

PKS

PUBLIC
KNOWLEDGE
PROJECT

REVISTA DE
GEOGRAFIA
Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFPE

OJS

OPEN
JOURNAL
SYSTEMS

<https://periodicos.ufpe.br/revistas/revistageografia>

O TURISMO RURAL NO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ-SP: UM ESTUDO ATRAVÉS DAS ROTAS TURÍSTICAS - O CASO PARTICULAR DA ROTA TURÍSTICA DA UVA

Tamires Regina Rocha¹, <https://orcid.org/0000-0002-5358-1174>

Alan da Silva Vinhaes², <https://orcid.org/0000-0002-3072-2050>

¹ Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Presidente Prudente, São Paulo, Brasil*

² Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Presidente Prudente, São Paulo, Brasil**

Artigo recebido em 16/05/2022 e aceito em 12/04/2023

RESUMO

Atualmente, o meio rural possui uma perspectiva mais abrangente e passou a englobar muito mais do que um simples espaço em que se praticam atividades agropecuárias. Esse espaço, pode ser utilizado por várias outras maneiras, uma vez que se caracteriza como sendo multifuncional. O turismo rural é uma destas formas, a atividade é considerada uma boa opção para os empreendedores que tem como objetivo diversificar sua renda e para os visitantes que podem atender suas necessidades de estar em contato com o ambiente do campo, bem como, de conhecer costumes e tradições típicas de cada local. O artigo tem como objetivo analisar a importância do turismo rural para o município de Jundiaí e como a formação das Rotas Turísticas, principalmente da Rota Turística da Uva potencializam a atividade no município.

Palavras-chave: turismo rural; rotas turísticas; multifuncional.

RURAL TOURISM IN THE MUNICIPALITY OF JUNDIAÍ-SP: A STUDY THROUGH THE TOURIST ROUTES - THE PARTICULAR CASE OF THE TOURIST ROUTE OF UVA

ABSTRACT

Currently, the rural environment has a broader perspective and has come to encompass much more than a simple space in which agricultural activities are practiced. This space can be used in several other ways, since it is characterized as being multifunctional. Rural tourism is one of these forms, the activity is considered a good option for entrepreneurs who aim to diversify their income and for visitors who can meet their needs to

* Doutoranda em Geografia pela FCT-UNESP. E-mail: tamiresrocha@hotmail.com

** Doutorando em Geografia pela FCT-UNESP. E-mail: asvinhaes2013@gmail.com

be in contact with the countryside environment, as well as to know customs and traditions typical of each place. The article aims to analyze the importance of rural tourism for the municipality of Jundiá and how the formation of Tourist Routes, especially the Grape Tourist Route, enhance the activity in the municipality.

Keywords: rural tourism; tourist routes; multifunctional.

TURISMO RURAL EN EL MUNICIPIO DE JUNDIAÍ-SP: UN ESTUDIO A TRAVÉS DE LAS RUTAS TURÍSTICAS - EL CASO PARTICULAR DE LA RUTA TURÍSTICA DE UVA

RESUMEN

Actualmente, el medio rural tiene una perspectiva más amplia y ha llegado a abarcar mucho más que un simple espacio en el que se practican actividades agrícolas. Este espacio se puede utilizar de varias otras maneras, ya que se caracteriza por ser multifuncional. El turismo rural es una de estas modalidades, la actividad se considera una buena opción para los emprendedores que pretenden diversificar sus ingresos y para los visitantes que pueden satisfacer sus necesidades de estar en contacto con el entorno del campo, así como conocer costumbres y tradiciones típicas de cada lugar. El artículo tiene como objetivo analizar la importancia del turismo rural para el municipio de Jundiá y cómo la formación de Rutas Turísticas, especialmente la Ruta Turística de la Uva, potencian la actividad en el municipio.

Palabras clave: turismo rural; rutas turísticas; multifuncional.

INTRODUÇÃO

O turismo rural vem despontando de maneira promissora e já pode ser visto como um fenômeno importante no momento atual. Com abrangência mundial, a atividade é capaz de ter influência em diferentes campos, como o político, cultural, econômico e social. Apresenta-se como um promotor de desenvolvimento socioeconômico, gerador de empregos, distribuidor de renda e qualidade de vida (CANDIOTTO, 2007).

Esse crescimento do segmento (turismo rural) pode ser compreendido devido a necessidade das pessoas que vivem nas áreas rurais buscarem outras fontes de renda e de agregarem valor aos seus produtos, além de que, cada vez mais os moradores dos centros urbanos estão em busca de sossego, e veem nas áreas rurais essa possibilidade, através do reencontro com suas raízes rurais, contato com a natureza e com modos de vida, tradições e costumes do campo.

O artigo tem como objetivo analisar a importância do turismo rural para o município de Jundiá e como a formação das Rotas Turísticas, principalmente da Rota Turística da Uva potencializam a atividade no município.

Como procedimentos metodológicos, foram realizados levantamento e análise da bibliografia que trata dos temas relacionados ao turismo rural, das características gerais - econômicas e populacionais - do município de Jundiá e sobre formação das Rota Turísticas, principalmente da Rota Turística da Uva. Também são apresentados e analisados dados de fonte secundária sobre o desenvolvimento do turismo rural no município.

Houve também a realização de entrevista com a Diretora Municipal de Turismo para o maior entendimento da influência do poder local na potencialização do turismo rural através das Rotas Turísticas, principalmente através da Rota da Uva.

Portanto, o artigo está organizado em três (3) seções, além desta introdução, considerações finais e referências. Na primeira, aborda-se a temática do turismo rural considerando aspectos como o surgimento da atividade no mundo, bem como as características que lhe são atribuídas no Brasil; as diferenças entre os termos “turismo no espaço rural e turismo rural”; os benefícios e as dificuldades para desenvolver o segmento; a importância do produto turístico para aprimorar a atividade, entre outros fatores. Na segunda, tendo como referência os dados de fonte secundária e a entrevista realizada com a Diretora de Turismo Municipal se analisa como se apresenta o turismo rural no município de Jundiá e os fatores que contribuíram para que ocorresse a formação das Rotas Turísticas no município, e, na terceira, é apresentada a Rota Turística da Uva, suas características, atrativos e importância para o fortalecimento do turismo rural na localidade.

TURISMO RURAL: UMA ATIVIDADE EM ASCENSÃO

O desenfreado crescimento urbano vivenciado no século XX, contribuiu para a valorização da vida no campo. Este fato resultou na expansão de uma das modalidades de turismo, ou seja, o turismo rural que vem ganhando destaque na sociedade atual. O turismo rural também se tornou uma possibilidade concreta de reversão no processo de esvaziamento e inviabilidade da atividade econômica familiar no meio rural (BEGNINI, 2010).

Para Candiotto (2007), o turismo rural:

[...] tem origem no final do século XIX na Europa (Áustria e Suíça), porém, assim como outras modalidades de turismo dessa época, estava restrito às elites. Em virtude do desenvolvimento econômico pautado na industrialização e das conquistas trabalhistas nos países europeus, ambos ocorridos na década de 1950, a partir do fim da Segunda Guerra, o turismo rural desponta como atividade planejada, com destaque para a França, Espanha e Itália (CANDIOTTO, 2007, p. 192).

A partir da década de 1980, o turismo no espaço rural europeu passou a ser considerado como uma alternativa de renda devido aos problemas estruturais na agricultura, como os preços baixos obtidos pelos produtos agrícolas e a redução do protecionismo (TULIK, 2003).

Deste modo, levando em consideração, o temor com o futuro do espaço rural associado ao anseio de crescimento do turismo rural, a Europa passou, a partir dos anos 1990, a investir no setor através de políticas públicas da União Europeia. Dentre essas políticas destacam-se, as iniciativas do programa LEADER I e II (Ligação Entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural) e o PRODER (Programa de Diversificação da Economia Rural) (BAIDAL, 2000).

Candiotto (2007) expõe que, fatores como a multifuncionalidade do rural, a perspectiva multidisciplinar do território, não considerando apenas a visão setorial (agrícola/rural), mas sim, o uso integrado dos recursos e a diversificação das economias locais, além do próprio envolvimento dos cidadãos na organização e administração de base local, constituem as políticas públicas orientadas nos Programas LEADER.

A experiência da União Europeia foi importantíssima para fomentar o turismo rural no Brasil. Segundo o Ministério do Turismo - MTur (2008), mesmo que em algumas regiões do país, as propriedades rurais já recebessem visitantes, foi apenas na década de 1980 que a atividade (turismo rural) despontou com caráter econômico, muito em virtude das transformações da sociedade e da economia (MAIA, 2015).

