

O perfil do turista na cidade de Campos do Jordão (SP), sob a ótica dos lugares de hospitalidade

The **tourist's profile** in Campos do Jordão (SP) city, by the **hospitality places**

BRUNA MENDES * [brunamendes@ifsp.edu.br]

VALÉRIA FEDRIZZI ** [valeria.fedrizzi@ifsp.edu.br]

Resumo | O presente artigo objetivou investigar o perfil do turista que visita a cidade de Campos do Jordão (SP), localizada no estado de São Paulo (Brasil), entendendo este processo essencial para que se consiga manter as características da cidade enquanto um local de hospitalidade, utilizando-se da ótica da teoria das categorias da cidade hospitaleira (Grinover, 2007), sendo estas: acessibilidade, legibilidade e identidade. Para aferir essas categorias utilizou-se dos processos metodológicos, exploratório-descritivos baseado nos dados divulgados pelo Observatório de Turismo da Prefeitura Municipal de Campos do Jordão, bem como pesquisa bibliográfica e observação dos atrativos turísticos do município. Os resultados permitiram algumas interpretações iniciais alarmantes, pois se percebe que a cidade tem trilhado um caminho distante dos pilares da hospitalidade, podendo, no futuro, gerar intensos casos de hostilidade.

Palavras-chave | Perfil do turista, cidade hospitaleira, lugares de hospitalidade, Campos do Jordão (SP), categorias da cidade hospitaleira

Abstract | This article aimed to investigate the tourist profile who visits the Campos do Jordão (SP) city, in São Paulo state (Brazil). Understanding this essential process so that it can keep identifying the characteristics of the city as a place of hospitality, from the perspective of the theory hospitable city categories (Grinover, 2007), which are: accessibility, readability and identity. To assess these categories we used the methodological processes, exploratory and descriptive based on data released by the Observatory of Tourism of the Campos do Jordão, as well as literature and observation of the city's attractions tourist. The results allowed some alarming initial interpretations, because it's clear that the city has come a far way of the pillars of hospitality, and may in the future generate intense cases of hostility.

* **Mestre** em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM), **Pós-Graduada** em Gestão Mercadológica do Turismo e da Hotelaria pela Universidade de São Paulo (USP), **bf Especialista** em Administração Fundação Getúlio Vargas (FGV), **Pós-Graduada** em Docência no Ensino Superior pela Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP), **Graduada** em Turismo pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC), **professora** do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de São Paulo, campus Campos do Jordão.

** **Doutora** em Ciência da Informação pela Universidade de São Paulo (USP), **Mestre** em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM), **Bacharel** em Turismo pelo Centro Universitário Monte Serrat (UNIMONTE), **professora** do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de São Paulo, campus Campos do Jordão.

Keywords | Tourist profile, hospitable city, places of hospitality, Campos do Jordão (SP), categories of hospitable city

1. Introdução

Diversas são as mudanças socioculturais provocadas e/ou reforçadas pelo turismo nos destinos, sendo estes fatores de estudos e preocupação por parte dos estudiosos da área. Tais alterações são ainda mais perceptivas quando a cidade depende, em sua maioria, das atividades turísticas, estando sujeita a um ciclo nem sempre positivo de mudanças, perdendo sua possível identidade, o que, com o passar do tempo, pode afetar a hospitalidade, gerando, em muitos casos, ações de hostilidade.

Em suas primeiras produções, Bulter (1980) já explicava que as áreas turísticas são dinâmicas, envolvendo e mudando de acordo com o tempo. Dentre as diversas razões existentes para tais mudanças, o autor destaca as mudanças de preferências e necessidades dos visitantes, assim como a deterioração gradual do espaço. Para Sorkin (1992 citado por Judd, 2003) estas novas cidades se caracterizam por níveis crescentes de manipulação, vigilância e novas formas de segregação, colocadas a serviço de uma cidade de simulação, uma cidade criada como se fosse um parque temático. Este novo panorama mundial, marcado por conceitos de exclusão e marginalização, implica em “reinventar” a hospitalidade em sua complexidade (Scherer, 1997 citado por Grinover, 2009), fugindo do cenário criado para atender a um turista que vive em constante mutação, buscando novos meios de satisfação de seus desejos, sendo necessário repensar a hospitalidade em sua conceituação principal (de criação de vínculos), ultrapassando a perspectiva comercial, resultando em uma relação na qual o turista recebe a cultura e a diversidade local e não apenas a consome.

Considerando-se estas colocações preliminares,

pode-se verificar nas últimas décadas intensas mudanças na cidade de Campos do Jordão, localizada no estado de São Paulo, distante cerca de 180 km da capital. Desde a sua fundação, em 1874, a cidade já passou por três grandes ciclos de desenvolvimento. O ciclo do ouro ocorreu entre 1703 a 1874, caracterizando-se pela busca de pedras preciosas, sendo que muitos dos aventureiros foram responsáveis pela formação de alguns centros urbanos da futura cidade (Duarte, Barbosa, & Bruna, 2007). Posteriormente, inicia-se o segundo ciclo, denominado Ciclo da Cura, entre os anos de 1874 a 1940, época em que as pessoas buscavam pelo clima ameno da região para a cura da Tuberculose, até então sem tratamento. Em torno de 1930, impulsionados pela intensa quantidade de visitantes que chegavam à localidade, diversas foram às melhorias ocorridas na cidade, principalmente em função de um interesse especial de Adhemar de Barros, então governador do estado e dono de inúmeras propriedades no município (Harmmel, 2011).

Tais alterações possibilitaram aos interessados em conhecer a cidade uma via de acesso mais fácil, aumentando o fluxo de visitantes não-tuberculosos. Para atender a esta nova demanda, segundo Harmmel (2011), explica que em torno de 1939, começam a se instalar na cidade hotéis e clubes, atraindo a atenção de investidores. Com a descoberta do tratamento para a tuberculose, finaliza-se o segundo ciclo, abrindo espaço para o terceiro, denominado Ciclo do Turismo, que contempla o período entre 1940 a 1980, utilizando-se das suas belezas naturais e culturais para atrair visitantes. Atualmente, desde 1981, a cidade estaria no quarto Ciclo, do Meio ambiente, (Mendes & Fedrizzi, 2016) apesar de este não ser uma classi-

ficação unânime dos estudiosos.

