, é o método “Survey”, caracterizado por ser método utilizado para pesquisas que “colhem dados de amostra representativa de uma população específica, que são descritos e analiticamente explicados” (CENDÓN, RIBEIRO e CHAVES, 2014, p. 29). Ou seja, é um método que busca fornecer dados coletivos a respeito de uma determinada população investigada. Fink (1995) complementa que descrição quantitativa da população e o uso de instrumentos pré-definidos são as principais características deste método.

O *survey* baseou-se no questionário elaborado no ano de 2016 por Sandra Cristina Esteves Fernandes (Apêndice 1) durante a dissertação de mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria pela Universidade Europeia Laureate International Universities (FERNANDES, 2016). O referido questionário já foi validado pela autora, e após foi adaptado para a realidade da pesquisa (Anexo A), sendo realizado um pré-teste para verificar se o mesmo estava compreensível e apto a medir aquilo que pretendia. Depois deste processo, foi disponibilizado em formato online, através do Google Formulário. Sendo sua abordagem quantitativa envolvendo a coleta e análise de dados numéricos e aplicações estatísticas e qualitativas explorando a subjetividade que não pode ser traduzida em números (DE LUNETTA e GUERRA, 2023).

A elaboração do questionário foi baseado em atributos selecionados por meio de uma revisão da literatura, experiência de viagem, fidelização, motivação para viajar, imagem do destino, caracterização sociodemográficas (idade, sexo, nível de escolaridade, ocupação) e

atividades realizadas durante as férias. Contendo questões abertas deixando um espaço em branco para o respondente escreva o que foi perguntado, questões fechadas que fornecem múltipla escolha aos respondentes, devendo eles, selecionar as que melhor os representa (DE LUNETTA e GUERRA, 2023), além de perguntas em escala Likert considerando 1 para totalmente não importante a 7 para muito importante, a qual está “estruturado de modo a avaliar as motivações e as experiências que levam o turista a optar pelo turismo rural” (FERNANDES, 2016, p. 29).

A divulgação do questionário ocorreu nas redes sociais através da rede de contatos da pesquisadora, utilizando especialmente do apoio dos colegas e do Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, além de instituições de ensino e empreendimentos turísticos do estado. De acordo com a finalidade do método *Snowball* (“Bola de neve”) como técnica de amostragem não probabilística, os indivíduos pedem para compartilhar a pesquisa com novos participantes, que por sua vez instruem novos participantes, e assim sucessivamente, para que chegue a mais pessoas para uma amostra mais representativa (WHA, 1994).

O Rio Grande do Sul conta com uma população de 10.880.506 pessoas (IBGE, 2022) e após o cálculo com uma confiança de 95% e margem de erro 5%, ficou determinado uma amostra de 385 respondentes. O questionário superou a amostra mínima obtendo 766 respostas durante o mês de outubro de 2023. Destes, 468 são de respondentes que já desfrutaram do turismo rural e os quais utilizaremos como amostragem efetiva na pesquisa. Todavia, cabe ressaltar que dos 298 respondentes que nunca praticaram turismo rural, um total de 225 demonstram interesse em praticar alguma atividade relacionada em alguma oportunidade.

Para a análise e tratamento dos dados quantitativos obtidos foi utilizado o *Software* Microsoft Excel, o qual permite a análise estatística descritiva e multivariada, facilitando a comparação, correlação e classificação das variáveis (DE LUNETTA e GUERRA, 2023). Portanto, a investigação com a estatística descritiva como método de análise com o objetivo de organizar, sumarizar dados ao invés de usar os dados em bruto.

Portanto, a análise abarcou três fases distintas, na 1ª fase foram analisadas as questões univariadas com objetivo de caracterizar os respondentes, sendo pelo ponto de vista sociodemográfico descrito. Já, na 2ª fase, foi realizada uma análise descritiva e multivariada das questões fechadas que abrangem as percepções dos respondentes e uma análise complementar disposta nas questões com escala likert, a qual foi realizada a média existente nas perspectivas adotadas. E, na 3ª fase, serão abordados as questões abertas das quais as informações fornecidas pelos respondentes, passaram por uma organização e agrupamento através do Microsoft excel, onde as palavras e frases mais relevantes passaram a ser analisadas

de forma geral e logo após agrupadas de acordo com três dimensões previamente definidas: integração num estilo de vida tradicional e rural, procura pelo natural e proximidade com a natureza (FERNANDES, 2016).

Desta forma, a quantidade encontrada para cada um dos agrupamentos é exposta na Tabela 1.

Tabela 1: Quantidade de palavras por Figura

Figuras	Quantidade de palavras	Total de vezes mencionadas
Figura 14	84 Palavras	672 Vezes
Figura 15	39 Palavras	306 Vezes
Figura 16	16 Palavras	075 Vezes
Figura 17	28 Palavras	291 Vezes
Figura 18	79 Palavras	511 Vezes
Figura 19	34 Palavras	139 Vezes
Figura 20	20 Palavras	118 Vezes
Figura 21	25 Palavras	524 Vezes
Figura 22	77 Palavras	601 Vezes

Fonte: Elaborado pela autora, 2024

A partir desse agrupamento com o recurso da ferramenta on-line WordArt, foram criadas “nuvens de palavras”, as quais permitiram uma melhor visualização de cada uma das questões conforme suas dimensões. Onde, fica estabelecido que, quanto mais destacada a palavra se encontra na nuvem, mais ela foi citada pelos respondentes.

Portanto, a organização das questões abertas seguiu a análise de conteúdo elaborada por Bardin (1977), destinada ao estudo de palavras, ou seja, exercícios de linguagem realizados por falantes. Tendo como objetivo considerar a distribuição de significados, formas e conteúdo. E, desta forma se busca compreender o significado por trás das palavras e analisar outras realidades através das informações fornecidas (BARDIN, 1977).

Ocorrendo em diferentes etapas, começando pela pré-análise, que visa sistematizar as ideias iniciais traçam os objetivos a serem verificados. Em seguida, são definidas métricas e indicadores para a análise, que no caso desta pesquisa são as separações em três dimensões: integração num estilo de vida tradicional e rural, procura pelo natural, e, proximidade com a natureza. Após o material é analisado, organizado e classificado segundo suas características identificadas na literatura.

Dessa forma, a próxima seção discute os dados referentes a caracterização sociodemográfica dos respondentes, as preferências e motivações além das imagens sobre turismo rural definidas pelos participantes.

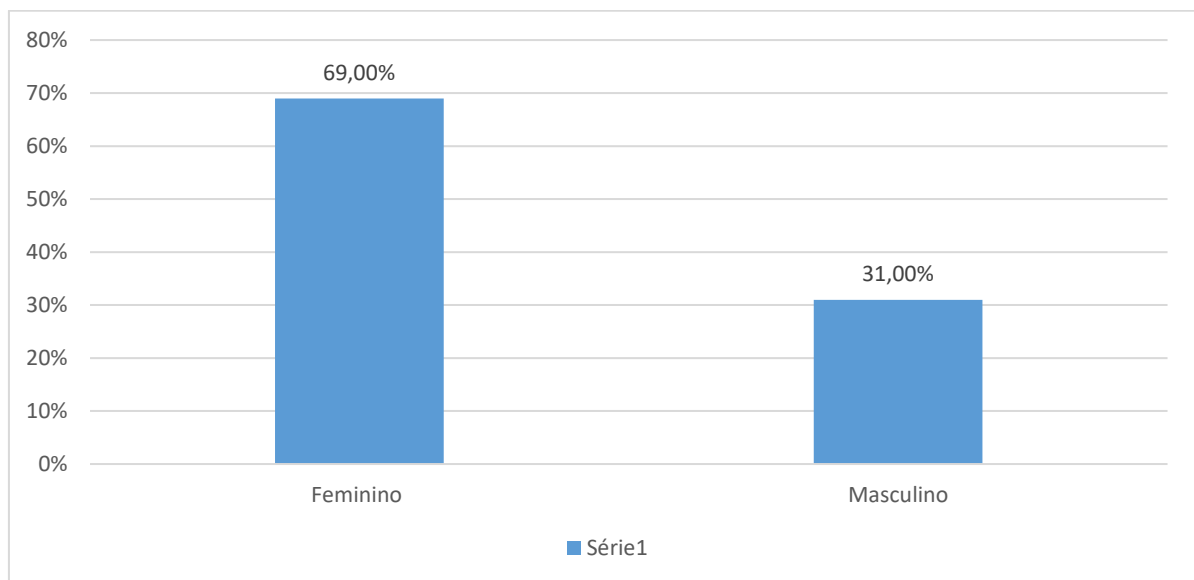
## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS RESPONDENTES

Dentre um total de 766 indivíduos, 468 dos respondentes já tiveram a oportunidade de desfrutar do turismo rural. Quanto aos que ainda não tiveram essa experiência 225 demonstram interesse em fazê-lo visando a realização de práticas como ver, admirar, conhecer, brincar, identificar, provar e fotografar os recursos existentes que servem como atrações ou até mesmo suporte para as atividades de turismo rural (LARROSA ROCAMORA, AMAT MONTESINOS e CORTES, 2023). Visto que, os turistas hoje, não viajam apenas para satisfazer as motivações genéricas, mas sim buscam locais que possam praticar seus hobbies ou atividades específicas, o que muitas vezes são recursos encontrados em destinos de turismo rural para o desenvolvimento de seus desejos (LARROSA ROCAMORA, AMAT MONTESINOS e CORTES, 2023).

Deste modo, a pesquisa se deteve aos 468 respondentes que já fizeram turismo rural, dos quais o Figura 2 demonstra uma significativa participação feminina, totalizando 69,00% (324) dos respondentes em comparação com 31,00% (144) do gênero masculino.