É consenso entre os autores que se dedicam à temática que:

[...] o turismo rural no Brasil foi identificado entre os anos de 1984-1986 quando algumas propriedades no município de Lages, no Estado de Santa Catarina, resolveram aproveitar a estrutura existente para diversificar suas atividades e receber turistas. Convém lembrar que a visitação a propriedades rurais é uma prática antiga e muito comum no Brasil, e o deslocamento para as áreas rurais passa a ser trabalhado com profissionalismo em 1986 quando o TR passa a ser organizado com a finalidade de implantar ações para desenvolver essa atividade (TULIK, 2003, p. 15).

Conforme Ruschmann (1997) *apud* Goerck (2017), a deterioração da qualidade de vida nos grandes centros urbanos faz com que a população urbana procure por locais que possibilitem o contato com a natureza e proporcionem tranquilidade, pois o dia a dia nas cidades grandes muitas vezes impossibilitam esse contato. E nos espaços rurais, elementos como a tranquilidade, o contato com a natureza, o silêncio, o retorno às origens rurais etc. podem ser encontrados e desfrutados.

De acordo com os dados da pesquisa Panorama Empresarial de Turismo Rural (2010), realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) o turismo rural é uma das atividades econômicas que mais apresenta crescimento no Brasil, com um aumento de cerca de 30% ao ano. Além disso, no *ranking* mundial, o país está na quarta posição no segmento, ficando atrás apenas de países como Espanha, Portugal e Argentina

De forma geral, a literatura europeia trata qualquer modalidade de turismo realizada no espaço rural como turismo rural. Silveira (2001) aponta os três aspectos que definem o turismo rural na Comunidade Europeia:

[...] o turismo rural é um conceito amplo que engloba não apenas o gozo das férias em fazendas, mas qualquer outra atividade turística que ocorre no campo; o turismo rural recobre, igualmente, toda atividade turística no interior do país; o turismo rural é um conceito que abarca toda a atividade turística endógena suportada pelo ambiente humano e natural (SILVEIRA, 2001, p. 21).

Apesar do conceito de turismo rural na Europa compreender qualquer prática turística realizada no espaço rural, autores europeus como Cals, Capellà e Vaqué (1995) realizam uma diferenciação entre os conceitos de turismo no espaço rural e o turismo rural. O **primeiro**, segundo os referidos autores, está relacionado a todas as atividades turísticas que ocorrem no meio rural (turismo rural, agroturismo, turismo religioso, entre outros). Enquanto que, o **segundo** corresponde as atividades que reconhecem as particularidades da vida rural, desde seu *hábitat*, economia ou cultura (CALSA; CAPELLÀ; VAQUÉ, 1995 *apud* SILVA, *et al.*, 2000).

Devido à forte influência estrangeira na literatura sobre turismo rural, muitos conceitos são importados sem maiores reflexões e adaptações à realidade brasileira. Como afirma Rodrigues (2000), a imprecisão de conceitos sobre turismo rural no Brasil está vinculada à tentativa de classificações baseadas em parâmetros europeus, haja vista que a origem do turismo rural é europeia.

Apesar desses problemas conceituais, acreditamos que já existem estudos que buscam estabelecer uma diferenciação das atividades de turismo realizadas no espaço rural no Brasil, sobretudo no que tange aos conceitos de *turismo no espaço/meio rural* e *turismo rural*.

Pimentel (2003) explica que turismo no espaço rural engloba todas as explorações turísticas no meio rural, já o turismo rural diz respeito às atividades turísticas ligadas ao modo de produção agropecuária, recursos naturais e culturais locais.

[...] o turismo no espaço rural engloba a totalidade da exploração turística no meio rural. Entendemos como sendo turismo no espaço rural, qualquer atividade turística no meio rural,

desde *spa's* até parques temáticos. Esse turismo não requer clara identidade entre as atividades de lazer e o ambiente onde as mesmas ocorrem. [...] turismo rural responde ao coletivo de incursões turísticas de lazer praticadas no campo, mas interligadas ao modo de produção agropecuário e aos recursos naturais e culturais locais (PIMENTEL, 2003, p. 133).

Portanto, quando se fala turismo no espaço rural ou turismo no meio rural, estão incluídas todas as modalidades turísticas realizadas nesse espaço, independente da motivação e das atividades desenvolvidas (CANDIOTTO, 2010).

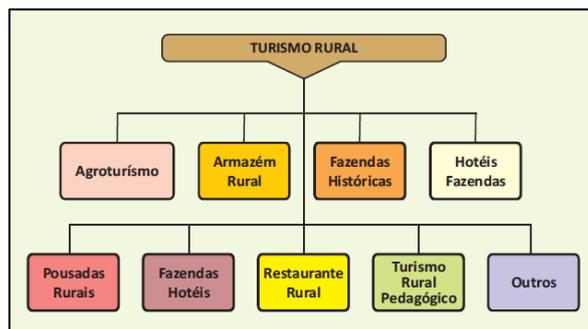
Um conceito apresentado pela Embratur em 1998 entendia o turismo rural como o “conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Tulik (2003) afirma que, em 2002, a houve uma mudança no conceito de turismo rural da Embratur, que passou a ser considerado:

[...] um segmento do turismo que proporciona conhecer, vivenciar e usufruir as práticas sociais, econômicas e culturais próprias do meio rural de cada região de forma sustentável. Mesmo com a mudança conceitual, o turismo rural se manteve vinculado às práticas rurais, e não somente ao espaço rural, mostrando que a existência ou manutenção das atividades agropecuárias são elementos fundamentais para caracterizar o turismo rural. Ademais, este conceito de 2002 passa a fazer referência à sustentabilidade no turismo, demonstrando a força da ideologia do turismo sustentável e, conseqüentemente, do desenvolvimento sustentável, cada vez mais utilizada na retórica de governos, empresas, políticos, e outros atores (TULIK, 2003, p. 74).

Para Rodrigues (2001) o turismo rural é uma atividade centrada nos atributos próprios como a paisagem natural, o modo de vida e a cultura rural/local. Deste modo, tendo como referência essas particularidades que orientam o turismo rural, na Figura 1 é apresentada as diferentes modalidades existentes de turismo rural. Para definir tais modalidades, é fundamental considerar alguns aspectos “o processo histórico de ocupação territorial, estrutura fundiária, as características paisagísticas regionais, estrutura agrária, com destaque a relação de trabalho envolvida, atividades econômicas atuais, características da demanda e tipos de empreendimentos” (RODRIGUES, 2000, n.p).

Figura 1. Modalidades de Turismo Rural no Brasil



Fonte: IICA Brasil - Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura, 2013, p. 10.

Desta forma, a considerar os autores citados, o turismo rural está obrigatoriamente relacionado às características do espaço rural (produção agrícola e/ou pecuária, as paisagens naturais/rurais, a proximidade direta com o estilo de vida das famílias do campo e com os animais, a cultura, além da própria culinária típica da “roça”, entre outros aspectos).

De acordo com Oliveira *et al.*, (2010), o turismo rural mostra-se como uma possibilidade de desenvolvimento, pois, contribui para que haja uma melhora na qualidade de vida dos agricultores, propiciando a aproximação de pessoas e a valorização da cultura tradicional.

O autor supracitado ainda ressalta que, o turismo rural tem como característica atender as demandas de todos os envolvidos, tanto daqueles que oferecem os serviços e atividades, quanto daqueles que recebem. Além disso, a atividade diversifica os polos turísticos, promove a interiorização, oportuniza novas fontes de renda, contribui para a redução do êxodo rural e o fortalecimento de uma consciência e sensibilidade voltadas para a questão ecológica. Nesse sentido, o produtor rural que se dedica as atividades produtivas, pode agregar valor aos seus produtos, através da comercialização direta ao visitante/consumidor e, assim, complementar a sua renda mensal (OLIVEIRA *et al.*, 2010).

A pesquisa “Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro” realizada em 2009 reforça a importância do Turismo Rural, conforme se pode observar na Figura 2.

Figura 2. Lugares preferidos dos turistas brasileiros em 2009

	Primeira citação	Soma ponderada
Praia	64.9%	45.1%
Campo	13.5%	19.2%
Cidades históricas	12.0%	18.4%
Montanhas	8.1%	15.5%
Outras respostas	1.5%	1.8%

Fonte: Ministério do Turismo/Vox Populi, 2009, p. 27.

De acordo com a Figura 2, o “campo” foi indicado por 13,5% dos entrevistados como destino preferido para a realização de viagens, ficando atrás apenas da opção “praia” que aparece com 64,9% da preferência dos entrevistados. Entretanto, se considerarmos a soma ponderada, ou seja, que leva em consideração não apenas a primeira, mas sim, as três primeiras opções respondidas pelos entrevistados, essa diferença decai, pois 19,2% dos entrevistados dizem optar pelo campo.