Tais ciclos geraram grandes mudanças econômicas, principalmente durante o terceiro ciclo, quando a estrutura hoteleira da cidade começa a ser constituída. Estas alterações geraram certa dependência da atividade turística, o que, numa situação contrária à hospitalidade que se defende hoje, impulsiona a cidade a se modificar constantemente para se atender às demandas dos visitantes. Salienta-se, neste caso, que o turista, assim como a cidade, também vive em constante mutação, fazendo com que as alterações que a cidade deseja realizar para atender à demanda sejam mais predatórias do que valorizadoras. Tal contexto gera preocupações, pois nas últimas décadas vem-se percebendo uma alteração do perfil do turista de Campos do Jordão, sendo esta mais intensa e perceptível nos últimos cinco anos, atingindo um ponto crucial para o seu futuro enquanto cidade turística: ou se mantém o padrão predatório ou, se ainda quiser manter seu reconhecimento como uma cidade hospitaleira, deve-se repensar as decisões sobre o turismo e englobar a preocupação com o estudo e planejamento.

É neste sentido que Grinover (2009) alerta que a hospitalidade, agora, precisa ser compreendida como um modo de garantir a heterogeneidade da cidade e a riqueza de sua sócio-diversidade, que encontra sua forma quase que determinante no espaço social eantropológico. Para tanto, o autor propõe analisar a hospitalidade urbana sob três aspectos: a acessibilidade, a legibilidade e a identidade, aspectos norteadores deste estudo, sob os quais serão analisados os dados do turismo da cidade de Campos do Jordão, sem esquecer de se pontuar sobre os lugares de hospitalidade, hoje tão importantes para o processo de interação social, assim como incorporação do uso hospitaleiro deste lugar, tornando os moradores atores no desenvolvimento turístico e não meros espectadores ou coadjuvantes.

2. Cidade Hospitaleira

A urbe é um espaço urbanizado delimitado, no qual diversas relações são estabelecidas, tornando-se um local de moradia para alguns e um lar para outros. Nesta relação conflituosa, dos atritos vão crescendo as ocupações espaciais, assim como as sociais, gerando meros moradores ou reais cidadãos. Do primeiro, entende-se que ele ocupa apenas o espaço, sem se preocupar com as alterações e sua influência nas mesmas, reclamando das mazelas, sem se responsabilizar por estas. Do segundo, surge a noção de envolvimento, do entendimento que a cidade lhe pertence e como todo bem, deve ser preservado e cuidado, gerando diversos “lugares de hospitalidade”.

Para Baptista (2008) toda cidade é formada por tais lugares, entendendo-os como espaços de urbanidade, de cortesia cívica, de responsabilidade, convidando à entrada do outro, sem esquecer das múltiplas implicações nesta relação: a relação com o lugar e a relação com o outro. Já Grinover (2006) complementa ao enfatizar que território realizado, vivido e sentido, mais que referenciado e circunscrito, engloba os lugares que se singularizam em suas diferenças pelo seu valor de uso, por seu alcance real: os lugares concretos quais sejam — o morar, o estudar, o trabalhar, o divertir-se, o viver saudavelmente, o transitar e o opinar.

Neste sentido, Grinover (2006) aborda que apenas a coexistência de três dimensões pode caracterizar a hospitalidade (ou não) em uma cidade, sendo estes a acessibilidade, a legibilidade e a identidade. Para ele, uma outra dimensão poderá ter sua presença mais marcante do que outra, o que poderia sugerir uma necessidade de adequação, ou seja, um certo equilíbrio entre as categorias de análise da cidade à luz dos princípios e das regras da hospitalidade. É pela análise dessas categorias que nos colocamos à frente dos resultados concretos da ocupação e das ações sobre a cidade, dos moradores e dos hóspedes (turistas, homens de negócios, migrantes, estudantes etc.) no sentido mais

amplo e real da relação entre anfitrião e hóspede, Jordão.
aplicando-se ao cenário da cidade de Campos do

Quadro 1 | Categorias da cidade hospitaleira

DIMENSÃO	DEFINIÇÃO
Acessibilidade	Possibilidade de acesso dos indivíduos (ou grupos sociais), a certas atividades e serviços disponíveis na cidade, proporcionando a igualdade de oportunidade aos usuários urbanos.
Legibilidade	Qualidade visual de uma cidade, examinada por meio de estudos da imagem mental que dela fazem, antes de qualquer outro, os seus habitantes.
Identidade	Formado ao longo do tempo, em constante transição, torna-se símbolo da memória social.

Fonte: Elaboração própria, baseando-se em Grinover (2007).

Na dimensão da acessibilidade, destaca-se que esta pode ser composta por aspectos tangíveis (como o transporte) e por aspectos intangíveis (como a cultura), o que caracterizaria uma qualidade de vida, entendida como “[...] a percepção do indivíduo sobre a sua posição na vida, no contexto da cultura e dos sistemas de valores nos quais ele vive, e em relação a seus objetivos, expectativas, padrões e preocupações” (WhoqolGroup, 1995 p.1405, citado por Seidl & Zannon, 2004, p.585). “Uma boa qualidade de vida, e, portanto, de hospitalidade, é condição para o desenvolvimento urbano e é uma condição estratégica da cidade” (Grinover, 2006, p.38), reconhecendo os direitos de todos em relação às necessidades básicas, como saúde, educação, habitação, trabalho (Benevides, 1998, p.156), como em relação às necessidades complementares, como o lazer e o turismo.

Ainda nesta dimensão, Grinover (2006) destaca a importância da mobilidade, entendida em suas tendências e incidências sobre o ambiente, a morfologia urbana, os modos de vida, acessibilidade aos lugares. A mobilidade urbana refere-se à mobilidade de pessoas tanto quanto de bens e de informação, por isso, estas não podem ser reduzidas aos únicos deslocamentos físicos num espaço ele mesmo reduzido a ruas e a outras infraestruturas de transporte, pois a mesma também carrega uma dimensão cultural que explica as diferenças que podem existir de uma sociedade à outra.