Figura 2: Gênero



Fonte: Elaborado pela autora, 2024

Segundo Larrosa Rocamora, Amat Montesinos e Cortes (2023), a procura turística está cada vez mais imprevisível, sendo suas diferenças expressas pela diversidade encontrada em quem a procura, isso vai ao encontro a questão de como o turista é, ou seja, que faixa etária e

traços socioculturais os distinguem. Sendo assim, em relação ao estudo e aos traços existentes no mesmo, à distribuição por faixa etária, se concentra em maior quantidade por jovens na faixa de 21 a 30 anos, com 36,00% dos participantes, seguida por 31 a 40 anos, com 24,00% dos respondentes. As outras faixas etárias tiveram uma distribuição relativamente equilibrada, com menor participação em faixas etárias mais avançadas, acima de 60 anos.

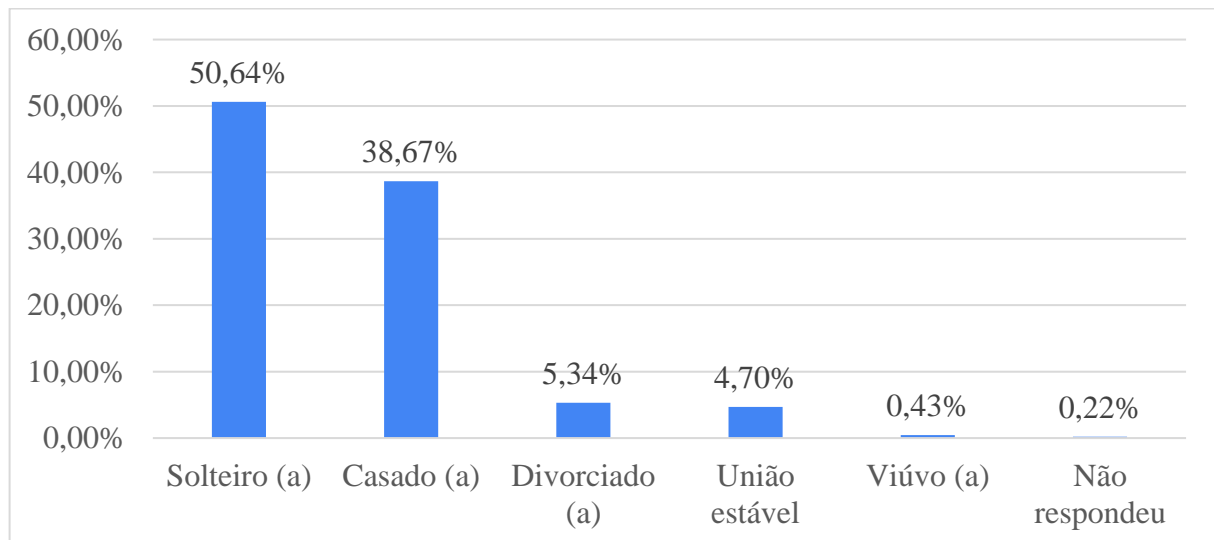
Tabela 2: Faixa etária

Faixa etária	Frequência	Percentual
15 a 20 anos	35	07,00%
21 a 30 anos	167	36,00%
31 a 40 anos	111	24,00%
41 a 50 anos	80	17,00%
51 a 60 anos	58	12,00%
61 a 70 anos	15	03,00%
Não respondeu	2	01,00%

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

No que diz respeito ao estado civil dos respondentes, a categoria “solteiro(a)” foi a mais representada, totalizando 50,64% dos respondentes, enquanto “casado(a)” foi o segundo grupo mais numeroso, com 38,67% dos participantes. Enquanto outras categorias, obtiveram menos número de respondentes como observado na Figura 3.

Figura 3: Estado civil

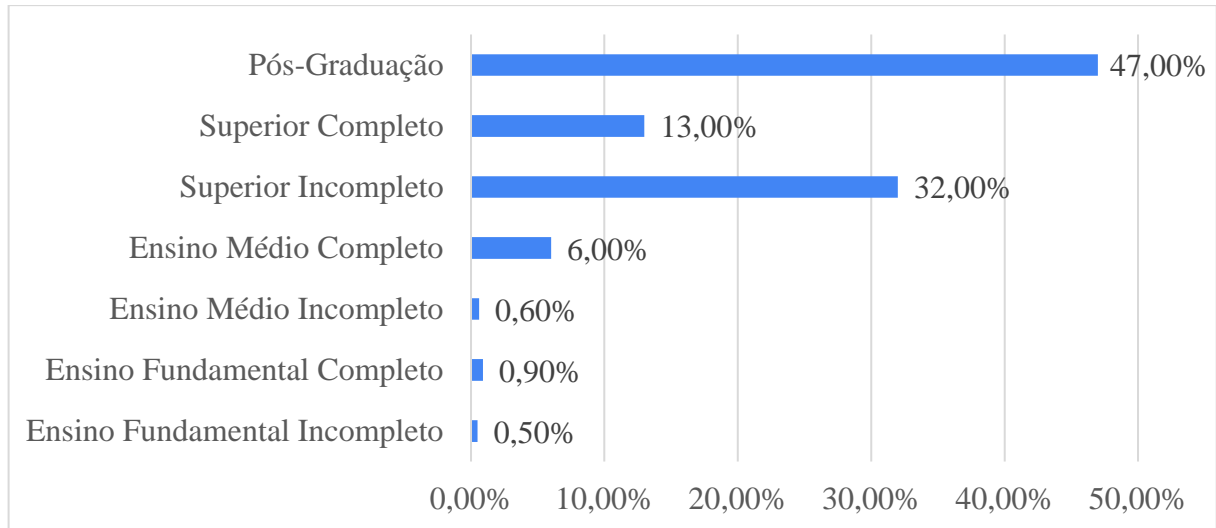


Fonte: Elaborado pela autora (2024)

A análise educacional revela que uma porcentagem significativa dos respondentes possui pós-graduação somando 47,00%, já respondentes com algum tipo de ensino superior, seja ele completo com 16,00% ou incompleto com 32,00% que juntos somam 45,00% do total

de respondentes. Indicando um interesse acentuado pelas atividades que envolvem o turismo rural entre as pessoas com maior nível de formação acadêmica

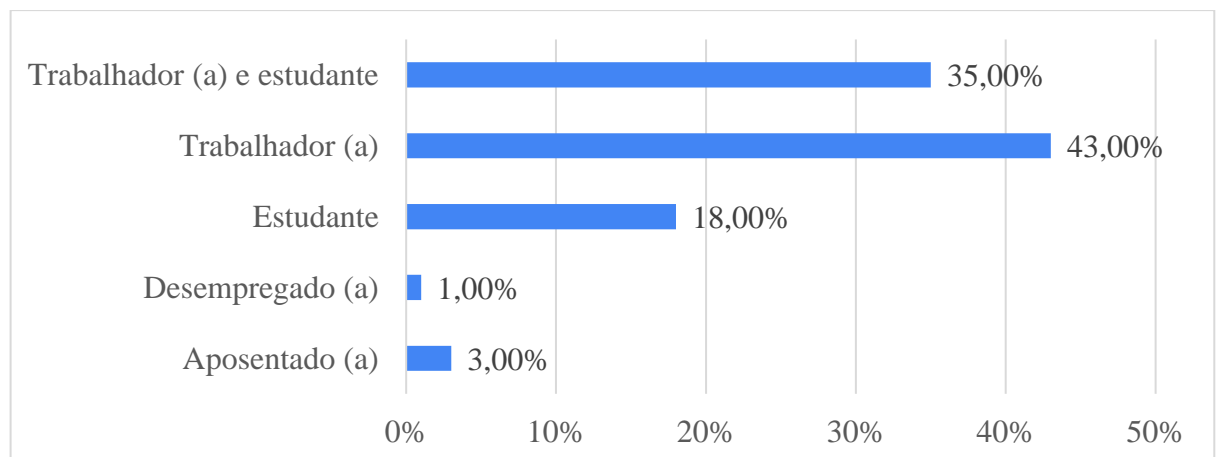
Figura 4: Escolaridade



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

No contexto da situação profissional, a Figura 5 demonstra que a maioria dos respondentes está empregada (43,00%) ou trabalhando enquanto estuda (35,00%). Além disso, 18,00% participantes se identificaram como estudantes.

Figura 5: Situação profissional



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Os dados da Figura 6 mostram uma distribuição geográfica diversificada dos respondentes em várias regiões do Rio Grande do Sul. Os municípios que mais se destacam perante as regiões são Santa Maria, Caxias do Sul, Palmeira das Missões, Pelotas e Porto

Alegre, representando um considerável número de participantes, enquanto outras cidades tiveram números menores de respondentes.

Figura 6: Município residente

Regiões	Frequência	%
Noroeste	114	24,35%
Nordeste	55	11,75%
Centro Ocidental	92	19,65%
Centro Oriental	23	04,91%
Metropolitana de Porto Alegre	92	19,65%
Sudoeste	32	6,83%
Sudeste	60	12,82%

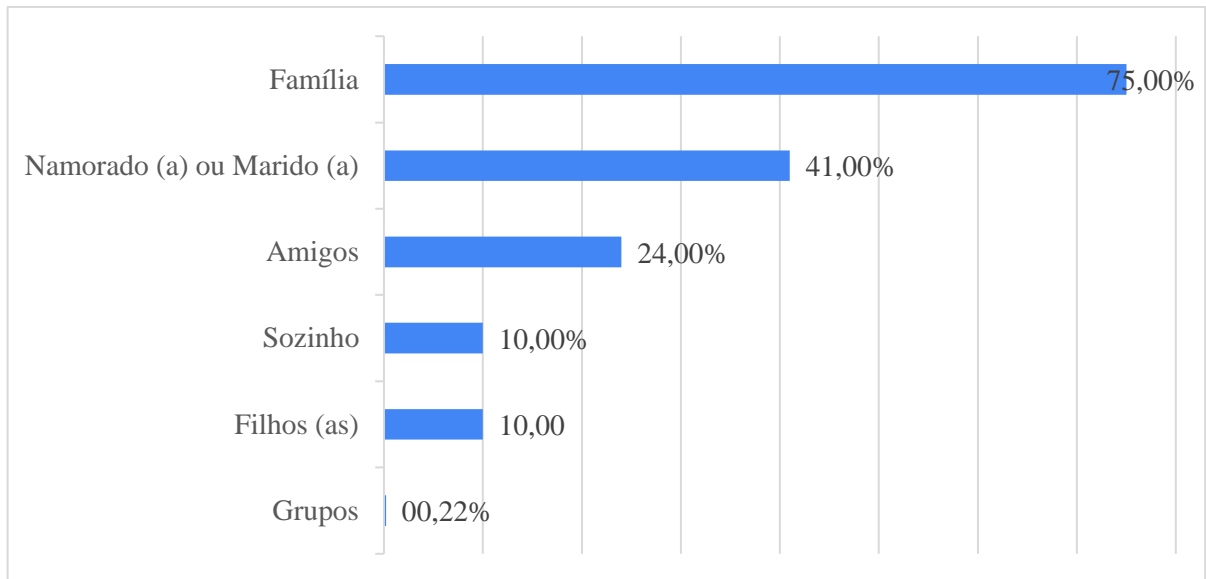
Principais Municípios	Frequência	%
Santa Maria	56	11,96%
Caxias do Sul	36	07,69%
Palmeira das Missões	36	07,69%
Pelotas	32	06,83%
Porto Alegre	26	05,55%
Gravataí	18	03,84%
Santa Cruz do Sul	13	02,77%
Jaguari	11	02,35%
Rio Grande	10	02,13%