De acordo com Tulik (2003, p. 77), o consumidor de Turismo Rural “tende a buscar a aproximação com ambientes naturais e com a ruralidade – a paisagem deve representar um indicador de que ele está fora do seu ambiente de rotina –, não se tratando simplesmente de uma viagem, mas sim uma experiência diferente e autêntica”.

Portanto, conhecer o perfil do consumidor é imprescindível para a oferta de produtos e serviços que atendam às suas expectativas, tornando mais eficientes as ações de estruturação, promoção, divulgação e comercialização.

O Ministério do Turismo (2010) expõe que os turistas desse segmento apresentam algumas características interrelacionadas, que podem ser destacadas, tais como:

- São moradores de grandes centros urbanos;
- Possuem entre 20 e 55 anos;
- São casais com filhos e/ou amigos;
- Possuem ensino médio e/ou superior completos;
- Deslocam-se em automóveis particulares, em um raio de até 150 km do núcleo emissor/urbano;
- Fazem viagens de curta duração, em fins de semana e feriados;
- Organizam suas próprias viagens ao meio rural;
- Têm na internet e nos parentes e amigos sua principal fonte de informação para a preparação da viagem;
- São apreciadores da culinária típica regional;
- Valorizam produtos autênticos e artesanais;
- Levam para casa produtos agroindustriais e/ou artesanais (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p. 27-28).

Deste modo, fica evidente o interesse do turista, em especial o morador dos grandes centros urbanos, de realizar viagens curtas e, conseqüentemente, mais próximas do seu local de moradia, num raio de 150 km. Este fato beneficia diretamente o município de Jundiá (área de estudo), localizado a cerca de 60 km da cidade de São Paulo, que é o maior centro emissor de turistas da América Latina, segundo a Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo – SEDETUR.

Outro aspecto que cabe ressaltar diz respeito a aquisição de produtos diretamente dos produtores,

[...] tal fato se tornou uma tendência da contemporaneidade, e, paralelo a esta questão, a ideia do *Slow Life*, que vai muito além do *Slow Food*, em que, se valoriza não só as refeições mais lentas, mas também um estilo de vida desacelerado, cuja principal preocupação é conectar-se com as pessoas do meio em que se vive, tornam-se tendências que interferem no consumo direto do turismo (PLANO MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, 2019, p. 34).

No município de Jundiá, muitas propriedades rurais que eram exclusivamente vinculadas à agricultura, passaram a ampliar suas atividades para o turismo rural. A ampliação do setor está muito relacionada à procura dos visitantes por produtos artesanais, pela culinária típica italiana, as experiências do colha e pague, as visitas à produção e a própria vivência relacionada ao meio rural como um todo. Além disso, as festas tradicionais, como a Festa da Uva que era realizada no município de Jundiá todos os anos, vinha crescendo sensivelmente, pelo menos até a pandemia do COVID-19, tanto em termos do número de visitantes quanto em diversidade de atrações.

Zimmermann (1996) expõe que o turismo rural contribui:

[...] para proporcionar bem-estar às famílias envolvidas com a atividade, fazendo com que passem a sentir orgulho de sua origem e se conscientizem da preservação de seu patrimônio, que é enaltecido pelo turista, que procura o campo para satisfazer suas necessidades de lazer, interagindo com a comunidade local e com as atividades que são comuns aos residentes. O jeito simples e acolhedor do homem do campo também chamam a atenção do turista, ou mesmo o desejo de resgatar sua cultura e sua origem, além de afastá-lo, por um determinado tempo, do tumulto e da poluição da cidade grande (ZIMMERMANN, 1996, p. 50).

O turismo rural é uma atividade que, na sua forma mais original e “pura”, deve estar “instituída em estruturas essencialmente rurais, de pequena escala, situadas ao ar livre, favorecendo ao visitante o contato direto com a natureza, com a herança cultural das comunidades do campo e, também, com as denominadas sociedades e práticas “tradicionais” (RIVA; BERTOLINI, 2017, p. 201).

Todos esses aspectos atraem aquelas pessoas que residem nos grandes centros urbanos e que estão determinadas a despendar tempo e dinheiro aproveitando das atividades de lazer no meio rural.

Entretanto, para que o turista atinja suas expectativas, é fundamental dispor de equipamentos e serviços apropriados para que os visitantes sejam bem recebidos. Além disso, é de suma importância que exista a preservação do meio ambiente, já que é indiscutível que se estabeleça uma ligação entre o turismo e o meio ambiente, afinal muitas vezes o meio ambiente se firma como a matéria-prima do turismo (GOERCK, 2017).

Para Oliveira *et al.*, (2010), a relação do turismo com o meio ambiente é complexa,

[...] pois envolve atividades que podem afetar o ambiente natural de várias formas. Por outro lado, a atividade tem a capacidade de contribuir para a conservação, preservação e recuperação ambiental do espaço rural e natural, e ainda sensibilizar os proprietários rurais e moradores da região sobre a importância dos recursos disponíveis (OLIVEIRA *et al.*, 2010, p. 17).

Portanto, quando devidamente planejado, o turismo rural pode proporcionar várias vantagens à propriedade rural, aos proprietários e à comunidade, tais como: “diversificação de renda; geração de empregos; preservação e valorização do patrimônio histórico, natural, cultural e das atividades tipicamente rurais, a gastronomia, as festas tradicionais e o modo de vida tradicional e simples do autóctone” (MOLETTA, 2002, p. 25).

Além disso, a atividade também pode gerar aumento na qualidade de vida da comunidade local, através de investimentos em infraestrutura básica, como em água, luz, estradas, etc.; diversificar os “focos” turísticos por intermédio da desconcentração do fluxo turístico nos locais já conhecidos; resultar em uma melhor formação educacional do homem que reside nas áreas rurais, através da obtenção de novos conhecimentos; e a possibilidade de trabalhar em conjunto/parceria (MOLETTA, 2002).

O turismo rural, por vezes, faz ressurgir “as artes, as crenças, os cerimoniais, a linguagem e o patrimônio arquitetônico, que normalmente são restituídos ao cotidiano, mas que, a partir do implemento da atividade turística, são transformados em atrativos típicos usados como marcas locais interessantes para o turismo” (GOERCK, 2017, p. 78).

O turismo rural também pode trazer várias vantagens para a comunidade receptora, como por exemplo, o desembolso para pagamento de novas despesas como salários e insumos, resultando na movimentação da economia local, devido a atividade turística. Outro aspecto diz respeito ao desenvolvimento de inúmeras atividades produtivas, tanto na propriedade recebedora como nas da proximidade, afinal estas conseguem operar como fornecedoras na produção de alimentos e no artesanato (MOLETTA, 2002).

Por outro lado, o desenvolvimento do turismo rural também se depara com grandes dificuldades, conforme Portuguese (1999) destaca, tais como:

- Descapitalização do empreendedor: baixa capacidade de investimento;
- A mentalidade dos empresários pode trazer uma lógica onde o lucro é a prioridade;
- Sazonalidade da oferta: existem épocas em que não há muitos atrativos para serem apresentados nas propriedades rurais, decorrentes dos próprios ciclos de produção;
- Mão-de-obra: em sua grande maioria é despreparada e desqualificada;
- Dificuldade de planejamento e organização por parte dos empreendedores;
- Os habitantes têm dificuldades para crer nas potencialidades turísticas da sua própria região, podendo ocorrer reações de desconfiança ou até rejeição aos visitantes;
- Impactos negativos podem ocorrer sobre o ambiente natural e seus componentes básicos (ar, água, vegetação, vida selvagem) bem como sobre o ambiente construído pelo homem (monumentos) e podem ser causados pelas atividades e comportamentos do turista ou decorrente da implantação da infraestrutura para servir o turismo;
- Há insuficiência de investimentos públicos e privados;
- Legislação inadequada: alguns desses problemas legais identificados são: a caracterização de dupla jornada de trabalho do funcionário rural quando passa a conduzir os hóspedes pela fazenda ou, também, pelas atividades relacionadas ao turismo; e a mudança de classe empregatícia, em decorrência da não harmonia das atividades com as de trabalhador rural, o que acaba elevando o piso salarial e, muitas vezes, inviabilizando a atividade. No entanto, é importante salientar que a participação ativa dos funcionários na recepção dos turistas é fundamental para que seja possível ao visitante a vivência real do cotidiano da propriedade e da cultura local (PORTUGUEZ, 1999, p. 21).

Silva *et al.*, (2010) expõe que um dos aspectos fundamentais na atividade de turismo rural é a recepção do turista pelo proprietário. Nesse sentido, é de suma importância o responsável pela propriedade transmitir carisma e oferecer hospitalidade, tais fatores são de grande destaque na atividade. Portanto, o contato direto entre a família do proprietário e o visitante/turista é um fato marcante na relação profissional.