Este contexto cultural também afeta a segunda dimensão, a da legibilidade, na qual busca-se indicar a facilidade com que as partes de uma cidade podem ser reconhecidas e organizadas num modelo coerente, reforçando que a interpretação da cidade também se dá por uma ótica qualitativa. Citando Canevacci (s/a), Grinover (2007) explica que a cidade é o lugar do olhar, sendo esta a razão para que a comunicação visual se torne o seu traço característico. Desta maneira, o olhar significa também o ser olhado, pois as formas ou os modelos culturais que constituem as diferenças se estenderam aos modos de pensar, de sentir e de agir.

Na terceira dimensão, a da identidade, discute-se a utilização do espaço, a apropriação do patrimônio cultural, ocupando os espaços da cidade, dando aos mesmos um uso, revivendo-os. Para Grinover (2007), as cidades, descaracterizadas enquanto singularidades, só poderão adquirir feição própria com um amplo debate que valorize suas experiências, suas histórias e estórias, sua memória, tradições, entre outros contextos. Baptista (2008) explica que a verdadeira riqueza, ou identidade, dos lugares não está nas suas potencialidades materiais, mas sim na forma como são apropriados, percebidos, desfrutados, amados, e, sobretudo, partilhados. Na relação de partilha, as coisas do mundo transformam-se em conteúdos de interação e, dessa maneira, deixam de ser simplesmente coisas, passando a adquirir valor e sentido.

Na junção das três dimensões encontra-se a formação de um espaço hospitaleiro, ou um lugar de hospitalidade, sendo que Grinover (2009) ainda reforça que a prática da hospitalidade na cidade está condicionada pelas infraestruturas presentes e suas normas de utilização, pois o entorno vivido é lugar de trocas, enquanto matriz de um processo de hospitalidade, o que pode ser afetado por diversas atividades, como é o caso do turismo, foco deste estudo.

2.1. Cidade hospitaleira x turismo

Muito se fala (e estuda) sobre os benefícios da atividade turística, especialmente no potencial de geração de emprego e renda. Por outro lado, também são inúmeros os casos de deterioração de patrimônios naturais e culturais em função de atividade turística desordenada, culminando em conflitos entre turistas e anfitriões (Bezerra, 2007). Contudo, olhar apenas sob uma única perspectiva, seja ela positiva ou negativa, é se esquecer da hospitalidade, e que a mesma permeia toda relação, seja ela entre um anfitrião e hóspede, seja ela entre o cidadão e a cidade, devendo-se estudar a interseção destas áreas para o aprofundamento das decisões.

Durante o turismo, as pessoas interagem com os mais diversos públicos, assim, sendo o turista recebido, de alguma forma, pode-se dizer que há uma intrínseca relação entre hospitalidade e turismo. Neste sentido, visando ao bem-estar dos turistas, a hospitalidade passa, então, a ser agregada ao conceito de um turismo inclusivo (Cruz, 2002), pois quando o turista chega a uma cidade é submetido a diversas percepções, situações e processos de informações, sendo estes impostos por uma somatória de elementos tangíveis e intangíveis, que o envolvem e o conduzem a comportamentos hospitaleiros, ou não (Grinover, 2006), entendendo desde o primeiro contato de que uma relação de hospitalidade é estabelecida entre o es-

trangeiro e a cidade.

Esta relação pode se tornar ainda mais profunda quando uma cidade cresceu pela atividade turística e desta depende. Na busca incessante de agradar ao visitante, adaptações são feitas, procurando melhorar a hospitalidade, esquecendo-se, contudo, de que a própria comunidade vive em constante mutação, intensificando as mudanças a cada encontro, a cada evento, a cada troca. Tais mudanças precisam ser consideradas se a cidade quiser ser reconhecida como hospitaleira, mas principalmente, se quiser ter a hospitalidade exercida em seu território de modo a se estabelecer e aprofundar vínculos sociais. É neste sentido que Grinover (2006, p. 31) ressalta que a hospitalidade deve ser vista, antes de tudo, como uma qualidade social, antes mesmo de se tornar uma qualidade individual, o que implica uma organização, um ordenamento de lugares coletivos e suas regras de uso.

Neste contexto, Grinover (2009) alerta que estamos na frente de uma nova questão, já que as transformações do espaço urbano, ocorridas nas últimas décadas, determinaram o questionamento da hospitalidade fundamentada em conceitos que precisam ser revisitados. Tal situação se torna ainda mais complexa quando se examina a hospitalidade no contexto urbano, em uma localidade turística, gerando questionamentos acerca dos caminhos que serão percorridos no futuro desta cidade.

Tais questionamentos tornam-se importantes, pois acreditamos nas falas de Grinover (2009), de que a partir da prática da hospitalidade na cidade, condicionada por normas de utilização de seus equipamentos e infraestrutura, percorre-se uma cadeia de eventos sociais, econômicos e culturais que chegam aos espaços públicos e às novas formas de expansão do tecido urbano e de urbanização, garantindo uma relação harmônica entre moradores, turistas e empresários.

3. Metodologia

A presente pesquisa utilizou-se dos processos metodológicos exploratório-descritivo, buscando investigar o perfil do turista que visita a cidade de Campos do Jordão, localizada no estado de São Paulo (Brasil), entendendo que esta análise afeta a hospitalidade, assim como a relação entre os envolvidos na atividade turística. Para tanto, pautou-se na hospitalidade urbana, sendo esta analisada através da teoria das categorias da cidade hoteleira (Grinover, 2007): acessibilidade, legibilidade e identidade.

A coexistência das três dimensões (acessibilidade, legibilidade e identidade) foi aferida através dos dados divulgados pelo Observatório de Turismo da Prefeitura Municipal de Campos do Jordão. Buscando-se analisar a hospitalidade urbana (pelos seus espaços de hospitalidade), complementou-se com pesquisa bibliográfica, além de observação *in loco* dos atrativos turísticos presentes no município, sendo que tal observação deu-se ao longo de vinte quatro meses de residência fixa no município de Campos do Jordão, utilizando-se inclusive da etnografia urbana, através do acessar o atrativo turístico, caminhar, observar, dialogar com outros turistas e guardar memórias subjetivas do local visitado.

Para a presente pesquisa segundo Magnani (2002), a etnografia urbana, envolve desde as primeiras incursões a campo, a antropologia vem desenvolvendo e colocando em prática diversas estratégias e conceitos, sendo a etnografia uma delas. No caso das cidades, a mobilidade, a segregação de domínios de vida social, a sobreposição e multiplicidade de escalas e níveis organizacionais constituem desafios sérios à própria capacidade etnográfica, o que pode dificultar ou facilitar que o misto de inserção social, observação, levantamento documental e entrevista informal (ou seja, a etnografia em si) possa ocorrer (Cordeiro, 2010). Neste sentido, a etnografia urbana, evidencia-se na procura de olhar para a cidade por uma perspectiva

interna, considerando os interesses e desejos da população local, assim como sua ocupação do espaço.