Fonte: Elaborado pela autora com base em Semesp (2024)

Em relação às companhias durante as viagens, os respondentes poderiam marcar mais de uma opção como resposta, como mostra a Figura 7. A pesquisa revelou que a família é a escolha mais frequente (75,00%), seguida por parceiros românticos (41,00%), amigos (24,00%) e algumas pessoas que preferem explorar sozinhas ou com filhos. Isso sugere que o turismo rural é uma oportunidade para conexões familiares ou momentos íntimos, mas também é valorizado como uma atividade social. Segundo Cunha, Kastholz e Carneiro (2020), o turismo rural é caracterizado sobretudo por ser popular entre as famílias permitindo um contato mais direto com a natureza e as populações locais, onde os visitantes recebem um serviço personalizado e podendo desfrutar do patrimônio natural e cultural.

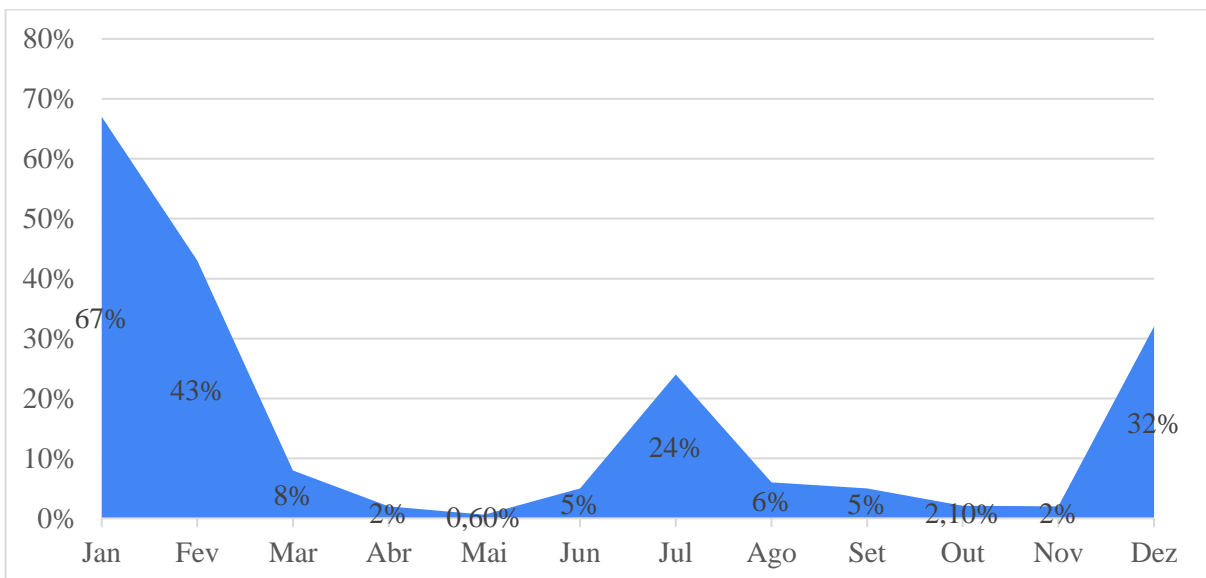
Figura 7: Preferências de companhia para viagens



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Quanto ao período de férias, os meses de janeiro e dezembro foram os mais citados, seguidos por fevereiro e julho, como mostra a Figura 8.

Figura 8: Mês que costuma tirar férias



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Isso pode indicar uma preferência por aproveitar as férias escolares ou climas mais amenos para atividades ao ar livre, pois durante as férias, é comum que haja um aumento na busca por atividades de lazer. Onde, o estado é o segundo que mais recebe turistas internacionais somente entre janeiro e agosto de 2023 (EMBRATUR, 2023), sendo que o



número de turistas internacionais que entraram no Rio Grande do Sul foi de 499.153, dos quais 489.164 eram da América do Sul.

Portanto, nota-se uma grande variedade no perfil dos respondentes, onde se pode encontrar pessoas das mais jovens as mais velhas, com idades diferentes e com realidades distintas. O que demonstra as diversas percepções e preferências em suas práticas de turismo rural determinadas nas seções a seguir.

#### 4.2 PERCEPÇÕES PARA A PRÁTICA DO TURISMO RURAL

Nesta seção serão apresentados os dados referentes as percepções dos respondentes acerca do turismo rural. Com isso, os municípios mais visitados para turismo rural mostraram uma diversidade de destinos, como demonstra o Tabela 3, embora Bento Gonçalves, Gramado, Cambará do Sul, Canela e Pelotas tenham se destacado.

Tabela 3: Municípios que já realizou turismo rural

Municípios	Quantidade	%
Bento Gonçalves	87	18,58%
Gramado	48	10,25%
Cambará do Sul	40	08,54%
Canela	32	06,83%
Pelotas	32	06,83%
São Francisco de Paula	28	05,98%
Caxias do Sul	27	05,76%
Jaguari	25	05,34%
Serra Gaúcha	23	04,91%
Nova Petrópolis	22	05,70%
Viamão	22	05,70%
Santa Maria	19	04,05%
Três Coroas	18	03,84%
Igrejinha	14	02,99%
Ivorá	14	02,99%
Santana do Livramento	14	02,99%
Quarta Colônia	14	02,99%
Farroupilha	13	02,77%
Santo Antônio da Patrulha	13	02,77%
Silveira Martins	13	02,77%

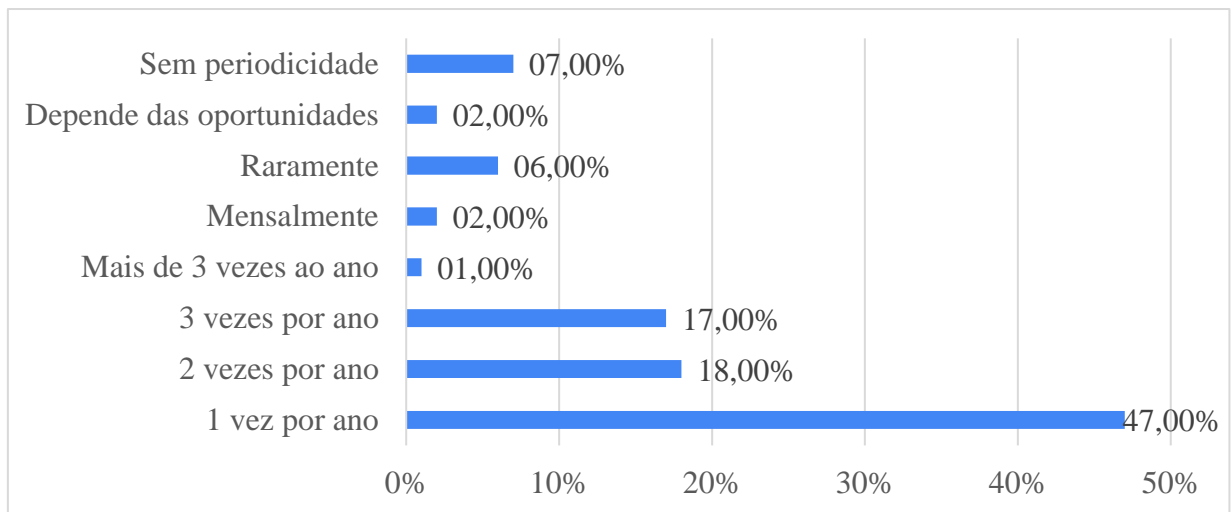
Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Para tanto, a riqueza desses destinos e outros sugere uma ampla gama de experiências oferecidas aos turistas, desde vinícolas e paisagens naturais até a riqueza da cultura local. Isto posto, a busca pelo turismo relacionado às heranças culturais é muito comum em antigas áreas de imigração, como é o caso de áreas de imigração italiana e alemã presentes no estado. Outro ponto a ser destacado é a Serra Gaúcha, a 9ª mais indicada na pesquisa e que abrange municípios

como Gramado, Canela, São Francisco de Paula, Cambará do Sul, Nova Petrópolis, Caxias do Sul, Garibaldi, Bento Gonçalves, Farroupilha e Carlos Barbosa, as quais ocupam o topo dos destinos mais procurados dentro do Rio Grande do Sul.

Em relação à frequência de atividades relacionadas ao turismo rural, é destacado na Figura 09, que a maioria dos respondentes indicou realizar essas atividades uma (47%) ou duas vezes (18%) por ano.