Dessa forma, o desenvolvimento e comercialização do turismo rural resulta no contato direto do turista com o produtor que passa a vender serviços de estadia, alimentação, lazer e produtos *in natura* (frutas, ovos, verduras) ou artesanais (compotas, queijos, vinhos). Deste modo, consegue um reconhecimento do produto, enaltece a marca, melhora o custo e a qualidade dos produtos para o turista e há o aumento da renda para o produtor (SILVA *et al.*, 2010).

De acordo com Talavera (2001), o turismo rural pode ser praticado em propriedades rurais, ranchos, hotéis-fazenda, pousadas e pesque-pague para todos os gostos e desejos. Muitos produtores rurais modificam suas propriedades, chácaras, sítios, etc., em um produto turístico. Para isso, é de total relevância o preparo e a qualificação da mão-de-obra dos locais de recepção, a qualidade nos serviços ofertados, higienização e limpeza do local, além da própria gastronomia e a identidade

cultural. Portanto, adquire importância a oferta de cursos capacitadores que sejam sintonizados com a demanda do mercado (SILVA, *et al.*, 2010).

Para Ruschmann (2004, p. 34), “o produto turístico é um conjunto de bens e serviços, unidos por relações de interação e interdependência, que o torna extremamente complexo”.

Cabe destacar que, a ideia de produto turístico não significa a artificialização da “ruralidade ou a criação de falsas realidades para ‘enganar turista’. Trata-se de tão-somente de formatar uma beleza pura e rústica em algo possível de ser consumido por pessoas com pouca ou nenhuma experiência no ambiente rural, mas ávidas por participar da rotina visitada” (OLIVEIRA, 2002, p. 22).

A maneira com que é ofertado o produto do turismo rural se torna uma alternativa de diversificação e complementação de renda da pequena propriedade rural. O seu principal objetivo é agregar valor à atividade agropecuária desenvolvida na propriedade e não alterá-la. Desta forma, as propriedades rurais com suas atividades em andamento, passam a receber os turistas, sendo o turismo mais uma atividade econômica rentável para a família (SILVA *et al.*, 2010).

No município de Jundiá, em parte das propriedades rurais pesquisadas, as famílias passaram a atuar apenas com o turismo se aproveitando das suas tradições familiares em torno do cultivo da uva, agregando valor a atividade através da comercialização de vinhos e derivados nas adegas e restaurantes localizados nas propriedades rurais.

Desse modo, com o desenvolvimento dessa modalidade de turismo (turismo rural), o "ser caipira" ganhou *status* de modismo, “em que as essências da cultura interiorana são valorizadas pela mídia e pelos moradores dos grandes centros urbanos. A busca pelo contato com o homem do campo valoriza a sabedoria popular e incentiva o resgate de tradições já em processo de esquecimento” (SILVA, *et al.*, 2010, p. 32). A nostalgia de quem já morou no campo ou escutou histórias de parentes e amigos sobre a vida "simples e pura" do meio rural valoriza esse modo de vida, que até pouco tempo atrás era visto como símbolo de atraso.

Na próxima seção será abordado o turismo rural no município de Jundiá, destacando o papel das Rotas Turísticas, principalmente da Rota Turística da Uva, para o fortalecimento da atividade.

De acordo com a entrevista realizada em fevereiro de 2021 com a Diretora de Turismo Municipal de Jundiaí¹, Marcela Moro, antes de haver a consolidação das Rotas Turísticas no município, as propriedades rurais e empreendimentos turísticos - que atualmente compõem as rotas -, já recebiam visitantes, porém, tudo acontecia de maneira muito isolada e desarticulada, destacando principalmente as ações realizadas pelos produtores rurais, como a formação da Cooperativa Agrícola dos Produtores de Vinho de Jundiaí – AVA.

Deste modo, era necessária uma articulação institucional, principalmente através da atuação do poder público municipal, auxiliando de maneira efetiva os produtores rurais e empresários desse segmento turístico no município, investindo principalmente na divulgação dessas propriedades rurais e/ou empreendimentos; em infraestrutura turística nos setores do município que possuem potencial para o desenvolvimento da atividade, além de consolidar a participação destes em feiras e eventos de turismo no município. Assim, esses fatos contribuíram para a formação das Rotas Turísticas.

Segundo a entrevistada:

[...] a ideia era construir um cenário participativo e democrático entre os envolvidos, obtendo um produto turístico fortalecido, sustentável e de expressão. Nos estudos realizados em outros municípios, os empreendimentos que atuam por meio da união entre os produtores, empresários e o poder público na formatação integrada de roteiros, rotas, é perceptível o sucesso do trabalho em conjunto (ENTREVISTA REALIZADA COM A DIRETORA DE TURISMO MUNICIPAL DE JUNDIAÍ EM FEVEREIRO DE 2021).

Os circuitos de vinho ou gastronomia da Europa, América do Norte e Australásia são alguns exemplos clássicos e bem-sucedidos destas rotas. A Rota do Vinho do Niágara, no Canadá, é um bom exemplo, a região reúne mais de 50 vinícolas e é o suporte para o desenvolvimento do enoturismo (MEYER, 2004 *apud* ARAÚJO, 2017).

Se bem desenvolvidas e planejadas, as rotas turísticas podem gerar várias vantagens positivas. Como destaca Araújo (2017), expandir as vantagens econômicas é um dos elementos mais importantes, como atuar no desenvolvimento de instalações turísticas (restaurantes, lojas, quiosques, etc.) no decorrer das rotas, de modo, a favorecer para que ocorra gastos turísticos nestes pontos ou paradas; criar empregos de forma direta ou indireta, através de instalações e serviços locais necessários; expandir os mercados turísticos, além de prorrogar o tempo médio de estadia dos turistas, ofertando diversas opções de atrações e atividades.

¹ A entrevista com a Diretora de Turismo Municipal foi realizada presencialmente, todos os protocolos de segurança contra a COVID-19 foram tomados – distanciamento social, uso de máscara e álcool em gel.

Deste modo, a Diretora de Turismo Municipal de Jundiáí ressaltou que, a gestão do prefeito Pedro Bigardi (2013-2016), passou a investir fortemente no setor de turismo. Segundo ela:

[...] uma das metas de seu mandato foi o fortalecimento do turismo, com foco no turismo rural e no fortalecimento da zona rural. Foram várias ações implantadas aqui no município, ele investiu na profissionalização e criou projetos como, o Sabores de Jundiáí, Jundiáí Feito à Mão e as Rotas Turísticas, além de valorizar a identidade local em eventos, como no caso da Festa da Uva (ENTREVISTA REALIZADA COM A DIRETORA DE TURISMO MUNICIPAL DE JUNDIAÍ EM FEVEREIRO DE 2021).

Entre os anos de 2013 e 2014, o crescimento do número de turistas em Jundiáí

[...] avançou 19% e atingiu 120 mil turistas de negócios e, na maioria, 339 mil turistas de lazer rural. A pesquisa feita em parceria com faculdades como a UNIP mostrou também que os empregos diretos e indiretos do setor já somaram 32 mil postos (ou 8% da população total). Ao contrário de outros municípios, a atual gestão (2013-2016) priorizou a presença de turismólogos no setor, e isso propiciou novos programas, além de aumentar a interação com as demais instituições e com o Conselho Municipal de Turismo (PREFEITURA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, 2015, n.p).

Atualmente, o município de Jundiáí é reconhecido no Mapa Turístico do Estado de São Paulo como categoria B (ao lado das dez estâncias apontadas na categoria A) como um dos principais municípios de visitas de lazer (ao lado de negócios), Jundiáí possui as rotas turísticas consolidadas como um dos mecanismos de valorização, com áreas rurais, paisagens, adegas, restaurantes campestres, museus do vinho e produtos típicos. E são atrações tanto para turistas quanto para moradores da própria cidade e região nos feriados e nos finais de semana (PREFEITURA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, 2016).

O turismo rural é o principal segmento do turismo no município de Jundiáí,

[...] responsável por quase 70% do fluxo turístico e vem crescendo significativamente. A administração do atual prefeito Luiz Fernando Machado (2017-2020 / 2021-2024) tem trabalhado inclusive para incentivar o setor, investindo em legislação específica. A implantação das rotas aumentou o fluxo de turistas em cerca de 15%, segundo a diretora do Departamento de Turismo da Unidade de Gestão de Agronegócio, Abastecimento e Turismo (UGAAT), Marcela Moro (PLANO MUNICIPAL DE TURISMO JUNDIAÍ, 2019, p. 09).

O município de Jundiáí conta com vários atrativos que podem ser observados no Quadro 1.