Os dados coletados pelo Observatório do Turismo foram extraídos de sete fontes, a saber:

- (i) Polícia Militar Rodoviário São Paulo;
- (ii) Portal Receptivo;
- (iii) Centro de Informações Turísticas (CIT);
- (iv) Associação da Hotelaria e Gastronomia (ASSTUR);
- (v) Campos do Jordão e Região Convention Visitor Bureaux;
- (vi) Ministério do Trabalho;
- (vii) Divisão de Transporte (DSV).

Os resultados foram expressos em gráficos utilizando-se de recursos do *Microsoft Office* (Excel), e a figura utilizou o recurso computacional do *Paint*.

4. Resultados

4.1. Acessibilidade

Para a análise da hospitalidade da cidade de Campos do Jordão, em sua primeira categoria, a acessibilidade urbana, buscou-se delimitar o conceito à acessibilidade física da urbe, principalmente em razão dos dados manipulados oferecem informações tangíveis quanto a esse enfoque (os aspectos intangíveis apresentados por Grinover (2007) como complementares no quesito acessibilidade não foi contemplado pelos dados apresentados pelo Observatório).

Analisando-se Campos do Jordão atualmente, considerando-se os dados do IBGE, divulgados em julho de 2015, o setor de serviços corresponde à

mais de 65% do Produto Interno Bruto do Município, contemplando o período entre 2010 a 2013. Pode-se observar que o setor de serviços contribui com um valor adicionado 467.134 a mais que o setor industrial, como também um valor 571.746 superior ao setor agropecuário. Projetando-se em termos percentuais, a contribuição do setor de serviços fica ainda mais claro quando se percebe que sua contribuição ultrapassa os 65% em relação ao Produto Interno Bruto.

Este mesmo cenário pode ser observado quando se avalia a questão da empregabilidade, considerando-se o número de pessoas empregadas por setor entre os anos 2007 a 2013. Analisando-se os dados apresentados, pode-se perceber que o setor de serviços apresenta uma evolução na contratação, já que em 2007, 6.786 trabalhavam no setor, enquanto em 2013 este número atingiu o patamar de 8.129 pessoas. Se compararmos com o setor do comércio, o número variou de 2.258 (em 2007) para 2.820 (2013), sem esquecer que o comércio também usufrui do fluxo turístico da localidade.

Segundo o Portal Vale (2016), a economia de Campos do Jordão baseia-se no turismo, na indústria de confecção de malhas e de chocolate, no artesanato e na exploração da água mineral. Sobre o turismo, o Portal destaca que esta é a maior fonte de renda do município, principalmente pela proximidade com grandes pólos emissores como São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, tornando-se o maior responsável pelo desenvolvimento de Campos do Jordão em seus mais variados setores, fortalecendo a base da economia local.

A mesma ênfase ao mercado do turismo é fornecida pela reportagem do Guia Campos (2016), enfatizando que a atividade turística garante o desenvolvimento do município em seus diversos setores, como o comércio, a indústria, agricultura e outros. Por essa razão, o governo municipal investe cada vez mais no turismo, através de incentivo e promoção de eventos e criação de espaços atrativos. A mesma fonte destaca que a indústria

da cidade ainda se desenvolve de acordo com o turismo, enquanto a indústria hoteleira é considerada uma das melhores, claramente por conta do fluxo intenso de visitantes que a cidade recebe durante todo o ano. Alguns visitantes do Município vão para Campos em épocas de festivais ou algum evento específico, outros somente pelo repouso e qualidade de estadia. Com o progresso turístico local ao longo dos anos, ocorreu um considerável surgimento de inúmeras pequenas indústrias de artesanato. Essas fabricam *souvenirs* e lembranças da cidade para vender aos turistas, além de doces e geléias em conserva. Além disso, a partir da década de 1970, deu-se início à produção de chocolate da mais alta qualidade, grande referencial de Campos do Jordão atualmente. De outro ponto, foi a partir de 1960 que a indústria têxtil encontrou um grande potencial na região do Município, fazendo da malharia mais um polo industrial local (Guia Campos, 2016).

A importância do turismo para a cidade de Campos do Jordão, além do que já foi exposto anteriormente, é atestada pela manutenção do município no Mapa do Turismo. Casemiro (2016) explica que neste ano o Ministério do Turismo restringiu as cidades que continuam a receber verba por meio de programas e emendas parlamentares, sendo que na região cerca de dezoito cidades perderam o status de cidades pertencentes a tal mapa. A jornalista explica que a versão 2016 do mapa identifica as cidades de interesse turístico e aquelas que, de alguma forma, se impactam pelo turismo, como, por exemplo, aquelas que não recebem turistas, mas enviam mão-de-obra ou insumos para cidades vizinhas que são efetivamente turísticas. A análise das cidades vai de A, com maior fluxo de turismo, até e, onde o fluxo e a geração de empregos formais a partir da atividade são menores. Na região, apenas quatro cidades, sendo Ubatuba e São Sebastião no litoral norte, e Aparecida e Campos do Jordão foram classificadas como de maior fluxo turístico.

Segundo a Polícia Militar Rodoviária de São

Paulo, o fluxo turístico no ano de 2014 obteve um total 3533.223 visitantes/ano, e esse número cresceu 6,9% no ano de 2015, sendo que os meses mais expressivos foram: maio, junho, julho e agosto (Figura 1). A elevação na curva deve-se nesses meses principalmente com a chegada do inverno, um dos atrativos da cidade serrana de Campos do Jordão, conhecida no *trade* turístico com a 'Suíça Brasi-

leira', termo usado, como explica Siqueira (2009, p. 44), pois "a cidade é associada aos signos de luxo e exclusividade". Ainda, destaca-se na arquitetura a constante preocupação dos agentes privados e do poder público, da construção da imagem de estação de inverno, com elementos arquitetônicos que remetam a idéia de estilo arquitetônico alpino e germânico. (Silva, 2004, p. 137).