Figura 9: Periodicidade que realiza atividades relacionadas ao turismo rural

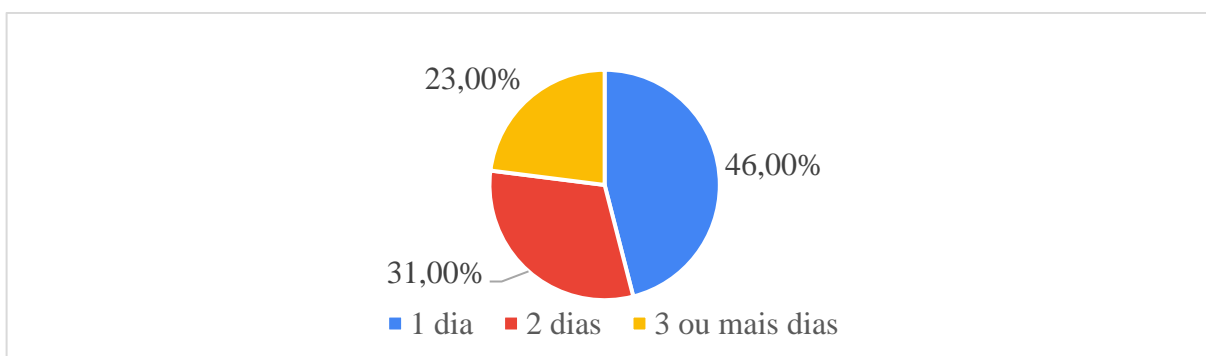


Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Isto revela que embora seja uma prática significativa, não é necessariamente frequente na vida cotidiana, ressaltando ainda mais o que foi percebido por Rosalina, Dupre e Wang (2021), que a baixa demanda estava relacionada à não atração do público de massa e à dependência de padrões sazonais, pode criar inconsistências econômicas.

A Figura 10 apresenta uma distribuição variada em relação ao tempo que os respondentes costumam permanecer nos locais de turismo rural.

Figura 10: Tempo de permanência no local de turismo rural



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Uma parcela significativa, correspondente a 46,00% dos respondentes, indicou que normalmente passa apenas um dia nesses locais. Isso pode sugerir uma preferência por visitas curtas ou uma escolha deliberada por experiências de curto prazo nesse ambiente. Outros 31,00% dos participantes, revelaram que sua estadia costuma se estender por dois dias. Essa parcela demonstra uma inclinação por permanecer um período ligeiramente mais longo, possivelmente permitindo uma imersão mais profunda ou a participação em atividades adicionais oferecidas no local. Estas afirmações vão de encontro ao que diz Ye et al. (2021) que afirmam que turistas que buscam destinos com prazos mais curtos tendem a buscar por descanso e relaxamento.

Além disso, 23,00% indicaram que sua estadia geralmente se estende por três dias ou mais. Esse grupo minoritário, porém, significativo, demonstra uma preferência por estadias prolongadas, são vistas por Ye et al. (2021) como turistas que interpretam a viagem como uma forma de buscar novas experiências e aprender mais sobre a cultura local.

Essa distribuição diversificada de preferências revela uma tendência interessante, sugerindo que visitantes que procuram por tempos de estadia variadas tendem a expressar suas motivações ou expectativas de formas diferentes e, até podem se comportar de maneiras distintas.

Ao serem questionados sobre as suas motivações para realizar uma viagem, os respondentes poderiam colocar em escala quais aspectos consideravam mais ou menos importantes, como mostra a Tabela 4.

Tabela 4: Motivações para a realização de viagens

	Escala Likert							Média
	1	2	3	4	5	6	7	
Sair da rotina	2%	2%	6%	12%	10%	14%	54%	5,86
Explorar a natureza do destino	1%	2%	6%	11%	11%	18%	51%	5,82
Conhecer outras/novas culturas	2%	2%	5%	13%	12%	15%	51%	5,80
Procura por aventura	10%	10%	11%	18%	14%	12%	25%	4,50
Procura novas experiências	1%	3%	6%	13%	10%	17%	50%	5,79
Passar tempo com a família e amigos	1,5%	0,5%	6%	13%	8%	13%	58%	5,95

■ Índices mais altos    ■ Índices mais baixos

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Nesta ordem, todas as afirmações tiveram seus índices com menor percentual nas escalas 1 e 2, enquanto se pode notar uma crescente entre todos os aspectos em relação a

máxima importância dada. Sendo que, apenas a “procura por aventura” acaba sendo elencado de forma semelhante entre todas as pontuações.

Tais aspectos apontam para a positividade das afirmativas, vindo ao encontro a fala de Kloster e Cunha (2014) que afirmam o desenvolvimento turístico em meio rural sendo visto como uma percepção do turista, o qual passa por novas perspectivas e apelos locais. Onde se torna necessário considerar alguns fatores fundamentais como a história local, estrutura fundiária, as paisagens regionais, atividades econômicas e até os tipos de empreendimentos disponíveis no seu entorno. Solha (2019) ainda complementa que a busca por experiências em âmbito rural pode ser ligada a nostalgia e autenticidade local, os quais são interpretados pelos turistas como uma busca romantizada por ambientes rurais aos quais os mesmos pertenciam ou conheciam.

Ainda na Tabela 5, foi feita uma análise complementar a qual foram obtidas as referidas médias de cada um dos segmentos destacados, as mesmas demonstram uma equidade entre os 5 segmentos elencados o que vem a confirmar a análise anterior, determinando que pelos respondentes todos os segmentos têm um grau de equivalência quando comparados.

Em relação as motivações que levam os respondentes a praticar atividades de turismo rural, os participantes apontaram que estas práticas evocam uma gama diversificada de imagens e percepções, cada uma influenciada por motivações individuais.

Tabela 5: Motivações para realizar as atividades de turismo rural

	Escala Likert							Média
	1	2	3	4	5	6	7	
Patrimônio cultural	4%	5%	9%	14%	18%	14%	36%	5,24
Integração num estilo de vida tradicional e rural	3%	4%	9%	19%	16%	19%	30%	5,18
Proximidade com a natureza	1%	1%	4%	13%	5%	12%	64%	6,12
Socialização	3%	7%	11%	18%	19%	18%	24%	4,89
Atividades ao ar livre	1%	3%	4%	13%	9%	17%	53%	5,94

■ Índices mais altos    ■ Índices mais baixos

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Os respondentes sinalizaram a importância de elementos como o patrimônio cultural, a integração com o estilo de vida tradicional e rural, a proximidade com a natureza, as atividades ao ar livre e a socialização. Observou-se que uma parcela considerável, correspondente a

36,00% dos participantes, atribuiu a pontuação máxima (7) para a relevância do patrimônio cultural no turismo rural. Esse dado demonstra a importância significativa desse aspecto na experiência do turismo rural, corroborado por outros 46,00% dos entrevistados que pontuaram entre 4 e 6, evidenciando uma considerável relevância atribuída a essa dimensão.

No que diz respeito à integração com o estilo de vida tradicional e rural, quase metade dos participantes, aproximadamente 49,00%, atribuiu notas entre 6 e 7 para essa categoria, destacando a relevância atribuída à imersão e compreensão desse modo de vida específico.

A pesquisa também revelou que a proximidade com a natureza é um elemento central no turismo rural, conforme indicado por uma maioria expressiva de 76,00% dos respondentes, que atribuíram notas entre 6 e 7 para esse aspecto. Isso ressalta a importância extrema da conexão com a natureza para aqueles que buscam essa forma de turismo.

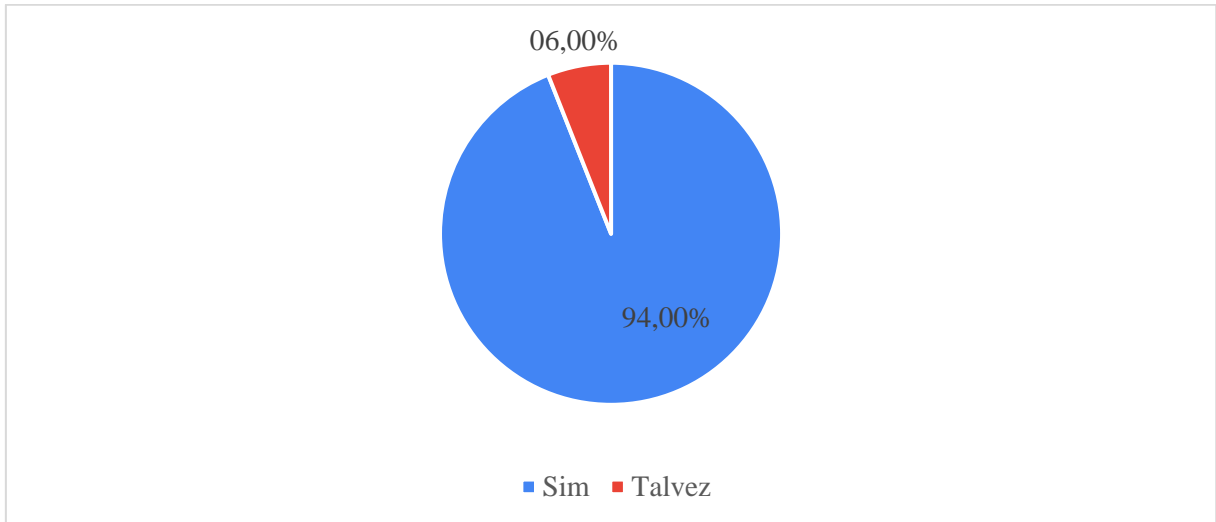
As atividades ao ar livre também se destacaram, com 70,00% dos participantes atribuindo notas entre 6 e 7 para essa categoria, destacando a ênfase considerável dada a essas experiências durante as viagens rurais. Por fim, a socialização, embora importante, apresentou uma distribuição mais equilibrada nas respostas, com 43,00% dos participantes pontuando entre 4 e 6 para essa dimensão específica.

Desta forma, por mais que a “Integração num estilo de vida tradicional e rural” e a “Socialização” tenham obtidas pontuações mais distribuídas quando comparadas as outras atribuições, nota-se que a economia de experiência tende a desenvolver uma série de eventos aos quais os consumidores passam um tempo participando (PINE e GILMORE, 1999). Logo, tais experiências podem ter reações e efeitos diferentes aos participantes e conseqüentemente uma distribuição mais equilibrada entre as pontuações. Já, as atribuições “Patrimônio cultural”, “Proximidade com a natureza” e “Atividades ao ar livre” obtiveram uma pontuação mais igualitária indo ao encontro com a fala de Solha (2019) que demonstra a autenticidade presente nas áreas rurais sendo interpretados como uma busca romantizada dos locais, Kastenholz et al. (2018) ainda complementa que as motivações para esse tipo de espaço se apoia na natureza com atividades de relaxamento, recreação, vivência da natureza, cultura e a socialização com amigos e familiares, as quais os respondentes também tem como importantes na pesquisa desenvolvida.