Quadro 1. Atrativos Turístico do município de Jundiáí - SP

Atrativos Turísticos	Total
Adegas	22
Museus	10
Parques	7
Fazendas (com estrutura para recepção turística)	5
Sítios Produtivos/Empreendimentos com atividades de turismo rural	86
Total	130

Fonte: Unidade de Gestão Agronegócio, Abastecimento e Turismo - UGAAT, 2019. Organizado pelo autor, 2020.

De acordo com o Quadro 1, ficou evidente que o município de Jundiá possui uma grande variedade de atrativos turísticos, totalizando cento e trinta (130), sendo que deste total, cento e treze (113 – 86,9%) podem ser considerados como atrativos voltados ao turismo rural - Sítios Produtivos/Empreendimentos com atividades de turismo rural, Fazendas (com estrutura para recepção turística) e Adegas -. Além disso, destaca-se a presença dos Museus, num total de dez (10) e, por fim, os parques, contabilizando sete (7) no município.

No ano de 2019, Jundiá recebeu mais de 1 milhão de turistas conforme os dados sistematizados na Tabela 1, na qual, se destaca os segmentos de turismo rural e turismo de negócios. O turismo de negócios registrou 366.805 turistas, enquanto que, o turismo rural alcançou 706.387, conforme levantamento realizado pela Diretoria de Turismo, com base no fluxo turístico identificado na Festa da Uva 2019 (UNIDADE DE GESTÃO AGRONEGÓCIO, ABASTECIMENTO E TURISMO – UGAAT, 2019).

Tabela 1. Fluxo de Turistas em Jundiá – 2013-2019

Segmentos	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Turismo de Negócios	148.892	120.830	130.496	145.372	189.045	195.355	366.805
Turismo Rural	238.422	339.000	401.000	510.000	535.000	592.203	706.387
Total	387.314	459.830	531.496	657.388	724.045	787.558	1.073.192

Fonte: Unidade de Gestão Agronegócio, Abastecimento e Turismo - UGAAT, 2019. Organizado pelo autor, 2020.

Ao observar a Tabela 1, se destaca que entre os anos de 2013 e 2016, quando houve a reestruturação e maiores investimentos no turismo rural do município de Jundiá, percebe-se que o número de turistas desse segmento aumentou gradativamente neste período, alcançando em 2019 - já com as seis (6) rotas turísticas consolidadas - 706.387 visitantes.

Em relação ao turismo de negócios, a Diretora de Turismo expos que esse segmento ainda é considerado muito recente, já que no ramo de atividade das viagens, as pessoas que viajam a trabalho não são consideradas turistas. Entretanto, a atividade vem sendo expandida a cada dia, recebendo um olhar diferenciado dos pesquisadores.

De acordo com o Plano Municipal de Turismo do município de Jundiá

[...] o fluxo de turistas que visita o município, em especial aos finais de semana, vem crescendo de forma significativa. Muitos turistas provenientes da cidade de São Paulo, Grande São Paulo, Campinas, ABC Paulista e Litoral Paulista deslocam-se para Jundiá, predominantemente para as áreas rurais, em busca dos atrativos como adegas tradicionais e o vinho produzido na cidade, compra de frutas direto do produtor e restaurantes diferenciados (PLANO MUNICIPAL DE TURISMO DE JUNDIAÍ, 2019, p. 12).

De acordo com os dados do Ministério do Turismo, em média, um turista de negócios “tem um gasto diário de R\$ 120,00 enquanto que os turistas lazer/rural possuem um gasto de R\$ 70,53. Ainda conforme dados do Ministério do Turismo, o turista de negócios tem permanência média de 3 dias no destino, enquanto o turista de lazer/rural permanece 1 dia” (UNIDADE DE GESTÃO AGRONEGÓCIO, ABASTECIMENTO E TURISMO - UGAAT, 2019, p. 15).

Levando em consideração estas informações, ao observarmos os dados da Tabela 2 é possível projetar que somente em 2019, foram injetados R\$ 181.871.275,11 na economia do município de Jundiá, a partir dos gastos dos turistas que estiveram nessa localidade ao longo do ano.

Tabela 2. Renda Direta Gerada pelo Turismo no município de Jundiá, 2019

Tipo de Turista	Permanência	Gasto médio/dia	Renda Gerada
Turista de Negócios	1.100.445 diárias	R\$ 120,00	R\$ 132.049.800,00
Turista de Lazer/Rural	706.387 diárias	R\$ 70,53	R\$ 49.821.475,11
Total			R\$ 181.871.275,11

Fonte: Unidade de Gestão Agronegócio, Abastecimento e Turismo - UGAAT, 2019. Organizado pelo autor, 2020.

Ao analisar a Tabela 2 percebe-se que o turismo de negócios gerou maiores retornos econômicos para o município de Jundiá no ano de 2019. Para Andrade (1997), as atividades ligadas ao turismo de negócios são preponderantemente urbanas em cidades com características como Jundiá, por exemplo, que são diferenciadas em termos de desenvolvimento econômico, com a presença de indústrias.

Entretanto, o investimento no turismo rural não deve ser deixado de lado, afinal, o município tem condições de investir nesse setor - que também traz um alto retorno de renda – em virtude de possuir um espaço rural multifuncional e marcado por uma rica história, que passa desde a imigração italiana e a produção de uvas e de vinhos.

Para a Diretora de Turismo o turismo rural preserva os valores, costumes e o patrimônio cultural do município:

[...] o turismo rural é uma atividade que promove a valorização e a preservação da história, da gastronomia, das crenças, das festas, aqui em Jundiá e as Rotas Turísticas têm importante papel na preservação e resgate desse legado cultural, utilizando o patrimônio material e imaterial como importante atrativo turístico, contribuem para a valorização das atividades rurais, do cotidiano e as tradições dos imigrantes italianos que se estabeleceram no município, além de aproximar comunidade local e turistas, de forma mais harmoniosa. Nas propriedades rurais, os descendentes trabalham com a história oral e contam um pouco da história da sua família e da tradição desse povo, é muito interessante. Por isso, eu sempre digo que essa cultura sempre esteja fortalecida em Jundiá e claro, fortaleça ainda mais o nosso turismo

rural local (ENTREVISTA REALIZADA COM A DIRETORA DE TURISMO MUNICIPAL DE JUNDIAÍ EM FEVEREIRO DE 2021).

Em relação as motivações para que houvesse a formação das Rotas Turísticas no município, a Diretora de Turismo ressaltou que estão relacionadas ao propósito de:

[...] transformar Jundiaí em um polo reconhecido de turismo, trabalhamos para que houvesse o fortalecimento organizacional e depois pelo reconhecimento de que o turismo não é apenas de negócios, mas sim, era necessário ampliar atrativos turísticos mais qualificados, foi ai que surgiu a ideia das rotas turísticas como forma de valorizar o conteúdo histórico e cultural da nossa cidade que abriga várias propriedades rurais, adegas, fazendas históricas e restaurantes rurais (ENTREVISTA REALIZADA COM A DIRETORA DE TURISMO MUNICIPAL DE JUNDIAÍ EM FEVEREIRO DE 2021).

Além disso, a entrevistada destacou que a iniciativa para implantação das rotas surgiu pela própria Prefeitura Municipal com a cooperação da Unidade de Gestão de Agronegócio, Abastecimento e Turismo (UGAAT) com a Secretaria de Comunicação Social e dos produtores rurais e proprietários de estabelecimentos, que acabaram por “abraçar” essa ideia, já pensando na repercussão positiva, que a formação dessas rotas poderiam proporcionar em suas propriedades ou estabelecimentos, atraindo um maior número de visitantes e resultando em uma melhor divulgação.

Em 2018, na sessão realizada na Câmara Municipal de Jundiaí, foi aprovado projeto de Lei N.º 9.100, que instituiu as rotas turísticas municipais. Legal e constitucional, o texto oficializa em lei as rotas já existentes no município e que trazem retorno à economia e ao turismo locais.

[...] de autoria do vereador Faouz Taha (PSDB), durante a votação, o projeto contou com a explanação da turismóloga e diretora do Departamento de Fomento ao Turismo, Marcela Moro, que informou sobre o atual cenário do turismo na cidade e sua evolução nos últimos anos. Segundo ela, a vocação de turismo rural foi reforçada na cidade, além do turismo de negócios. Sendo assim, foram criadas seis rotas, as quais passam a ter respaldo pela lei do vereador (JORNAL TRIBUNA DE JUNDIAÍ, 2018, n.p).

Com a promulgação da Lei N.º 9.100, de 28 de novembro de 2018, as rotas devem ser mantidas independentemente da alternância de governos e outras novas rotas podem ser criadas de acordo com os critérios técnicos orientados por essa legislação, como sinalização e mobilidade. Essa lei prevê também segurança aqueles que querem investir no turismo local (JORNAL TRIBUNA DE JUNDIAÍ, 2018).