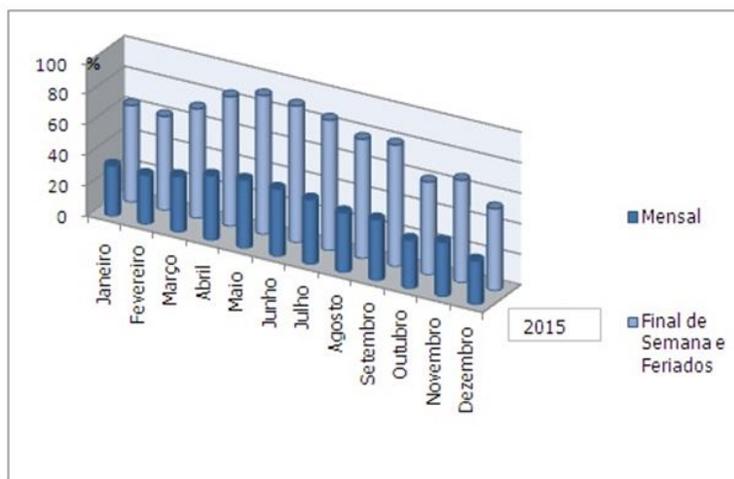


Figura 1 | Meio de Transporte utilizados 2015
Fonte: Associação da Hotelaria e gastronomia (ASSTUR, 2016)

A taxa de permanência desses visitantes varia entre dois a três dias, sendo tal situação provocada, em sua maioria, pelos finais de semana prolongados, além dos feriados nacionais. Esta oscilação gera alguns reflexos negativos na cidade, já que durante a semana vive em certa calma e sem trânsito, enquanto aos finais de semana e feriados, com a intensificação do fluxo turístico, passa a conviver com o trânsito, aspecto potencializado por se ter uma única avenida que corta a cidade, denominada Avenida Doutor Januario Miraglia (situação agravada pelo fato dos demais bairros da cidade não terem sido planejados, e sim ocupados com ênfase a partir da década de 1980, impedindo

a circulação por caminhos alternativos).

Além da limitação quanto ao acesso e mobilidade na cidade (tanto pelos turistas quanto pelos moradores), o regresso para os núcleos emissores, também se dificulta devido a Rodovia de acesso à cidade – Rodovia Floriano Rodrigues Piniheiro, no trecho de descida da serra, possuir apenas uma única faixa de rodovia, causando congestionamento rodoviário. Essa situação agrava-se, pois as chegadas à cidade têm como principal meio de transporte os veículos de passeio, seguido dos ônibus de turismo, e avião, bicicleta, moto e outros (Figura 2).

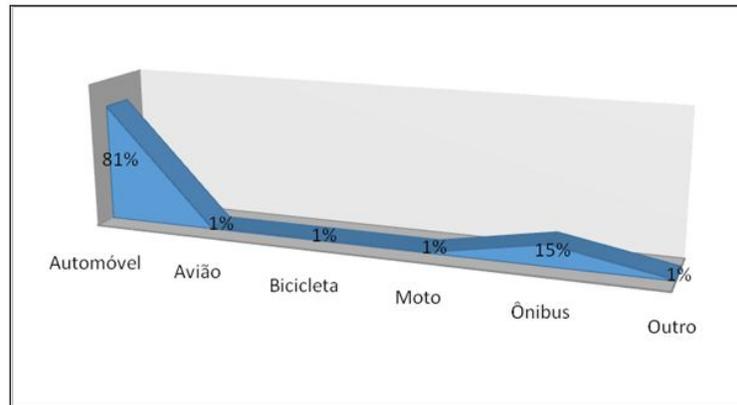


Figura 2 | Meio de Transporte utilizados 2015
Fonte: Centro de Informações Turísticas (CIT, 2016)

Na categoria acessibilidade física, ainda observou-se o perfil do visitante, quanto ao seu estado de origem (Figura 3), o total de entrevistados foi de 1846 turistas, sendo que o estado, com maior frequência de visitantes foi o estado de São Paulo (66%), em função da localização da cidade de Campos do Jordão. Nesse contexto as cidades do estado de São Paulo que mais influenciam esse

resultado são: São Paulo (capital) 38%, seguidas de São José dos Campos e Santos 3%. As demais cidades há saber: Barueri, Bauru, Bragança Paulista, Campinas, Caraguatatuba, Cotia, Guaratinguetá, Guarulhos, Indaiatuba, Jacareí, Osasco, Ribeirão Preto, Santo Andre, São Bernardo do Campo, São José do Rio Preto, São Sebastião, Sorocaba e Taubaté.

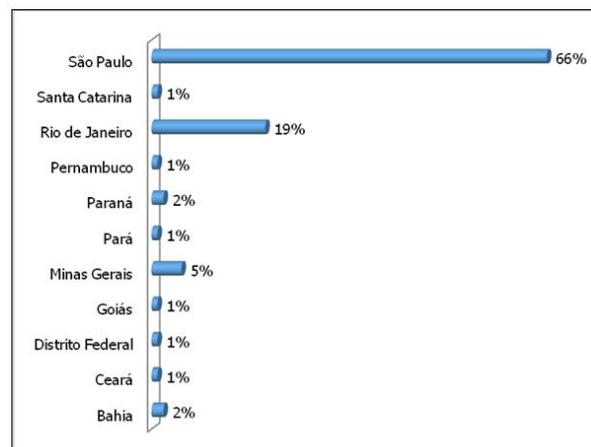


Figura 3 | Estado brasileiro emissor
Fonte: Centro de Informações Turísticas (CIT, 2016)

Outro destaque estadual é dado ao Rio de Janeiro, novamente influenciado pela localização da cidade de Campos do Jordão, como também é o caso de Minas Gerais (distantes cerca de 334 km, no caso do primeiro, e de 600 km no se-

gundo caso). Complementando-se a análise, dá-se destaque aos estados nordestinos como Pernambuco, Ceará e Bahia, sendo estes impulsionados pelo turismo à cidade próxima denominada Aparecida, aproveitando-se para passar o dia em Cam-

pos do Jordão, porém retornando ao seu destino principal ao término do dia.

4.2. Legibilidade

A segunda categoria da dimensão hoteleira da cidade de Campos do Jordão norteou-se para analisar a imagem mental, do tipo de motivação que despertou o interesse do turista em visitá-la.