Dado tais argumentos, foi realizada uma análise complementar, a qual permitiu visualizar as referidas médias, onde a “Socialização” possui a menor média com 4,89 e a “proximidade com a natureza” a maior com 6,12. Isto demonstra uma pluralidade nas respostas as quais vem a confirmar as análises de porcentagem anteriores.

Logo, quando questionados sobre a continuidade na realização de atividades de turismo rural os resultados demonstrados na Figura 11, revelaram uma visão predominantemente positiva.

Figura 11: Pretensão de continuar a realizar atividades de turismo rural



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

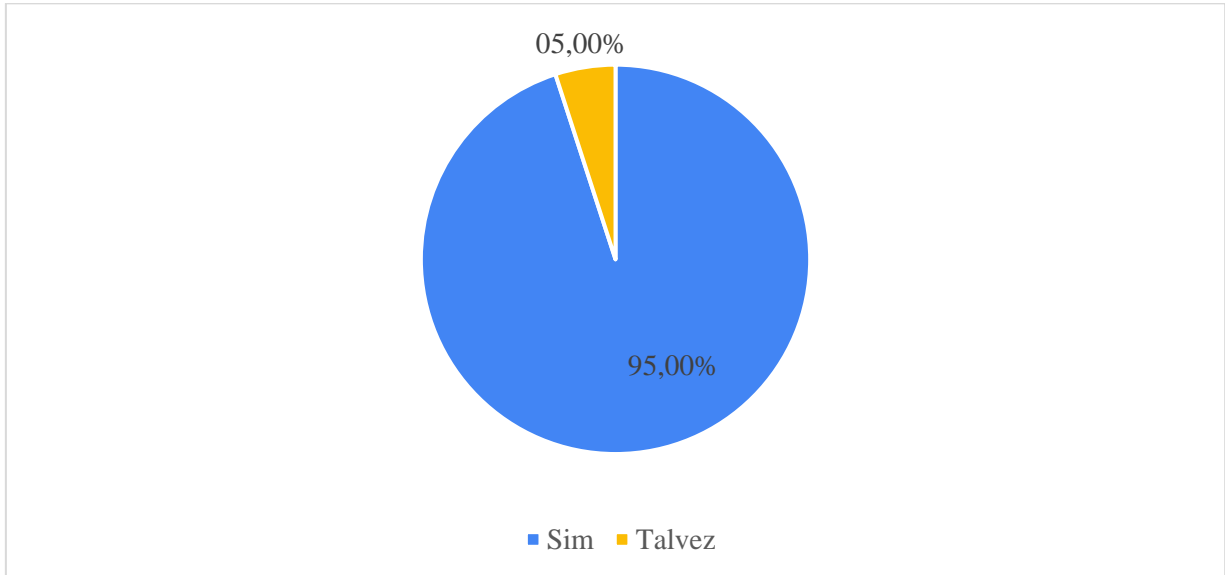
Representada por 94,00% dos respondentes, indicando uma forte disposição para prosseguir com esse tipo de experiência. Essa resposta reflete um alto grau de satisfação e um vínculo positivo estabelecido com as vivências e experiências anteriores no contexto do turismo rural. Em contrapartida, uma parcela minoritária de 06,00% dos entrevistados respondeu "Talvez" quando questionada sobre a continuidade. Essa resposta sugere uma abertura para considerações futuras ou uma disposição em avaliar novas oportunidades antes de se comprometer completamente com a continuidade das atividades de turismo rural.

Tais dados revelam uma clara inclinação positiva em relação à continuidade das atividades de turismo rural entre os respondentes. As respostas favoráveis, com uma taxa de aprovação elevada, sugerem que as experiências anteriores foram extremamente satisfatórias para a maioria dos participantes, influenciando diretamente sua intenção de prosseguir com essas atividades.

Por fim, ao serem indagados se recomendariam atividades de turismo rural a outras pessoas, os participantes expressaram suas opiniões de maneira significativamente favorável, como mostra a Figura 12. Um expressivo percentual de 95% dos entrevistados respondeu afirmativamente, indicando uma alta aprovação por essa forma particular de turismo. Apenas 5% dos entrevistados que responderam "Talvez" podendo representar aqueles que, embora não

tenham descartado a ideia, ainda desejam mais esclarecimentos ou detalhes sobre as atividades envolvidas no turismo rural.

Figura 12: Recomendação de atividades de turismo rural a outras pessoas



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Esses resultados enfatizam a ampla aceitação e o alto nível de aprovação das atividades de turismo rural entre os entrevistados. A evidência de uma taxa de aprovação tão massiva sugere fortemente que as experiências vivenciadas no turismo rural foram positivas e altamente satisfatórias para a grande maioria dos participantes.

De acordo com a Figura 12, 94,00% dos entrevistados pretendem continuar a praticar atividades de turismo rural e considerando a Figura 13 que demonstra uma recomendação de 95%, os resultados demonstram que a experiência do turismo rural foi positiva para entrevistados. Portanto, diante da expressiva aprovação demonstrada e da tendência consistente de continuidade, fica evidente que o turismo rural se estabeleceu como uma opção altamente atraente e desejável para os participantes da pesquisa. A intenção de continuar participando dessas atividades reflete a percepção de que o turismo rural oferece experiências envolventes e enriquecedoras que os participantes desejam vivenciar novamente no futuro.

#### 4.3 O IMAGINÁRIO DO TURISTA RURAL

De forma a identificar qual a imagem os respondentes tinham relevantes ao turismo rural, foi solicitado para responderem três questões abertas:

Qual a imagem que vem à cabeça quando pensa em turismo rural?

Nas suas experiências de turismo rural, que imagem ficou em sua memória?

O que não pode faltar no local para você praticar turismo rural?

Para as análises de conteúdos as respostas obtidas, em primeira fase, passam pelo Microsoft excel, onde as palavras mais relevantes para a análise foram agrupadas de acordo com três dimensões definidas (integração num estilo de vida tradicional e rural, procura pelo natural, e, proximidade com a natureza). A partir desse agrupamento, a primeira questão obteve um total de 84 palavras, a segunda questão um total de 79 palavras e a terceira questão teve um total de 77 palavras.

A segunda fase da análise foi realizada com o recurso da ferramenta *on-line WordArt*, que permite a criação de “nuvens de palavras”, a partir da inserção de uma lista de palavras sendo permitida a edição da cor e disposição das palavras na “nuvem”, onde a intensidade da palavra reflete o número de petições associadas a essa palavra.

Portanto, as Figuras 13, 14, 15, 16 apresentam as “nuvens de palavras” que foram obtidas, primeiramente contendo todas as palavras e posteriormente com as palavras para cada uma das dimensões da análise. Para fins de visualização apresentam-se posteriormente as Figuras 17, 18, 19, 20 as quais demonstram as respostas para a segunda questão de forma geral e em suas dimensões. Além da Figura 21, que demonstra de forma geral quais são as principais coisas que não podem faltar nas atividades de turismo rural no âmbito do turismo rural.

Logo, na Figura 13, são apresentadas todas as palavras descritas pelos respondentes contendo o seu grau de importância para os mesmos, onde a natureza foi o ponto focal. Campo, animais, cachoeiras e comida típica foram aspectos frequentemente mencionados, além de associações com tranquilidade, calma e paisagem rural. Essa observação ressalta a ideia defendida pelo Ministério do Turismo (2010), que destaca a dependência do desenvolvimento do turismo rural na identificação e análise dos recursos turísticos que caracterizam uma região. Consoante a fala de Kastenholz et al. (2018), que ressalta o turismo rural, em particular a dimensão da experiência estética por ter um impacto significativo tanto na excitação como na memória, e indiretamente na satisfação, além do mais, Fernandes (2016) destaca que o turismo rural torna-se contraste ao turismo de massa promovendo o deslocamento de viajantes em busca do cultural, natural e do modo de vida rural.











A principal característica que se destaca é a natureza acompanhado de belas paisagens, destacando a beleza cênica como um aspecto fundamental dessas experiências. As cachoeiras e rios se apresentam como elementos memoráveis, enquanto a interação com animais e a busca por uma conexão com a natureza emergem como componentes essenciais dessa vivência rural. Além disso, a experiência gastronômica local desempenha um papel significativo, evidenciado pela valorização da gastronomia regional. A importância de momentos de tranquilidade e descanso é evidente, juntamente com a valorização de atividades que promovem momentos especiais, como o contemplar do pôr do sol.

As experiências no turismo rural não se limitam apenas à natureza, mas também abraçam fortemente aspectos culturais e históricos. Os viajantes valorizam a oportunidade de conhecer o modo de vida simples, mergulhar na história e tradições locais, e explorar construções antigas como testemunhos vívidos do passado. A ênfase na cultura e na hospitalidade reflete a importância de se envolver e compreender as tradições locais e a calorosa recepção oferecida pelos habitantes dessas regiões rurais.

Ademais, atividades como visitas aos vinhedos e apreciação do café colonial indicam um interesse genuíno pelas práticas de produção de alimentos e bebidas locais. A busca por experiências ao ar livre, como explorar trilhas e participar de atividades de aventura, sugere um desejo de conectar-se profundamente com a natureza e desfrutar de momentos de descoberta. Em síntese, esses dados revelam que o turismo rural oferece uma gama diversificada de experiências. Desde a imersão na natureza até o envolvimento com a cultura local, essas vivências deixam impressões duradouras na mente dos viajantes, proporcionando momentos enriquecedores e inesquecíveis.

Na dimensão de “integração num estilo de vida tradicional e rural”, a Figura 18 demonstra que as palavras com maior destaque são Gastronomia, história e passeio a cavalo.