De acordo com a entrevistada a divulgação das Rotas Turísticas ocorre por meio de comerciais da TV TEM – Sorocaba e Jundiaí, nas festas que ocorrem no município como, a Festa da Uva e a Festa Italiana, pelas redes sociais (*facebook e instagram*) dos perfis oficiais das rotas turísticas e dos responsáveis de estabelecimentos ou propriedades rurais que fazem parte das rotas.

Em relação a algum programa, ação ou verba repassada pelo Governo do Estado de São Paulo para investimento no turismo rural do município, a entrevistada ressaltou que:

[...] sim, desde 2016 quando consolidamos a primeira Rota Turística e Jundiá passou a ser reconhecida Estância Turística foi assinado um convênio entre a Prefeitura Municipal e o Governo do Estado em parceria com o DATETUR para que todos os anos possamos receber uma quantia no valor de 600 mil. Esse orçamento é utilizado para investimentos na sinalização das seis rotas, na sua divulgação, modernização dos museus e para atender as demandas dos responsáveis pelos estabelecimentos, restaurantes, fazendas históricas e propriedades rurais das rotas [...] inclusive com essa verba, está em finalização, a criação do memorial do bairro do Caxambú, devido a pedidos dos participantes da rota (ENTREVISTA REALIZADA COM A DIRETORA DE TURISMO MUNICIPAL DE JUNDIAÍ EM FEVEREIRO DE 2021).

Entretanto, mesmo existindo o apoio do Governo Estadual através de verbas que promovam fomento a atividade de turismo rural, foi perceptível, durante a entrevista realizada com a Diretora Municipal de Turismo, que a Prefeitura Municipal, em parceria com instituições públicas e privadas, como o SENAC e o SEBRAE, além das próprias universidades, como a Universidade Paulista (UNIP) e as agências de turismo receptivo, são as que mais se empenham em desenvolver a atividade de turismo rural nessa localidade.

Souza e Klein (2019) ressaltam que, mesmo o governo federal repassando recursos para promover o fomento ao turismo compreendendo os estados, a estrutura para que ocorra o desenvolvimento regional e local do turismo na comunidade é, muitas vezes, fragmentado ou inexistente. “Nesse contexto, agências públicas e privadas, associações comunitárias e de empresários locais assumem cada vez mais um papel efetivo no fomento e desenvolvimento do produto turístico nas comunidades” (SOUZA; KLEIN, 2019, p. 59).

As políticas públicas do turismo, em especial aquelas voltadas especificamente para o turismo rural no Brasil, são muito recentes e, embora tenham representado um avanço em termos de reconhecimento e valorização da atividade por parte das esferas públicas e privadas, ainda apresentam muitas lacunas e desafios a serem superado (SOUZA; KLEIN, 2019).

Em relação aos problemas que o turismo rural trouxe ou agravou nas Rotas ou no município, a Diretora de Turismo ressaltou o intenso fluxo veicular, pois, como o município recebe um grande número de turistas, principalmente aos finais de semana, muitas vezes é possível encontrar congestionamento nas vias que dão acesso as rotas.

Mesmo com esse problema, segundo a entrevistada, “na Pesquisa de Perfil da Demanda Turística de Jundiá que realizamos em 2019, 80% dos entrevistados apontaram que suas expectativas

com relação a Jundiá foram correspondidas e 85% dos entrevistados, ao serem questionados se retornariam à cidade, afirmaram que retornariam” (ENTREVISTA REALIZADA COM A DIRETORA DE TURISMO MUNICIPAL DE JUNDIAÍ EM FEVEREIRO DE 2021).

Na próxima seção é caracterizada a Rota Turística da Uva e os atrativos que podem ser visitados ao longo da rota.

A ROTA TURÍSTICA DA UVA

A Rota Turística da Uva é um circuito turístico no município de Jundiá que percorre belas paisagens e reúne inúmeros pontos de visitação entre sítios produtivos, adegas e restaurantes. Esses locais possuem histórias interessantes relacionadas à cultura da uva na região, além de oferecer algumas opções gastron micas tais como, vinhos, doces, geleias, pães caseiros e massas tipicamente italianas (TURISMO JUNDIAÍ, 20--).

Essa rota possui uma história marcada pela:

[...] imigração italiana e pelo charme das videiras – esta região concentra grande parte da produção de uvas e de vinhos de Jundiá realizada pelos descendentes de italianos que ali se instalaram. As famílias tradicionais italianas trouxeram consigo não somente a vontade de desbravar um novo país, mas também de plantar aqui suas raízes e reconstruir suas tradições. Com isso, a cultura da uva foi quase uma consequência e, com ela, a produção do vinho. Para a gastronomia tradicional compor as atrações da região foi só mais um passo. A Rota da Uva é uma rota de cores, paisagens e sabores indescritíveis (ROTAS TURÍSTICAS JUNDIAÍ, 2016, n.p).

A capacidade histórica desses produtores,

[...] descendentes dos colonizadores italianos do final do século XIX, inspira iniciativas que têm sido muito bem-sucedidas. Entre as estratégias dos viticultores da região está a difusão do agrocom rcio de produtos derivados da uva (vinho, doces, geleias, etc) e do turismo rural. No agrocom rcio, destaca-se o vinho artesanal, que é vendido dentro das propriedades rurais, agregando um caráter de produto t pico do campo e enfatizando a tradição e os costumes italianos (SILVA; MENDES, 2005, p. 14.584).

De acordo com o IBGE (2010), a população de Jundiá é composta por 75% de descendentes de italianos, formando uma das maiores col nias no Brasil. Há décadas são comemoradas/representadas as festas da comunidade como a Festa da Uva e a Festa da Colônia Italiana. Atualmente (2022) está col nia italiana pode ser revisitada por meio das rotas turísticas, principalmente por meio da Rota Turística da Uva, através das inúmeras adegas artesanais ainda existentes, propriedades rurais com cultivo de frutas, principalmente da uva, e da produção do vinho ao longo da rota (RIBEIRO, 2019).

A Rota Turística da Uva está situada no setor norte do município de Jundiáí, sendo este setor conhecido como “região do Caxambú” que incluiu os bairros Jundiáí-Mirim, Caxambú, Toca, Roseira e Colônia. Esses bairros, mesmo sendo apontados como rurais, apresentam um alto grau de urbanização e de estabelecimentos no setor de serviços, o que contribui ainda mais para o desenvolvimento do turismo. Os produtores rurais situados nesses bairros têm diversificado suas atividades econômicas para enfrentarem um novo cenário econômico (SILVA; MENDES, 2005).

De acordo com Junqueira Filho (2008), observa-se que em Jundiáí

[...] ao se perguntar sobre o vinho local, devido a denominação “Terra da Uva e do Vinho”, haverá possivelmente a resposta “Você já foi na região do Caxambú? Lá as adegas de italianos fazem vinho”. De forma generalizada, constata-se o reconhecimento de que a “região do Caxambú” é caracterizada, dentre outras formas, pelo ambiente rural, por suas adegas e produção de vinho; o que lhe confere identidade própria e distinta dos demais bairros da cidade (JUNQUEIRA FILHO, 2008, p. 31).

A Rota Turística da Uva foi a primeira a ser implantada oficialmente no município em janeiro de 2016. Em maio de 2015 um encontro foi realizado em que, foram reunidos quarenta (40) produtores rurais, responsáveis por estabelecimentos (restaurantes rurais, quiosques, etc.) e autoridades públicas, para que se realizasse os passos necessários para a implantação da primeira rota (Rota da Uva) das seis rotas turísticas que já eram previstas para Jundiáí que visavam valorizar a memória e a identidade de suas comunidades nas diversas atividades que recebem visitantes (PREFEITURA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, 2015).

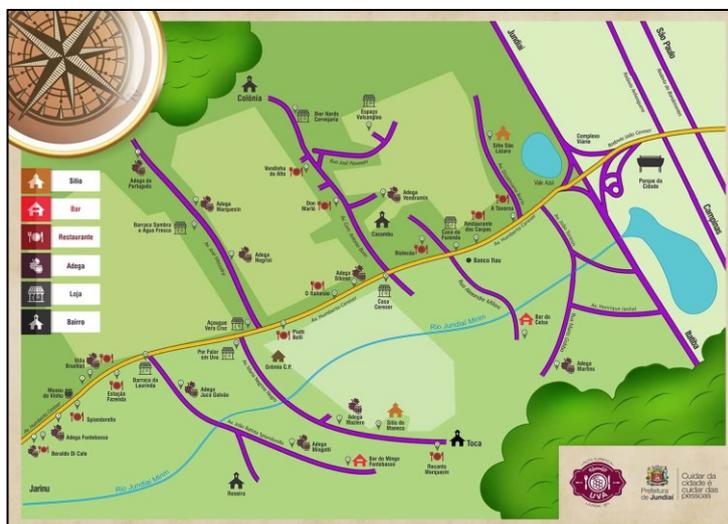
No mês de novembro de 2015 foi apresentado o primeiro mapa do projeto de Rotas Turísticas de Jundiáí, que teve sua entrega oficial aos empreendimentos que se organizaram na Rota Turística da Uva. O material orienta o portal eletrônico do roteiro, além de poder ser encontrado no Centro de Informações Turísticas (CIT) do município (PREFEITURA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, 2015).