A Figura 4, demonstra que 94% dos visitantes foram atraídos pela imagem idealizada da possibilidade da prática de lazer na cidade de Campos do Jordão. Outro dado a despertar a atenção foi o aumento do denominado “turista de um dia”, um tipo de turismo nem sempre positivo para os municípios, pois em alguns casos as ações resultantes da prática são predatórias, além da não utilização de serviços do turismo como meios de hospedagem, restaurantes, passeios de trem, entre outros.

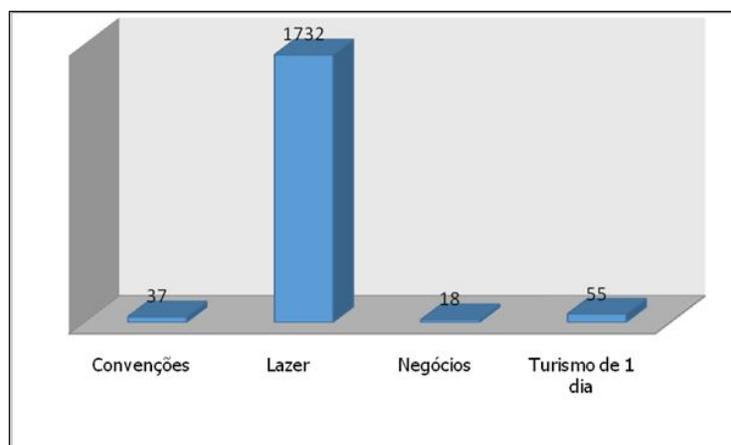


Figura 4 | Motivo da Viagem
Fonte: Centro de Informações Turísticas (CIT, 2016)

É interessante destacar a existência cadastrada de muitos meios de hospedagem na cidade de Campos do Jordão segundo o Observatório de Turismo:

- i) Empreendimentos Hoteleiros: 58 hotéis totalizando 5.321 leitos, destes 27 empreendimentos no bairro do Capivari;
- ii) Pousadas: 152 empreendimentos, totalizando 6.297 leitos com concentração geográfica no bairro do Capivari (48%);
- iii) Colônias de Férias: 10 colônias, totalizando 1.602 leitos e 31% dessas no bairro do Capivari;
- iv) Flats/Chalés/Resorts: 6 empreendimentos, totalizando 638 leitos e os bairros de

concentração são os bairros do Capivari e Alto do Capivari (33%).

A somatória de leitos cadastrados na cidade de Campos do Jordão há saber são 13.858 leitos, e a média anual de ocupação é de 37,50%, sendo que essa média aumenta para 73,94% nos fins de semana e feriados (Asstur (2016)). Tal taxa de ocupação gera intensas preocupações da cidade, principalmente com o crescimento do “turismo de 01 dia”, como a pesquisa demonstrou.

Os ônibus de turismo em 2015, destinados ao “turismo de 1 dia” totalizaram 4.617 (Portal Receptivo, 2016). com um ticket médio de R\$ 150,00 por turista. O ápice deu-se no mês de julho com 774 turistas de 1 dia na cidade, o que provoca transtornos quanto à acessibilidade (como comen-

tado anteriormente), além do não envolvimento de todo o *trade* turístico. Sabe-se da inexistência da utilização de meios de hospedagem por esse público, assim como de diversos estabelecimentos gastronômicos, restringindo-se aos que oferecem o sistema *self-service*. Assim como apontado no quesito hospedagem, preocupa-se diante da limitação da procura gastronômica, já que a cidade totaliza 7.712 assentos gastronômicos, divididos em: 116 restaurantes, 86 lanchonetes e 11 pizzarias (Prefeitura Municipal de Campos do Jordão, 2016).

A localização dos estabelecimentos gastronômicos se dá por todos os bairros da cidade, porém a concentração ocorre nos bairros da cidade com perfil voltado para a atividade turística: Capivari, Alto do Capivari, Morro do Elefante, Recanto Feliz, Vila Inglesa e Manancial - com 59% dos restaurantes da cidade (67 restaurantes), 27 lanchonetes e 3 pizzarias, somatória de 97 estabelecimentos gastronômicos.

Com ênfase na hospitalidade e restauração, a categoria legibilidade, quanto à qualidade visual, demonstra que os restaurantes do centrinho turístico, na região do Capivari, são estabelecimentos

tradicionais alguns com serviço *à la carte*, outros com sistema de rodízio e *Buffet* com cobranças variadas por pessoa ou quilo. Quanto à arquitetura alguns restaurantes, lojas e residências contam com telhados no estilo alpino ou arquitetura suíça, inspirado em países europeus de clima frio, tendo telhados cônicos e íngreme, paredes de alvenaria mista de tijolos e pedra¹ e predomínio de muito madeira.

4.3. Identidade

A última dimensão interpretativa da cidade hospitaleira guisa um relato, do intervalo de tempo de 2014 e 2016, sob a subjetividade das autoras, estando esta dimensão sempre em constante mutação.

O quadro 2, demonstra os atrativos turísticos listados, segundo o Observatório de Turismo de Campos do Jordão, porém sentiu-se a falta, de alguns atrativos da cidade, relacionados principalmente com a vida e identidade do Jordanense (genílico dos moradores de Campos do Jordão).

¹<http://boulevardgeneve.com.br/blog/arquitetura-de-campos-jordao-2/>. Acedido em 18 de outubro de 2016.

