

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

BRUNA DE CASTRO MENDES

**HOSPITALIDADE EM CIDADES TURÍSTICAS:
PERTENCIMENTO E ACOLHIMENTO DO ANFITRIÃO-
RESIDENTE DE CAMPOS DO JORDÃO (SP)**

SÃO PAULO

2021

BRUNA DE CASTRO MENDES

**HOSPITALIDADE EM CIDADES TURÍSTICAS:
PERTENCIMENTO E ACOLHIMENTO DO ANFITRIÃO-
RESIDENTE DE CAMPOS DO JORDÃO (SP)**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade, linha de pesquisa Dimensões e Contextos da Hospitalidade, da Universidade Anhembi Morumbi, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor(a) em Hospitalidade.

Orientadora: Profa. Dr. Mirian Rejowski
Co-orientador: Prof. Dr. Airton Jose Cavenaghi.

SÃO PAULO

2021

BRUNA DE CASTRO MENDES

**HOSPITALIDADE EM CIDADES TURÍSTICAS:
PERTENCIMENTO E ACOLHIMENTO DO ANFITRIÃO-
RESIDENTE DE CAMPOS DO JORDÃO (SP)**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade, linha de pesquisa Dimensões e Contextos da Hospitalidade, da Universidade Anhembi Morumbi, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor(a) em Hospitalidade.

Orientadora: Profa. Dr. Mirian Rejowski
Co-orientador: Prof. Dr. Airton Jose Cavenaghi.

Aprovada em: _____/_____/_____

BANCA EXAMINADORA

Dra. Mirian Rejowski

Universidade Anhembi-Morumbi – UAM (orientadora)

Dra. Sênia Regina Bastos

Universidade Anhembi-Morumbi – UAM (avaliador interno)

Dra. Elizabeth Kyoko Wada

Universidade Anhembi-Morumbi – UAM (avaliador interno)

Dr. André Riani Costa Perinotto

Universidade Federal Delta Parnaíba - UFDPAr (avaliador externo)

Dra. Marcia Maria Cappellano dos Santos

Universidade de Caxias do Sul – UCS (avaliador externo)

FICHA CATALOGRÁFICA

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca UAM
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

538h Mendes, Bruna de Castro
 Hospitalidade em cidades turísticas: pertencimento e
 acolhimento do anfitrião-residente de Campos do Jordão
 (SP) / Bruna de Castro Mendes. - 2021.
 367f. : il.; 30cm.

 Orientador: Mirian Rejowski.
 Tese (Doutorado em Hospitalidade); co-orientador Airton
 José Cavenaghi - Universidade Anhembi Morumbi, São
 Paulo, 2021.
 Bibliografia: f.243

 1. Hospitalidade. 2. Turismo . 3. Comunidade local.
 4. Anfitrião. 5. Sistema Social.

CDD 647

DEDICATÓRIA

A cada palavra de incentivo, a cada conforto dado, a cada situação vivenciada, a cada momento de compreensão e, principalmente, a cada gota de paciência, dedico à minha família (marido, irmã e pais).

AGRADECIMENTOS

O maior ensinamento deste doutorado foi que cada conquista é fruto de nossa rede de amigos; não realizamos nada sozinhos, a parceria é essencial, seja ela direta ou indireta. Além da minha família, há diversas pessoas que me apoiaram e que gostaria de abraçar e afirmar que carrego uma dívida eterna com cada um. Por isso agradeço:

À Profa. Mirian Rejowski, que aceitou assumir a difícil tarefa de me orientar no último ano do curso e o fez com maestria e dedicação além do esperado;

Ao Prof. Airton Cavenaghi, que me acompanhou nos três anos iniciais da tese, me incentivando e me apoiando quando a energia falhava; nossa parceria continuou e continuará para além do Programa;

À Profa. Roseane Barcellos Marques, que me encantou pelo seu modo de ensinar e me trouxe interessantes desafios acadêmicos; à Profa. Sênia Regina Bastos, que me escutou quando decidi iniciar a busca pelo doutoramento; à Profa. Nilma Morcerf de Paula, cujos ensinamentos na época do mestrado auxiliaram na construção deste estudo; à Simone A. Ferreira, que sempre me ajudou e me orientou nas etapas burocráticas;

Ao IFSP/CJO, na figura do Diretor Walter Oliveira, que possibilitou o meu afastamento e dedicação integral ao curso, assim como ao meu grupo de trabalho na instituição. Um destaque especial para Profa. Valéria Fedrizzi e Profa. Tatiana Panza;