Na Figura 4 é possível observar o mapa da Rota Turística da Uva de maneira detalhada. Esse material é essencial para orientar os visitantes que vão até o município de Jundiáí e buscam realizar um *tour* nos pontos turísticos ao longo da rota. Entre os atrativos destacam-se principalmente as adegas e os restaurantes rurais.

Além do mapa, os representantes também foram contemplados com *folders* - que detalham informações sobre a rota – e que são entregues aos visitantes que vão até os empreendimentos. A UGAAT também realiza a distribuição desses *folders* na rede hoteleira do município, com o objetivo

de divulgar e atrair um maior número de visitantes nos estabelecimentos e propriedades rurais situados nesta rota.

Figura 4. Trajeto da Rota Turística da Uva



Fonte: Prefeitura Municipal de Jundiá – Rotas Turísticas, 2015.

Para conhecer o roteiro, o visitante pode ir por conta própria ou realizar um *tour* guiado pelas empresas de turismo do município. Cabe destacar a empresa Mania de Jundiá que realiza o passeio com um ônibus modelo *retrô* de 1978 da empresa São João Turismo. Desde o ano de 2018, nos finais de semana em que é realizada a Festa da Uva no município, essa empresa utiliza o ônibus para levar os visitantes (passagem de R\$ 35,00 por pessoa) que vão até Jundiá nos pontos do roteiro (propriedades rurais, adegas, restaurantes rurais, barracas de frutas, etc.), tendo saída do Parque Comendador Antônio Carbonari - Parque da Uva (PREFEITURA DE JUNDIAÍ, 2018).

A Rota da Uva é composta por **12 adegas, 15 restaurantes rurais e 8 locais especiais** (Quadro 2) com informações constantes no verso do mapa, que apresenta, de maneira clara, os acessos para quem chega da área urbana ou de outros municípios para os bairros que fazem parte da rota.

Quadro 2. Estabelecimentos que fazem parte da Rota Turística da Uva

ESTABELECIDAMENTOS QUE FAZEM PARTE DA ROTA TURÍSTICA DA UVA		
Adegas	Restaurantes	Locais Especiais
Adega Beraldo di Cali	A Taverna	Fazenda Nossa Senhora da Conceição
Adega Brunholi	Restaurante Família Galvão	Barraca Roseira (Frutas)
Adega do Português	Bar do Mingo Fontebasso	Casa Cereser (Loja de Fábrica)
Adega Fontebasso	Bistecão	Casa da Fazenda (Selaria)
Adega Juca Galvão	Don Martê	Espaço Valsanglau (Cachaçaria e Chocolate)
Adega Marquezin	Estação Fazenda	Por Falar em Uva (Frutas de Época)
Adega Martins	Família Brunholi Restaurante	Sítio Maneco (Frutas e Linguíça)
Adega Maziero	O Italianão Bar e Restaurante	Açogue Vera Cruz
Adega Mingotti	Piatti Belli	-----
Adega Negrini	Recanto Marquezin	-----
Adega Sibinel	Restaurante Beraldo di Cale	-----
Adega Vendramin	Restaurantes Carpas	-----
-----	Restaurante Spiandorello	-----
-----	Restaurante Família Fontebasso	-----
-----	Restaurante Vendinha do Alto	-----

Fonte: Prefeitura Municipal de Jundiá, 2015 – Rotas Turísticas. Organizado pelo autor, 2020.

De acordo com o Jornal “Tribuna de Jundiá” (2018), “semanalmente, cerca de 9 mil pessoas fazem a Rota Turística da Uva, principalmente paulistanos fugindo da correria e estresse da capital e buscando o contato com a natureza e tranquilidade” (JORNAL TRIBUNA DE JUNDIAÍ, 2018, n.p).

Para Kageyama (2008), na atualidade, no meio rural

[...] de praticamente todos os países, há uma grande diversidade de ocupações, serviços e atividades produtivas (residência, paisagem, esportes e lazer), maior interação com o entorno urbano e uma revalorização do rural (pelo turismo, artesanato, etc.) que podem inverter o movimento de uma fração da população em direção às áreas rurais (KAGEYAMA, 2008, p. 12).

O espaço rural passa a ser visto como sinônimo de natureza, tranquilidade, ar puro, alimentos saudáveis, entre outros aspectos, que simbolizam uma melhor qualidade de vida. Nesse contexto, de acordo com Biazzo (2008, p. 28), “nas últimas décadas tem se destacado uma nova percepção do campo, relativo a um modo de vida alternativo e ambientalmente sustentável, correspondente a um resgate da natureza pelos habitantes da cidade que se dirigem ao campo”.

Deste modo, percebe-se que a Rota Turística da Uva apresenta especificidades que, se bem conduzidas e administradas, serão capazes de promover um desenvolvimento integrado e participativo. Entretanto, se faz importante o papel do poder público neste meio cada vez mais valorizado, oferecendo suporte técnico e logístico, além de investir na divulgação de propriedades rurais e empreendimentos situados ao longo da rota, realizando um resgate histórico do lugar como

forma de valorização cultural e da vivência da população, resultando assim, no desenvolvimento local e no bem-estar tanto dos participantes da rota, quanto dos visitantes.

A Diretora de Turismo Municipal destacou a importância da Rota Turística da Uva para fortalecer o turismo rural no município,

[...] então, aqui destaco não só a Rota da Uva, mas destaco as seis rotas como um todo, o turismo rural é um importante agente na geração de emprego e renda e, é essa visão com a qual tratamos o turismo aqui em Jundiaí, como um setor estratégico para impulsionar a economia e oferecer oportunidades para as pessoas. Esse setor movimentava mais de R\$ 160 milhões por ano aqui no município, recebemos por ano visitantes de 150 cidades, de 16 estados e 14 países. São pessoas que chegam atraídas pelo clima da roça e que ajudam a movimentar o setor. Tudo isto, é uma forma de valorização das atividades rurais, como as adegas, restaurantes e produtos artesanais, além de proporcionar a conservação do cinturão verde da cidade (ENTREVISTA REALIZADA COM A DIRETORA DE TURISMO MUNICIPAL DE JUNDIAÍ EM FEVEREIRO DE 2021).

A Diretora de Turismo Municipal ainda reforça que, “a equipe trabalha em quatro frentes. Articulação institucional, gestão técnica e planejamento turístico, desenvolvimento de novos produtos e rotas, e promoção e comunicação” (ENTREVISTA REALIZADA COM A DIRETORA DE TURISMO MUNICIPAL DE JUNDIAÍ EM FEVEREIRO DE 2021).

Portanto, por todas estas características tão peculiares, as Rotas Turísticas de Jundiaí, em particular a Rota Turística da Uva, possuem como característica uma linda comunidade ítalo-brasileira, sua gastronomia, seu saber-fazer, seu dia-a-dia, seu idioma e toda a sua tradição de mais de 100 anos de história, resultando para que o turismo rural no município seja ainda mais fortalecido, satisfazendo tanto aqueles que ofertam a atividade, quanto aqueles que recebem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No espaço rural, em muitos municípios do interior do país, as atividades agropecuárias ainda são predominantes e exercem um papel importante na economia local. Entretanto, em algumas áreas, sobretudo naquelas mais próximas aos grandes centros urbanos (como Jundiaí, por exemplo) e com população com maior poder aquisitivo, também são desenvolvidas muitas atividades não-agrícolas no espaço rural, como por exemplo, as atividades voltadas para o turismo rural.

O turismo rural é visto como uma boa alternativa para os produtores rurais que pretendem diversificar sua renda, como também, pelos visitantes que podem satisfazer suas necessidades de entrar em contato com a natureza, descansar, conhecer costumes e tradições típicas de cada local.

Essa é a situação das grandes cidades do Brasil, principalmente as que se situam mais próximas das Regiões Metropolitanas de São Paulo e de Campinas, como é o caso de Jundiáí, devido ao acesso privilegiado às principais vias de circulação: Rodovia Anhanguera e Rodovia dos Bandeirantes e possuindo Rotas Turísticas com diversas atrações em meio rural, acaba por atrair a população desses grandes centros urbanos que podem satisfazer suas necessidades de entrar em contato com a natureza, almoçar em meio ao ambiente do campo, descansar e adquirir produtos de origem arsenal.