Tabela 2 | Atrativos turísticos de Campos do Jordão

ATRATIVO	CAP. MAX.	TIPO DE PROP.
Amantikir - Jardins que Falam	1.000	Propriedade Particular
Auditório Cláudio Santoro	814	Local público com administração privada
Avenida no Rancho	600	Propriedade Particular
Borboletário Flores que Voam	400	Propriedade Particular
Bosque do Silêncio	200	Propriedade Particular
Casa da Xilogravura	100	Propriedade Particular
Casa do Artesão	100	Local do Estado com administração Associação
Centro de Lazer Tarundú	1.500	Propriedade Particular
Ducha de Prata	2.000	Propriedade Particular
Estrada de Ferro Campos do Jordão	700	Serviço público do Estado
Cervejaria Baden Baden	500	Propriedade Particular
Fábrica de Chocolates Aracária	700	Propriedade Particular
Fábrica de Chocolates Cacau Show	2.000	Propriedade Particular
Fazenda Lenz	150	Propriedade Particular
Hípica Golf		Propriedade Particular
Jardineiras Trenzinhas da Alegria	70	Local público com administração privada
Mini Golf	60	Propriedade Particular
Monro de Elefante	6.000	Local público com administração privada
Monstro São João		
Museu Felícia Leimer	400	Local público com administração privada
Palácio da Boa Vista		Local público com administração privada
Parque da Floresta Encantada	100	Propriedade Particular
Parque das Cerejeiras		
Parque Estadual Horto Florestal	2.000	Pública do Estado com administração pela Sec. Do Estado (Pund. Florestal)
Passoies de Charretes	220	Local público com administração privada
Quad Mania	500	Propriedade Particular
Quadrículos Pass. Na Natureza	300	Propriedade Particular
Rancho SB		
Teleférico	2.500	Propriedade do Estado
Território Trilha	100	Propriedade Particular
Terrão Kids	100	Propriedade Particular
Truicultura Cachoeirinha	130	Propriedade Particular
Vila do Artesanato	1.500	Local do Estado com administração Associação
Vista Chinesa		Local público
Cervejaria Caras de Malhe	120	Propriedade Particular

Fonte: Observatório de Turismo (2016).

Nota-se a ausência de alguns importantes atrativos existentes na cidade, que fazem parte da identidade jordanense, também se observa que o tipo de propriedade, dos atrativos listados é em sua maioria do tipo propriedade particular. Outros atrativos turísticos:

- i) Igreja Santa Terezinha;
- ii) Portal da cidade;
- iii) Mercado municipal;
- iv) Gruta dos Crioulos;
- v) Praça do Gazebo;
- vi) Pico do Imbira;
- vii) Ginásio Poliesportivo;
- viii) Igreja do Jaguaribe;
- ix) Parque das Cerejeiras.

Percebe-se o direcionamento do poder público e privado, direcionando a identidade da cidade, para atender os turistas, sendo o turismo uma das principais fontes de renda o município. Nesse sentido, a identidade da cidade passa pelo processo

de hospitalidade teatralizada no turismo receptivo, termo já empregado por Camargo (2006, p. 17).

A identidade dos atrativos turísticos de Campos do Jordão, muitas vezes, é capaz de criar experiências de “homogeneidade cultural²”, sendo os caminhos diferentes, os lugares de hospitalidade, algumas vezes, sendo suprimidos, sufocando a polivalência cultural. Segundo Canclini (2009, p 238), “estamos numa época em que cresce a aceitação da multiculturalidade na educação e nos direitos políticos, mas estreita-se a diversidade na indústria cultural”.

Em pesquisa realizada por Mendes, Panza e Neves (2016), analisou-se a formação identitária de Campos do Jordão, onde se destacou o conflito e tensões causados pela atividade turística na cidade. Alguns atrativos foram destacados nessa pesquisa, “[...] o bondinho é mais utilizados pelos turistas, embora faça parte da paisagem do Bairro da Abernêssia [...]”, o bondinho faz parte do conjunto arquitetônico – Estação de trem, e o bairro citado fica localizado fora do contexto turístico da cidade.

“[...] o Horto Florestal foi citado [...] como fazendo parte das ‘velhas’ identidades, [...] o Mer-

²Bauman (1999).

cado Municipal, ponto de encontro e principal local de comércio, que com a chegada dos supermercados é mais frequentado para aquisição de hortifrúti [...]” (Mendes, Panza & Neves 2016). Outro atrativo elencado, na pesquisa foi a Vista Chinesa, porém essa fica fora dos perímetros urbanos da cidade.

O processo, de constante observação do fluxo turístico de Campos do Jordão, permitiu algumas explicações acerca de alguns atrativos turísticos da cidade. O Portal, localizado na entrada do município é um local de grande atratividade turística, percebe-se que nos finais de semana, muitos automóveis de passeio e motos, ficam estacionados, para que seus passageiros possam tirar fotos desse cartão postal.

O parque da Cerejeira abriga grande quantidade dessa espécie de árvore, originária do Japão, a colônia japonesa jordanense é extensa, todos os anos no período das flores (agosto), ocorre a festa japonesa, da Cerejeira em Flor. Essa festa já foi incorporada na identidade da cidade, pois grande parte do público é composto por moradores. São atrativos da festa, grupos folclóricos e uma grande variedade de comidas típicas japonesas.

O ginásio poliesportivo municipal é utilizado para atividades esportivas, e outras finalidades entre elas, ações sociais promovidas pelo poder público, e ações particulares, como: espaço para festas e feiras. Atualmente o espaço passou por reformas para melhor atender esses propósitos. O local constantemente abriga grandes eventos principalmente voltados para o turismo de aventura.

A Estrada de Ferro, como atrativo estende-se desde o Portal, até o bairro do Capivari (paralelamente a estrada existe ciclovia e calçamento) diariamente percebem-se moradores e turistas utilizando esse trajeto como um espaço de hospitalidade, para prática de caminhada, ciclismo e corrida. Esse trecho encontra-se em reforma e revitalização, porém uma das identidades paisagísticas é a presença do Plátanos.

E finalmente, um dos diversos souvenirs ad-

quiridos pelos turistas, para presentear ou mesmo levar de lembrança da cidade – são os chocolates e as cervejas, destaca-se a cerveja Baden Baden, que conta com um restaurante no Capivari, onde em feriados a fila de espera pode ser longa. Essa relação fundamenta-se com os atrativos turísticos, fábricas de chocolate, lojas de chocolate e cervejarias.

5. Conclusão

Os dados apresentados e analisados destacam que a cidade de Campos do Jordão vem recebendo um público diferente ao que se costumava receber no passado. Percebe-se na cidade um grande número de segundas residências, assim como o crescimento dos números de excursão que passam um dia apenas na cidade. Esta situação, com o tempo, pode provocar ações de hostilidade, sendo já perceptível na fala do jordanense um distanciamento em relação aos espaços ocupados pelos turistas.

Isso gera preocupações, pois a cidade deixa de ser ocupada pelos seus moradores, que com o tempo, vão abrindo mão dos lugares de hospitalidade, permitindo a ampliação de espaços criados e projetados para serem “hospitais”, mas sem a sua relação com a criação e estabelecimento de um vínculo, aspectos essenciais para a manutenção social.