Figura 18: Imagem que vem à cabeça quando lembra de suas experiências de turismo rural - Integração num estilo de vida tradicional e rural



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Para a experiência nesta dimensão os comentários expostos pelos respondentes a salientam são, “*Pessoas reunidas no interior, em algum lugar/construção histórica ou de grande importância, bebendo e comendo produtos da origem cultural*”, “*Tomando um chimarrão junto aos meus pais observando o nascer do sol*”, “*Produção de utensílios com matéria prima local*”, “*Os animais e plantas que vimos durante o percurso das atividades. A gastronomia dos locais (foi mais de uma cidade) também era ótima*”, “*Modo de vida das famílias nativas, que em grande parte remontam o cotidiano da colônia*”, “*A cultura italiana sendo passada durante gerações*”, “*Piquenique ao ar livre com um lago bonito, com animais no lago e um vento refrescante*”, “*A imagens de famílias unidas mostrando a sua vida*”, “*A originalidade e sensibilidade das famílias que nos recebem*”, “*A origem da história, bem como o processo de cuidado e produção dos alimentos que consumimos*”.

As quais vão de acordo com a fala de Santos, Ribeiro e Vela (2011, p. 183) que afirmam as motivações como atividades produtivas, gastronomia, paisagem, clima, entre outros, além de acrescentar as histórias locais e manifestações religiosas. Rosalina, Dupre e Wang (2021) e Su (2019) ainda afirmam que as práticas agrícolas, as tradições, as habilidades e conhecimentos também são vistos como experiências e podem fortalecer as conexões com turistas. Sendo assim motivadores para a busca por experiências em meio rural e que podem ser usados pelos empreendimentos.









tidas como extraordinárias e podem ser frequentemente avaliadas como uma novidade e forma de prazer.

Em síntese, os dados revelam que uma experiência de turismo rural ideal deve equilibrar elementos como boa gastronomia, contato com a natureza, imersão cultural, infraestrutura adequada e atividades envolventes ao ar livre. Compreender e atender a essas demandas é essencial para proporcionar uma estadia memorável e satisfatória, garantindo que os turistas se sintam acolhidos e conectados com o local que visitam.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa investigação teve por objetivo descrever as motivações dos turistas para a prática do turismo rural no Rio Grande do Sul – Brasil. Nesta seção apresento resumidamente as principais descobertas, que buscam trazer respostas para o objetivo principal e específicos.

A primeira contribuição trata do perfil do turista rural do Rio Grande do Sul, que nesta investigação se mostrou predominante do gênero feminino com 69%, a faixa etária entre seus 21 a 40 anos e estado civil de 50,64% de solteiros. A situação educacional revela que os representantes são em suma pós-graduandos ou graduandos, com situação profissional, incitando um acentuado interesse pelas atividades de turismo rural por pessoas com maior nível de formação acadêmica. Suas preferências de companhias durante as viagens revelam que a família é a principal escolha, seguido de parceiros românticos e amigos, sendo elencado o período de férias o preferido para as atividades.

Em relação as percepções dos turistas para a prática do turismo rural, a investigação apontou que Bento Gonçalves, Gramado e Cambará do Sul são os destinos preferidos, tendo um destaque especial para a Serra Gaúcha a qual abrange diversos municípios como é o caso dos principais destacados. A periodicidade para realização da atividade foi indicada por uma vez ao ano, seguida por 2 ou três vezes, com visitas de curtas duração com aproximadamente um dia, o que pode ser um indicativo pela procura de turistas de forma mais descentralizada, não atraindo um público de massa, além da procura por motivações e expectativas distintas.

Neste sentido, as motivações para realizar uma viagem são definidas como de suma importância para os respondentes, os mesmos poderiam destacar de 0 a 7 o grau de importância entre: sair da rotina, explorar a natureza, conhecer novas ou outras culturas, a procura por aventura, por novas experiências e passar um tempo com a família. São tidas de forma quase que igualitária entre os respondentes quando se nota as porcentagens gerais, mas também a média dos mesmos. Desta maneira, se pode destacar que os fatores se tornam tão igualitários pela forma como os turistas veem cada destino e, o turismo rural se torna uma opção pelas suas percepções passadas, pela nostalgia presente ou até pela autenticidade local.

Buscando desvelar o imaginário do turista rural, questionou-se qual imagem lhes vinha em mente quando se pensa em turismo rural, sendo que foi possível constatar que campo, natureza, animais, cachoeiras e comidas típicas, além de associações com tranquilidade e calma são as principais. Já para as experiências de turismo rural, a imagem que ficou na memória é a da natureza, belas paisagens, cachoeiras e rios, gastronomia, entre outras. E o que

não pode faltar para a prática da atividade fica evidente as questões gastronômicas, além da cultura, natureza e dos animais.

Respondendo a questão inicial de descrever as motivações para a prática do turismo rural, fica evidente que a estética tem grande impacto na memória dos entrevistados, além de que aspectos tidos como básicos como é o caso da alimentação, cultura local e animais se tornam essenciais quando se cita o turismo rural. Com isso o turismo rural é visto como um contraste do turismo de massa evocando seu deslocamento em busca de cultura, natureza e de modo de vida.

Sendo assim, respondendo a questão inicial de descrever as motivações para a prática de atividades de turismo rural, as atividades que desenvolvem aspectos naturais e ao ar livre são os mais desejados, seguidos do patrimônio cultural, socialização e integração num estilo de vida tradicional e rural. Tais informações podem remeter que as experiências e motivações tem efeitos singulares em cada participante, porém sempre preservando pelo contato com a natureza e cultura local.

Assim, quando questionados sobre a continuação de realizar atividades de turismo rural, em suma, a maioria respondeu que pretende sim continuar além de recomendar a outros. Dado que demonstra uma aprovação alta com as experiências dispostas nos destinos, mas que faz com que os destinos pensem em motivações que continuem fazendo com que o entrevistado volte a visitar além de buscar novos visitantes.

Por fim, se acredita que esta pesquisa pode contribuir com as diferentes vertentes dos turistas que participam do turismo rural no Rio Grande do Sul, identificando suas principais preferências ou motivações para a prática da atividade. Desta forma, se espera que esta investigação possa servir para os destinos e empreendimentos afim de entender sua demanda. Por fim, se destaca que o turismo rural é feito por diferentes personalidades, com pessoas de diferentes idades, mas que tem o intuito de fugir do turismo massivo das cidades e conhecer o rural afim de procurar momentos de tranquilidade envolto de natureza, cultura e da gastronomia. Onde fica claro que os aspectos a serem utilizados para despertar tais experiências ou motivações muitas vezes já estão dentro das propriedades e só precisam ser organizados e explorados afim de despertar as emoções além de encantar o turista e diversificar suas atividades e ganhos.

## 5.1 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Toda investigação possui limitações, sendo que nesta pode-se elencar as relacionadas a amostra analisada, onde os respondentes são todos os turistas que já realizaram a atividade alguma vez em suas experiências de viagens fora do seu ambiente habitual e com objetivo do natural. E, não somente aos turistas que tem o turismo rural como principal atividade em seu lazer.

Outra limitação é o fato de que apesar do conceito de turismo rural estar presente no questionário respondido pelos participantes, cada um tem sua forma de interpretação, portanto, pode ser que cada um entenda de uma forma, acarretando em uma amostra desigual de interpretação. Ademais, a não existência de um número adequado de quantos turistas praticam cada segmento de turismo, sejam eles em nível nacional ou regional, é outro fator a ser levado em consideração.

## 5.2 DESENVOLVIMENTO DE PESQUISAS FUTURAS

Existem muitas possibilidades para investigações futuras, como reforçar os fatores qualitativos que diferenciam os tipos de turismo e quais os preferidos dos turistas. Além do mais, estender a investigação a outros estados ou a nível nacional tornariam a pesquisa mais assertiva.

A participação da população local também não foi respondida pela investigação, onde compreender a sua participação no processo de criação de tais motivações. Também, trata-se de um recorte teórico que poderia utilizar outros métodos de análise como é o caso do marketing e do comportamento do consumidor.

Por fim, em meio aos questionamentos e certezas gerados pela investigação, fica claro que o turismo rural é uma forma de inovar e se reinventar constantemente, e ter um banco de dados sobre o seu atual estágio, seria de grande valor.

## REFERÊNCIAS

- ANSARAH, M. G. dos R. Turismo e Segmentação de mercado: novos segmentos. *In*: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi (Ed.); PANOSSO NETTO, A.; CARVALHO, M. A.; PIRES, P. dos S. (Co-ed.). **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005.
- ANTON-CLAVÉ, S.; LÓPEZ-MONNÉ, R. Turismo rural, desarrollo local y preservación del ambiente. Elementos para um desarrollo sustentabile del turismo em la zona de Montaña Prades-Mohtsant, Cataluña. *Ería - Revista Cuatrimestral de Geografía*. Oviedo, Espana, v.41, p. 227-238, 1996.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: edições, v. 70, p. 225, 1977.
- BELTRÃO, O. **Turismo: a indústria do século 21**. Osasco: Novo Século, 2001.
- BENI, M.C. Turismo: da economia de serviços à economia de experiência. **Turismo: visão e ação.**, v. 6, n. 3, p. 295, 2004.
- BLOG VALOR INVESTE. **Gastos com lazer crescem 63% em um ano, aponta estudo**. 2021. Disponível em: < <https://valorinveste.globo.com/objetivo/organize-as-contas/noticia/2021/08/11/gastos-com-lazer-crescem-63percent-em-um-ano-aponta-estudo.ghtml> > Acesso em: 05 set 2023.
- BOGICEVIC, Vanja et al. Virtual reality presence as a preamble of tourism experience: The role of mental imagery. **Tourism Management**, v. 74, p. 55-64, 2019.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural**. 2004. Brasília. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/segmentacao-do-turismo/diretrizes-para-o-desenvolvimento-do-turismo-rural.pdf> Acesso em: 02 de jul de 2023.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo rural orientações básicas**. 2010. Brasília. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-rural-orientacoes-basicas.pdf>. Acesso em: 10 de jul de 2023.
- BUHALIS, D.; SINARTA, Y. Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 36, n. 5, p. 563-582, 2019.
- CALVENTE, M. C. M. H. **Turismo e excursionismo rural: potencialidades, regulação e impactos**. Londrina: Humanidades, 2004.
- CAMPANHOLA, C.; GRAZIANO DA SILVA, J. O agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro. *In*: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru: EDUSC, 2000. p. 145-179.
- CANDIOTTO, L. Z. P. Elementos para o debate acerca do conceito de turismo rural. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 21, n. 1, p. 3-24, 2010.