No município de Jundiáí, nota-se que a Prefeitura Municipal tem trabalhado para garantir a posição do município como referência em turismo rural - através da criação de Rotas Turísticas - e estimulando os demais segmentos (ecoturismo, turismo cultural, turismo gastronômico, entre outros) com qualidade e diversidade de infraestrutura, atrativos e produtos capazes de ampliar a competitividade dentro dos padrões internacionais, resultando assim, no aumento do fluxo turístico nas propriedades rurais e empreendimentos voltados para essas modalidades turísticas no município, por meio da valorização da cultura, tradições, patrimônio histórico, natural e rural, contribuindo assim, na reprodução social e permanência dos produtores rurais no campo.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, S. F. da S. **Rotas Turísticas e Sistemas de Recomendação no Norte de Portugal: uma análise do perfil do visitante**. 2017. f. 160. Dissertação (Mestrado em Gestão de Turismo), Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto – ISCAP.

BAIDAL, J. A. I. Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofias y realidades. **Estudios territoriales**, Buenos Aires, n. 23, p. 59-88, enero-junio, 2000.

BEGNINI, R. de S. B. **O turismo rural como estratégia de desenvolvimento local no município de Rio Preto da Eva – AM**. 2010, 141 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional), Universidade Federal do Amazonas – UFAM.

BIAZZO, P. P. **Campo e Rural, Cidade e Urbano: Distinções necessárias para uma perspectiva crítica em geografia agrária.** 4º Encontro nacional de grupos de pesquisa - ENGRUP, São Paulo, p. 132-150, 2008.

BRASIL, **Ministério do Turismo.** Disponível em <http://antigo.turismo.gov.br/publicacoes/item/31-habitos-de-consumo-do-turismo-brasileiro.2009.html> Acesso em: 08.jun.2021.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Destinos Referência em Segmentos Turísticos.** Instituto Casa Brasil, MTur, 2010.

CANDIOTTO, L. Z. P. **Turismo rural na agricultura familiar: uma abordagem geográfica do Circuito Italiano de turismo rural (CITUR), município de Colombo – PR.** 2007. 439 f. Tese (Doutorado em Geografia), Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.

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

GOERCK, G. U. Turismo rural na agricultura familiar: análise dos subsídios repassados aos agricultores pelas entidades ligadas à área rural em Santa Cruz do Sul. **ÁGORA (UNISC. ONLINE)**, v. 19, p. 75, 2017.

IBGE – **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística** - Disponível em <http://cidades.ibge.gov.br/painel/populacao> Acesso em: 17.fev.2022.

IBGE – **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística** - Disponível em <http://cidades.ibge.gov.br/painel/economia> Acesso em: 17.fev.2022.

JORNAL TRIBUNA DE JUNDIAÍ, 2018. Disponível em <https://tribunadejundiai.com.br/noticias/mais/turismo/5200-projeto-que-oficializa-as-rotas-turisticas-de-jundiai-e-aprovado> Acesso em: 18.jan.2021.

JORNAL TRIBUNA DE JUNDIAÍ, 2018. Disponível em <https://tribunadejundiai.com.br/noticias/mais/turismo/4717-rota-da-uva-cerca-de-9-mil-pessoas-visitam-rota-turistica-semanalmente> Acesso em: 10.dez.2020.

JUNQUEIRA FILHO, F. A regionalidade e o desenvolvimento empresarial: o caso do APL vinícola de Jundiaí – SP. **Revista de Ciências Gerenciais**, v. XXI, n. 14, p. 23-38, 2008.

KAGEYAMA, A. **Desenvolvimento rural: conceitos e aplicação ao caso brasileiro.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

MAIA, E. M. M. Turismo rural na agricultura familiar: um estudo de caso no assentamento Tijuca Boa Vista em Quixadá (CE). **Caderno Virtual de Turismo (UFRJ)**, v. 15, p. 01-19, 2015.

MOLETTA, V. F. **Turismo rural.** 3ª ed. – Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2002.

OLIVEIRA, C. G. de S. **Viabilidade e sustentabilidade do turismo rural. Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (SESCOOP)**, Brasília, 2002.

OLIVEIRA, F. T.; SILVA, I. C.; TELLO, J. C. R.; SOUZA, R. P. O turismo rural no município de Rio Preto da Eva (AM): reflexões e perspectivas. **Caderno Virtual de Turismo (UFRJ)**, v. 10, p. 13-21, 2010.

PANORAMA EMPRESARIAL DO TURISMO RURAL BRASILEIRO, 2010. Disponível em <http://www.institutobrasilrural.org.br/download/20120219112607.pdf> Acesso em: 15.fev.2022

PIMENTEL, G. G. de A. Lazer e natureza no turismo rural. In: MARINHO, Alcyane; BRUHNS, Heloísa Turini (Org.). **Turismo, lazer e natureza**. Barueri: Manole, p. 131-156, 2003.

PLANO MUNICIPAL DE TURISMO JUNDIAÍ, 2019. Disponível em <https://turismo.jundiai.sp.gov.br/wp-content/uploads/2020/11/Plano-Municipal-de-Turismo-de-Jundiai-Versao-Final-2019.pdf> Acesso em: 05.jul.2020.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Agroturismo e desenvolvimento regional**. São Paulo: Hucitec, 1999.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, 2015. Disponível em <https://jundiai.sp.gov.br/noticias/2015/10/02/turismo-apresenta-sua-nova-realidade-em-jundiai/> Acesso em: 03.nov.2020.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, 2015. Disponível em <https://jundiai.sp.gov.br/noticias/2015/07/29/rotas-turisticas-comecam-a-se-tornar-realidade-em-jundiai/> Acesso em: 25.nov.2020.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JUNDIAÍ, 2016. Disponível em <https://jundiai.sp.gov.br/noticias/rotas-turisticas-de-jundiai-oferecem-atracoos-rurais-a-turistas-e-moradores/> Acesso em: 03.nov.2020.

RIVA, G.; BERTOLINI, G. R. F. Perspectiva do Turismo Rural como Alternativa de Renda para Agricultura Familiar: Análise de Trabalhos Científicos. **Desenvolvimento em Questão**, v. 15, p. 197-227, 2017.

RODRIGUES, A. B. (Org.) Turismo rural: práticas e perspectivas. São Paulo: **Contexto**, 2000.

ROTAS TURÍSTICAS JUNDIAÍ. Disponível em <https://rotasturisticas.jundiai.sp.gov.br/uva/historia/> Acesso em: 06.dez.2020.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e Planejamento Sustentável: A proteção do Meio Ambiente**. 11. ed. Campinas, SP: 2004.

SILVA, J. C. L. da; MENDES, A. A. ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS COM BASE EM EMPREENDIMENTOS RURAIS: O CASO DO AGROCOMÉRCIO NA REGIÃO DO BAIRRO CAXAMBÚ NO MUNICÍPIO DE JUNDIAÍ-SP, BRASIL. In: **X Encontro de Geógrafos da América Latina**. Anais do [...]. São Paulo, p. 14574-14588, 2005.

SILVA, N. P. da; FRANCISCO, A. C. de; THOMAZ, M. S. Turismo rural como fonte de renda das propriedades rurais: um estudo de caso numa pousada rural na Região dos Campos Gerais no Estado do Paraná. **Caderno Virtual de Turismo (UFRJ)**, v. 20, p. 22-37, 2010.

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

SOUZA, M. de; KLEIN, A. L. Normativas, regulamentações e políticas públicas para o turismo rural. In: Marcelino de Souza; Tissiane Schmidt Dolci. (Org.). **Turismo rural: fundamentos e reflexões**. 1ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, v. 1, p. 41-60, 2019.

TALAVERA, A. S. O rural como produto turístico: algo de novo brilha sob o sol? In: SERRANO, C.; BRUHNS, H. T.; LUCHIARI, M. T. **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. 2. ed. Campinas: Papirus, 2001.

TULIK, O. **Turismo Rural**. São Paulo: Aleph, 2003.

TURISMO JUNDIAÍ. Disponível em <https://turismo.jundiai.sp.gov.br/atrativos/festa-da-uva> Acesso em: 07.set.2020.

UNIDADE DE GESTÃO AGRONEGÓCIO, ABASTECIMENTO E TURISMO – UGAAT. Jundiaí – Turismo em Números, 2019. Disponível em <https://turismo.jundiai.sp.gov.br/wp-content/uploads/2020/11/Jundiai-Turismo-em-Numeros-2019.pdf> Acesso em 05.jul.2020.

ZIMMERMANN, A. **Turismo rural: um modelo brasileiro**. Florianópolis: Ed. Do Autor, 1996.