A hospitalidade como rito de apaziguamento, para a manutenção da harmonia entre as três dimensões da cidade hospitalidade, tende ao desgaste, pois os moradores repetidamente não identificam seus atrativos turísticos e muitas vezes não se apropriam dos mesmos, criando barreiras imaginárias a esses locais, que deviam ser acessíveis, legíveis e identitários do jordanense.

As primeiras impressões sobre as dimensões da cidade hospitaleira sinalizaram que a hospitalidade, pela visão de Grinover, não vem sendo contemplada com êxito na cidade de Campos do Jordão, ainda mais com o afastamento do cidadão de luga-

res tido como turísticos, lugares de hospitalidade. Faz-se necessário um repensar urgente do desenvolvimento turístico se ainda a cidade quiser manter a sua imagem enquanto cidade turística e hospitaleira.

Referências

- Baptista, I. (2008). Hospitalidade e eleição intersubjetiva: sobre o espírito que guarda os lugares. *Revista Hospitalidade*, dez., Vol. V (2).
- Bauman, Z. (1999). *Modernidade e Ambivalência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Benevides, M.V.M. (1998). O desafio da educação para a cidadania. In Aquino, J.G. (org.). *Diferenças e preconceitos na escola: alternativas teóricas e práticas* (pp.153-170). São Paulo: Summus.
- Bezerra, S.R.Z.S. (2007). Apontamentos sobre hospitalidade, turismo e modernidade. *Revista Cesumar*, Vol. 12(2), 335-345.
- Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area ccycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, XXIV.
- Camargo, L.O.L. (2006). Hospitalidade sem sacrifício? O caso do receptivo turístico. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, ano III (2), 11-28.
- Canclini, N.G. (2009). *Diferentes, desiguais e desconectados*. (3 ed.). Rio de Janeiro: UFRJ.
- Casemiro, P. (2016). *Dezoito cidades da região deixam Mapa do Turismo, aponta governo*. Acedido em 24 de novembro de 2016, em <http://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2016/09/dezoito-cidades-da-regiao-deixam-mapa-do-turismo-aponta-governo.html>
- Cordeiro, G. Í. (2010). As cidades fazem-se por dentro: desafios de etnografia urbana. *Cidades, comunidades e territórios*, (20)21, 111-121.
- Cruz, R.C.A. (2002). Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil: condições gerais. In C. M. de M. Dias (Org.), *Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas*. São Paulo: Manole
- Dias, C.M.M. (2002) *Hospitalidade: Reflexões e perspectivas*. (pp. 39-56). São Paulo: Manole.
- Foratinni, O.P. (1991). Qualidade de vida e meio urbano: a cidade de São Paulo. *Revista de Saúde pública*. São Paulo, Vol. 25, (2), 75-86.
- Grinover, L. (2006). A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, III(2),29-50.
- Grinover, L. (2007). *A Hospitalidade, a cidade e o turismo*. São Paulo: Aleph.
- Grinover, L. (2009). A hospitalidade na perspectiva do espaço urbano. *Revista Hospitalidade*. VI(1), 4-16.
- Guia Campos (2016). *Tudo sobre a economia de Campos do Jordão*. Acedido em 20 de novembro de 2016, em <http://www.guiadecamposdojordao.com.br/campos-do-jordao/economia/>
- Hall, S. (1997). *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*. Acedido em 30 de setembro de 2016, em http://www.gpef.fe.usp.br/teses/agenda_2011_02.pdf
- Hammerl, P.C. (2011). Campos do Jordão (SP): de estância de saúde à estância turística. *XXVI Simpósio Nacional de História*. ANPUH. Jul.
- Harvey, D. (2000). *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola.
- IBGE. Infográficos: *despesas e receitas orçamentárias e PIB de Campos do Jordão*. Acedido em 20 de novembro de 2016, em <http://cidades.ibge.gov.br/painel/economia.php?lang=&codmun=350970&search=sao-paulo|campos-do-jordao|infogr%E1ficos:-despesas-e-receitas-or%E7ament%E1rias-e-pib>
- Judd, D.R. (2003). El Turismo urbano y la geografía de La ciudad. *Revista Eure*. Vol. XXIX, (87), set., 51-62.
- Maió, I.P., Barretto, M., & Santos, R.J. (2006). Processos socioculturais do turismo na localidade receptora: o olhar de residentes sobre os visitantes da Ilha da Pintada. *Turismo Visão e Ação*. Vol. 8, (2), mai/ago., 235-252.
- Magnani, J. G. C. (2002). De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, Vol. 17(49), junho, 11-29, em: <https://dx.doi.org/10.1590/S0102-69092002000200002>
- Mendes, B.C & Fedrizzi, V.L.P. (2016). Turismo e gastronomia: a valorização do patrimônio gastronômico de Campos do Jordão. In Marqueto, R.M.F, Casarin, V.A & Bergmann, M.L. *Turismo, gastronomia e desenvolvimento na região das Missões – Brasil*. Vol.1. Furi: Santo Ângelo. Acedido em 10 de março de 2017, em http://www.urisan.tche.br/admin/upload/Turismo_gastronomia_e_desenvolvimento_missoes_BR.pdf

- Mendes, B.C., Panza, T., & Neves, T. (2016). Um olhar sobre a formação identitária em cidades turísticas: breve análise sobre Campos do Jordão. In *Seminário Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo* (ANPTUR), (Anais, XIII, 28 a 30 de setembro), São Paulo, Brasil.
- Portal Vale (2016). *Atividades econômicas de Campos do Jordão*. Acedido em 20 de novembro de 2016, em: <http://www.portalvale.com.br/cidades/camposdojordao/atividadeseconomicascamposdojordao.php>
- Seidl, E.M.F., & Zannon, C.M.L.C. (2004). Qualidade de vida e saúde: aspectos conceituais e metodológicos. *Cadernos de Saúde Pública*, 20(2), 580-588. <https://dx.doi.org/10.1590/S0102-311X2004000200027>.
- Silva, M.G.L. (2004). *Cidades turísticas: identidades e cenários de lazer*. São Paulo: Aleph.
- Siqueira, A.S. (2009). *Música e vida social: sentidos do Festival de Inverno de Campos do Jordão para músicos da comunidade local*. Dissertação, Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, Brasil.