CENDÓN, B. V.; RIBEIRO, N. A.; CHAVES, C. J. Pesquisas de survey: análise das reações dos respondentes. **Informação & Sociedade**, v. 24, p. 29-48, 2014.

CHRISTOU, P.; FARMAKI, A.; EVANGELOU, G. Nurturing nostalgia?: a response from rural tourism stakeholders. **Tourism Management.**, v. 69, p. 42-51, 2018.

CHRISTOU, Prokopis; SHARPLEY, Richard. Philoxenia offered to tourists? A rural tourism perspective. **Tourism Management.**, v. 72, p. 39-51, 2019.

CORREIA FILHO, W.L.; OLIVEIRA-JÚNIOR, J.F.; SANTOS, C.T.B. dos.; BATISTA, B.A.; SANTIAGO, D. de B.; SILVA JUNIOR, C.A. da.; TEODORO, P.E.; COSTA, C.E.S. da.; SILVA, E.B. da.; FREIRE, F.M. The influence of urban expansion in the socio-economic demographic, and environmental indicators in the City of Arapiraca-Alagoas, Brazil. **Remote Sensing Applications: Society and Environment**, 25, 100662, 2022.

CUNHA, C.; KASTENHOLZ, E.; CARNEIRO, M. J. Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems?. **Journal of hospitality and tourism management**, v. 44, p. 215-226, 2020.

DANTAS, M. W.; GUENTHER, M. Extensão universitária e desenvolvimento local sustentável: uma revisão da literatura. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 6, p. 114, 2021.

DE LUNETTA, Avaetê; GUERRA, Rodrigues. Metodologia da pesquisa científica e acadêmica. **Revista OWL (OWL Journal) - Revista Interdisciplinar de Ensino e Educação**, v. 1, n. 2, p. 149-159, 2023.

DE SOUZA, M.; LINDNER, M. O Turismo na revalorização da agroindústria rural. Na rota gastronômica de Silveira Martins-RS, Brasil. **Revista Líder**, v. 12, n. 16, p. 125-140, 2010.  
ELESBÃO, I. O espaço rural brasileiro em transformação. **Finisterra – Revista Geográfica Portuguesa de Geografia**, ano XLII, 84, p. 47-65. Lisboa: CEG, Universidade de Lisboa, 2007.

EMBRATUR. Estratégias para o desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil. Brasília: 1999.

EMBRATUR. **Portal de dados**. 2023. Disponível:  
<<https://dados.embratur.com.br/inicio/chegadas-internacionais>> Acesso em: 20 fev 2023.

ESTEVES, A. Turismo tem maior faturamento em maio desde 2014, diz CNC. 2023. Disponível em: < <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2023-07/turismo-tem-maior-faturamento-em-maio-desde-2014-diz-cnc> > Acesso em: 17 ago 2023.

FERNANDES, S.C.E. **Turismo em Espaço Rural**. Dissertação (Mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria). Universidade Europeia, p. 57, 2016.

FERREIRA, M. P. A bibliometric study on ghoshal's managing across borders. **The Multinational Business Review.**, v. 19, n. 4, p. 357-375, 2011.

FINK, A. *The survey handbook*. Thousand Oaks, Sage, 1995.

FROELICH, J. M.; RODRIGUES, I. da S. Atividade turística e espaço agrário: considerações exploratórias sobre o município de Restinga Seca – RS. *In: ALMEIDA, J. A.; FROELICH, J. M.; RIEDL, M. (Org.). Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Campinas, SP: Papirus, 2000. p. 85-110.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. Editora Atlas: Grupo GEN, 2022. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559771653/>. Acesso em: 31 jul. 2023.

GIL, A.C.; dos REIS NETO, A.C. Survey de Experiência como Pesquisa Qualitativa Básica em Administração. **Revista de Ciência da Administração.**, v. 22, n. 56, p. 125-137, 2020.

GONÇALVES, A.L.C. Turismo Rural: uma abordagem conceitual. *In: ANPTUR. Anais...* 2016.

GUERRA, A. de. L. e. R. Metodologia da pesquisa científica e acadêmica. **Revista OWL**, v. 1, n. 2, Campina Grande, 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE PESQUISA E ESTATÍSTICA. [PORTAL DO] IBGE. Disponível em: < <https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em 05 de out. 2023.

KAGEYAMA, A. Desenvolvimento Rural: Conceito e Medida. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, v. 21, n. 3, p. 379-408, 2004.

KASTENHOLZ, E.; CARNEIRO, M.J.; MARQUES, C.P.; LOUREIRO, S.M.C. The dimensions of rural tourism experience: impacts on arousal, memory, and satisfaction. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 35, n. 2, p. 189-201, 2018.

KASTENHOLZ, E.; MARQUES, C. P.; CARNEIRO, M. J. Place attachment through sensory-rich, emotion-generating place experiences in rural tourism. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 17, p. 100455, 2020.

KIM, J.; RITCHIE, J.R B.; McCORMICK, B. Development of a scale to measure memorable tourism experiences. **Journal of Travel Research**, v. 51, n. 1, p. 12-25, 2012.

KLEIN, A. L.; ELESBÃO, E. I.; SOUZA, M. O turismo rural pedagógico promovendo a multifuncionalidade da agricultura: análise de três experiências desenvolvidas no Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 19, n. 2, 2019.

KLOSTER, Silvana; CUNHA, Luiz Alexandre Gonçalves. Desenvolvimento territorial e turismo rural: as relações possíveis. **Desenvolvimento em questão**, v. 12, n. 27, p. 66-94, 2014.

KORSTANJE, M. E. El COVID-19 y el turismo rural: una perspectiva antropológica. **Dimensiones Turísticas**, v. 4, n. 1, p. 179-196, 2020.



LARROSA ROCAMORA, J. A.; AMAT MONTESINOS, X.; CORTES, S. C. Abordagem conceitual das tipologias turísticas. Proposta de classificação. **Cadernos de Turismo**, n. 51, p. 51-77, 2023.

LEE, T.; JAN, F. Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. **Tourism Management**., v. 70, p. 368-380, 2019.

LEWIS, C.; D'ALESSANDRO, S. Understanding why: Push-factors that drive rural tourism amongst senior travellers. **Tourism Management Perspectives**., v. 32, 100574, 2019.

LIMA, V.M. de S. **Turismo Rural no Estado do Rio de Janeiro: mapeamento, reflexões e proposições**. Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Geografia, Rio de Janeiro – RJ. p. 406, 2020.

LIU, C.; DOU, X.; LI, J.; CAI, L.A.. Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China. **Journal of Rural Studies**, v. 79, p. 177-188, 2020.

LOUREIRO, S. M. C.; GONZÁLEZ, F. J. M. The importance of quality, satisfaction, trust, and image in relation to rural tourist loyalty. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 25, n. 2, p. 117-136, 2008.

MILANI, C. **Teorias do Capital Social e Desenvolvimento Local: lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil)**. In: VI Conferência Regional Istr-Lac. San José, Costa Rica, 2003. Disponível em: <<http://www.lasociedadcivil.org/docs/ciberteca/carlosmilanip.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2014.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Anuário estatístico de turismo 2021**. 2021. Disponível: <[https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020\\_divulgacao-compactado.pdf](https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020_divulgacao-compactado.pdf)> Acesso em 10 jan 2024.

MOTTA, E. G. **Turismo no espaço rural: as transformações socioambientais no caminho do vinho em São José dos Pinhais/PR**. 2013. 133f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade Federal do Paraná, Departamento de Ciências Sociais, Curitiba, 2013.

NOVAES, M.H. Turismo Rural em Santa Catarina. **Revista Turismo Rural em Análise**, v. 5, n. 2, 1994.

OMT. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Desenvolvimento de Turismo Sustentável: manual para organizadores locais**. Brasília: OMT, 1993.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Recomendaciones de la omt sobre turismo y desarrollo rural**. 2020. Disponível: <<https://www.institutobrasilrural.org.br/download/20210622155225.pdf>> Acesso em 10 jan 2024.

- PADILHA, A.C.M. **A estratégia de diversificação de sustento rural e a dinâmica da capacidade absorptiva no contexto do turismo rural: proposição de estrutura de análise.** Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Administração, Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, UFRGS, Porto Alegre – RS. p. 255, 2009.
- PATIAS, I.A. **Inovação e desenvolvimento regional: universidade, empresas, governo e sociedade na construção do Núcleo de Inovação e Transparência de Tecnologia do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha (RS).** Tese (Doutorado) – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Campus Ijuí). Desenvolvimento Regional. p. 305, 2023.
- PINE II, J.; GILMORE, J. H. **O espetáculo dos negócios: desperte emoções que seduzam os clientes, sensações intensas determinam o valor de produtos e serviços.** 2 Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.
- PINE, B.J II.; GILMORE, J.H. Welcome to the experience economy. **Harvard Business School Press**, 98 e 102, 1998.
- PLOEG, J. D. van der. **Camponeses e a arte da agricultura: um manifesto chayanoviano.** Porto Alegre/São Paulo, Ed. UFRGS/UNESP, 2016. 196p.
- RÁTZ, Tamara and PUCZKÓ, László (1998). “Folklore Art as Cultural Attraction in Hungarian Tourism”, paper presented at the Innovatory Approaches to Culture and Tourism, ATLAS International Conference, 22–24 October, Rethymno, Greece.  
<http://www.ratztamara.com/folklore.pdf> (last accessed 20.03.2006).
- RÊGO, G.C.B.; BARROS, A.G.A.L.; LANZARINI, R. Turismo de Eventos e Covid-19: Aportes dos protocolos de segurança e estratégias para a retomada do setor. **Ateliê do Turismo**, Campo Grande – MS, v. 5, n.1, p. 89-118, 2021.
- ROSALINA, P. D.; DUPRE, K.; WANG, Y. Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges. **Journal of Hospitality and Tourism Management.**, v. 47, p. 134-149, 2021.
- SANTOS, E. de. O.; RIBEIRO, M.; VELA, H.AA.G. Perfil e motivações do turismo no espaço rural: a metade Sul do estado do Rio Grande do Sul, Brasil (1997-2002-2006). **Revista Rosa dos Ventos**, v. 3, n. 2, p. 182-190, 2011.
- SCHNEIDER, S. **A pluriatividade e o desenvolvimento rural brasileiro.** In: II Seminário Internacional sobre Desenvolvimento Regional - UNISC - Universidade de Santa Cruz do Sul, 2004.
- SCHWAB, P. I.; MORAES, J. L. A. de; BASSAN, D. S. Indicadores de sustentabilidade socioeconômica do desenvolvimento rural no município de Rolante/RS. **Desenvolvimento Regional em debate**, v. 10, p. 370- 386, 2020.
- SECRETARIA DE TURISMO. **RS é o segundo estado a receber mais turistas internacionais em 2023.** 2023. Disponível em: <<https://setur.rs.gov.br/rs-e-o-segundo-estado-a-receber-mais-turistas-internacionais-em-2023> > Acesso em: 15 nov 2023.