Às minhas “cafonetes” Pércia, Marcela e Lisandra, com as quais compartilhei risadas, choros, irritações, mas também muita alegria; como também ao grupo “topzera”, garantindo diversão em qualquer situação, nas figuras de Rafael, Mariana, Alex;

À Amanda Maria Bicudo de Souza, que me ajudou quando eu mais precisei, seja com o inglês, seja com as palavras de apoio; assim como aos meus ex-alunos que me ajudaram durante a pesquisa de campo, e aos conhecidos e desconhecidos que participaram da pesquisa;

E aos amigos que me apoiaram durante a jornada, com destaque ao Yoshida e ao Mauro Lopes de Almeida, que compartilharam um pouco de suas experiências profissionais, além de Felipe Galesi Jaoude por sempre se interessar pelo estudo.

RESUMO

O turismo tem o potencial de gerar diversos benefícios para o destino turístico. Porém, quando não há um planejamento adequado norteando o seu desenvolvimento, impactos negativos começam a afetar a atividade, principalmente sob a perspectiva da comunidade local. O reconhecimento da existência destes impactos provocou um repensar sobre o balanceamento entre as percepções dos custos e benefícios do turismo, exigindo novas combinações de técnicas de pesquisa. Assim, adotou-se a perspectiva da Hospitalidade, em suas dimensões de pertencimento e de acolhimento, com foco no anfitrião, já que ele ocupa uma das posições limítrofes nas relações estabelecidas no e pelo turismo. Assume-se a hospitalidade sob a ótica da dádiva, além do conceito sistêmico, tendo como pressuposto de que, sem hospitalidade, nenhuma relação turística se manterá sustentável. Objetivou-se compreender como as relações de hospitalidade, pelas dimensões de pertencimento e de acolhimento, são percebidas pela comunidade anfitriã de Campos do Jordão (SP). A base da fenomenologia possibilitou a adoção do método integrativo, unindo técnicas quantitativas (questionário) e qualitativas (grupo focal). Nos impactos sociais percebidos pela comunidade anfitriã em relação ao turismo, destacam-se mudanças comportamentais – refletidas no processo de vestimenta; mudanças profissionais – reforçadas pela oferta de um atendimento diferenciado e educado; mudanças pessoais – afastamento de determinados espaços da cidade por não se sentirem convidados a frequentá-los. Esse isolamento em *clusters* provoca um sentimento de desconexão com a cidade, potencializado pela sensação de não ocorrer uma distribuição equitativa dos ganhos com o turismo, exemplificado pela ausência de infraestrutura urbana em diversos bairros. Por não sentirem que a cidade pertence a eles, não se sentem como anfitriões e corresponsáveis pelo turismo e pela cidade, relegando ao empresariado e ao setor público a responsabilidade de acolhimento. Apesar deste posicionamento, ao examinar a percepção da comunidade anfitriã em relação ao turismo, um sentimento positivo foi identificado, principalmente quando se envolve a análise econômica. Ao mesmo tempo, entretanto, o setor é visto como desorganizado e desrespeitoso, principalmente quando o foco recai no excursionista. As relações entre comunidade e turista, sob a perspectiva do anfitrião, permitiram observar que há alegria em receber os visitantes na cidade, inclusive com o desenvolvimento de sentimentos de amizade e interesse em auxiliá-los com informações e dicas. É esse caráter humano que faz com que a cidade seja considerada hospitaleira. Porém, o modo como a comunidade é abordada por tais visitantes é um aspecto primordial para fortalecer ou quebrar esse interesse. A partir da perspectiva do residente-anfitrião em cidades turísticas montanhosas, propôs-se um sistema de hospitalidade centrado nas funcionalidades das relações sociais composto pelas unidades sistêmicas de pertencimento, relação de hospitalidade e experiência de hospitalidade. Ao final elencam-se propostas para se resgatar o sentimento de pertencimento dos moradores, para, posteriormente, desenvolver ações de acolhimento com os visitantes. Espera-se que este trabalho leve à compreensão dos impactos do turismo no cotidiano dos residentes, permitindo ações mais efetivas para o seu envolvimento e atuação no processo organizacional do turismo local, contribuindo para ações públicas e educacionais mais direcionadas à atividade.

Palavras-chave: Hospitalidade; Turismo; Comunidade Local; Anfitrião; Sistema Social.