SEMESP. **Regiões do Rio Grande do Sul**. 2024. Disponível em:

<<https://www.semesp.org.br/mapa/edicao-13/regioes/sul/rio-grande-do-sul/>>.

SILVA, A.P. d. **Turismo e desenvolvimento territorial na quarta colônia – RS – Brasil: Uma abordagem na perspectiva do capital social**. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Maria, Pós-Graduação em Extensão Rural, Santa Maria – RS. p. 170, 2014.

SILVA, L. A procura do turismo em espaço rural. **Etnográfica**, v. 11, n. 1, p. 141-163, 2007.

SOLHA, K.T. O universo rural e a oferta da experiência do turismo rural no Brasil. **Revista Rosa dos Ventos: Turismo e Hospitalidade**, v. 11, n. 3, 2019.

SPINDLER, V.K. **A contribuição das propriedades rurais de São Francisco de Paula como atrativo turístico para o desenvolvimento regional**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, Mestrado Profissional em Ambiente e Sustentabilidade, São Francisco de Paula – RS. p. 88, 2020.

STRASSBURGER, N.C.; COLTRE, S.M.; FERREIRA, W. C. Turismo rural e agricultura familiar no Brasil: um estudo bibliométrico. **Revista Grifos**, v. 32, n. 59, p. 1-26, 2022.

SU, M.M.; WALL, G.; WANG, Y.; JIN, M. Livelihood sustainability in a rural tourism destination-Hetu Town, Anhui Province, China. **Tourism Management.**, v. 71, p. 272-281, 2019.

SULAIMAN. A.I.; MASRUKIN; PUTRI, D.D.; WIJAYANTI, I.K.E.; WINDIASIH, R.; WENINGSIH, S. Community-Based Tourism Village Development in Health Food Security and Sustainable Agribusiness. **Res. Militaris**, v. 13, n. 2, p. 1-15, 2023.

TARDETTI, L.D. **Rota Encantos Rurais: Turismo e Desenvolvimento Rural no município de Quilombo (SC)**. Dissertação (Mestrado em Políticas Sociais e Dinâmicas Regionais) – Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó – SC. p. 71, 2021.

TENÓRIO, F. G. Desenvolvimento local. In: TENÓRIO, F. G. (org.). **Cidadania e desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: FGV; Ijuí: Unijuí, 2007.

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

VEIGA, F. F. **Território e Desenvolvimento Local**. Oeiras: Celta Editora, 2005.

WOOKHYUN, A.N.; ALARCÓN, S. From netnography to segmentation for the description of the rural tourism market based on tourist experiences in Spain. **Journal of Destination Marketing & Management.**, v. 19, 100549, 2021.

WORLD HEALTH ASSOCIATION. **Division of Mental Health: Qualitative Research for Health Programmes**. Geneva: WHA, 1994.

YANG, Jun et al. Effects of rural revitalization on rural tourism. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 47, p. 35-45, 2021.

YE, S.; WEN, W.J.; YING, T.; TAN, X. Creating memorable experience in rural tourism: A comparison between domestic and outbound tourists. **Journal of Travel Research.**, v. 60, n. 7, p. 1527-1542, 2021.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e métodos.** Bookman editora, 2015.

ZIMMERMANN, Adonis; CASTRO, IC de. **Turismo rural:** um modelo brasileiro. do autor. Florianópolis, BR, 1996.

## ANEXO A – QUESTIONÁRIO

1. Gênero  
 Feminino       Masculino       Outro
  
  2. Idade:  


---



---
  
  3. Estado civil  
 Solteiro(a)       Casado(a)  
 Viúvo(a)       Divorciado(a)  
 Outro
  
  4. Escolaridade:  
 Sem escolaridade       Ensino Fundamental incompleto  
 Ensino Fundamental completo       Ensino Médio incompleto  
 Ensino Médio completo       Superior incompleto  
 Superior completo       Pós graduação
  
  5. Situação profissional  
 Trabalhador (a)       Trabalhador(a) e estudante  
 Estudante       Desempregado(a)  
 Aposentado(a)
  
  6. Em qual município do Rio Grande do Sul você reside?  


---



---
  
  7. Considerando que "Turismo Rural como o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade" (Ministério do Turismo, 2003, p. 11).  
 Você já realizou alguma atividade de turismo rural?  
 Sim Em caso afirmativo, vá para o bloco 2  
 Não Em caso negativo, responda a questão 8
  
  8. Você tem interesse em realizar atividades relacionadas ao turismo rural?  
 Sim  
 Não
- Bloco 2: Sim**
1. Em qual mês costuma tirar férias? Aberta para marcar mais de uma opção  
 Janeiro       Fevereiro       Março       Abril  
 Maio       Junho       Julho       Agosto  
 Setembro       Outubro       Novembro       Dezembro
  
  2. Com quem você costuma viajar? Aberta para marcar mais de uma opção  
 Família       Amigos       Filhos  
 Namorado(a) ou Marido(Esposa)       Sozinho       Outros

3. Em quais municípios você já realizou turismo rural?

---



---

4. Com que periodicidade realiza atividades relacionadas ao turismo rural?

- ( ) 1 vez por ano                      ( ) 2 vezes por ano  
 ( ) 3 vezes por ano                    ( ) Outro. \_\_\_\_\_

5. Quanto tempo costuma ficar no local de turismo rural?

- ( ) 1 dia                                  ( ) 3 dias ou mais  
 ( ) 2 dias

6. Qual a primeira imagem que vem a sua cabeça quando pensa em turismo rural?

---



---

7. Quando pensa em viajar o que motiva você

Marque o grau de importância, na escala de 1 a 7, sendo 1 – nada importante e 7 – muito importante

	1	2	3	4	5	6	7
Sair da rotina							
Explorar a natureza do destino							
Conhecer outras/novas culturas							
Procura aventura							
Procura novas experiências							
Passar tempo com a família e amigos							

8. Quais são as motivações para a realizar atividades de turismo rural

Marque o grau de importância, na escala de 1 a 7, sendo 1 – nada importante e 7 – muito importante

	1	2	3	4	5	6	7
Patrimônio cultural							
Integração num estilo de vida tradicional e rural							
Proximidade com a natureza							
Socialização							
Atividades ao ar livre							

9. Em suas experiências de turismo rural, qual foi imagem que ficou na sua memória?

---



---

10. O que não pode faltar no local para você participar de atividades de turismo rural?

---



---

11. Você recomendaria atividades de turismo rural a outras pessoas?

- ( ) Sim            ( ) Não            ( ) Talvez

12. Em caso negativo, justifique:

---

---

13. Você pretende continuar a realizar atividades de turismo rural?

Sim       Não       Talvez

14. Em caso negativo, justifique:

---

---

## APÊNDICE I - QUESTIONÁRIO ORIGINAL

O presente inquérito surge no âmbito da dissertação de mestrado em gestão do turismo e hotelaria, na Universidade Europeia. Procura-se identificar os atributos que definem turismo em espaço rural na perspectiva do turista.

O inquérito é confidencial e tem uma finalidade estritamente académica. A sua participação é muito importante!

Obrigada.

1. Já fez turismo em espaço rural?  
 Sim                       Não
  
2. Género  
 Feminino                       Masculino
  
3. Faixa etária  
 18 a 24 anos                       25 a 34 anos                       35 a 44 anos  
 45 a 54 anos                       55 a 65 anos                       Mais de 65 anos
  
4. Estado civil  
 Solteiro                       Casado  
 Viúvo
  
5. Quantas pessoas constituem o seu agregado familiar?  


---



---
  
6. Habilitações literárias:  
 Ensino Básico  
 Ensino Secundário  
 Ensino Superior
  
7. Situação profissional  
 Trabalhador                       Trabalhador e estudante  
 Estudante                       Desempregado  
 Reformado
  
8. Quais os meses que habitualmente faz férias?  
 Janeiro                       Fevereiro                       Março                       Abril  
 Maio                       Junho                       Julho                       Agosto  
 Setembro                       Outubro                       Novembro                       Dezembro

9. Quando pensa em viajar o que o motiva?

1- Nada importante, 7 – muito importante

	1	2	3	4	5	6	7
Sair da rotina							
Explorar a natureza e a cultura do destino							
Conhecer outras novas culturas							
Procura aventura							
Procura novas experiencias							





Patrimônio cultural							
Integração num estilo de vida tradicional e rural							
Proximidade com a natureza							
Socialização							
Atividades ao ar livre							
Procura do natural							

20. Na sua experiência de turismo em espaço rural, qual foi imagem que ficou na sua memória?

---



---

21. Recomenda o turismo em espaço rural?

( ) Sim      ( ) Não      ( ) Talvez

22. Pretende continuar a fazer turismo em espaço rural?

( ) Sim      ( ) Não      ( ) Talvez

23. Se sim, onde?

---



---