ABSTRACT

Tourism has the potential to generate several benefits for the tourist destination. However, when there is no adequate planning to guide its development, negative impacts start to influence the activity, mainly from the perspective of the local community. The recognition of the existence of these impacts provoked a rethinking about the balance between the perceptions of the costs and benefits of tourism, demanding new combinations of research techniques. Thus, the perspective of Hospitality was adopted, in its dimension of belonging and welcoming, with a focus on the host, as he occupies one of the borderline positions in the relationships established in and by tourism. Hospitality is assumed from the perspective of gift, in addition to the systemic concept, assuming that, without hospitality, no tourist relationship will remain sustainable. The objective was to understand how hospitality relationships, due to the dimensions of belonging and welcoming, are perceived by the host community of Campos do Jordão (SP). The basis of phenomenology enabled the adoption of the integrative method, combining quantitative (questionnaire) and qualitative (focus group) techniques. The social impacts of tourism are perceived by the host community as behavioral changes stand out – reflected in the dressing process; professional changes – reinforced by the offer of a differentiated and polite service; personal changes – moving away from certain spaces in the city because they don't feel invited to attend them. This isolation in clusters provokes a feeling of disconnection from the city, heightened by the feeling of not having an equitable distribution of gains from tourism, exemplified by the absence of urban infrastructure in several neighborhoods. As they do not feel that the city belongs to them, they do not feel like hosts and co-responsible for tourism and the city, relegating the responsibility of hosting to the business community and the public sector. Despite this position, when examining the host community's perception of tourism, a positive feeling was identified, especially when economic analysis is involved. At the same time, however, the sector is seen as disorganized and disrespectful, especially when the focus is on the hiker. The relationships between the community and the tourist, from the host's perspective, allowed us to observe that there is joy in receiving visitors in the city, including the development of feelings of friendship and interest in helping them with information and tips. This human character makes the city hospitable. However, the way visitor approaches the community is a key aspect to strengthen or break this interest. From the perspective of the resident-host in mountainous tourist cities, a hospitality system centered on the functionalities of social relationships, composed of systemic units of belonging, hospitality relationship and hospitality experience, was proposed. At the end, proposals are listed to rescue the feeling of belonging of the residents, to, later, develop actions to welcome visitors. It is expected that this work will lead to an understanding of the impacts of tourism on the daily lives of residents, allowing for more effective actions for their involvement and performance in the organizational process of local tourism, contributing to public and educational actions more directed towards the activity.

Key-Words: Hospitality, Tourism; Local Community; Host; Social System.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mancha Urbana de Campos do Jordão	114
Figura 2 – Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte	116
Figura 3 – Campos do Jordão com sua mancha urbana e áreas de preservação ambiental	125
Figura 4 – Matriz Conceitual	149
Figura 5 – Curva de Distribuição – Q1.8	155
Figura 6 – Curva de Distribuição – Q2.1 a Q2.5	157
Figura 7 – Curva de Distribuição – Q2.6 a Q2.10	158
Figura 8 – Modelo de Regressão sobre as percepções do jordanense em relação à cidade	161
Figura 9 – Curva de Distribuição – Q3.1 a Q3.5	163
Figura 10 – Curva de Distribuição – Q3.6 a Q3.9	164
Figura 11 – Curva de Distribuição – Q3.10 a Q3.11	166
Figura 12 – Modelo de Regressão sobre as percepções do jordanense em relação ao turismo	167
Figura 13 – Curva de Distribuição – Q4.1	169
Figura 14 – Curva de Distribuição – Q4.2 e Q4.3	170
Figura 15 – Curva de Distribuição – Q4.4 a Q4.9	171
Figura 16 – Curva de Distribuição – Q4.10 a Q4.14	172
Figura 17 – Modelo de Regressão sobre as percepções do jordanense em relação ao turista	174
Figura 18 – Unidade Sistêmica de Pertencimento	222
Figura 19 – Unidade Sistêmica de Relações de Hospitalidade	226
Figura 20 – Unidade Sistêmica de Experiência de Hospitalidade	229
Figura 21 – Representação da circularidade da dádiva	231
Figura 22 – Representação do acoplamento estrutural	232
Figura 23 – Modelo teórico-referencial do Sistema Social de Hospitalidade	233

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Fatores de Saturação do turismo	24
Quadro 2 – Entraves para a pesquisa sobre impactos do turismo em comunidades locais	31
Quadro 3 – Impactos do Turismo sob a perspectiva do anfitrião	35
Quadro 4 – O paradigma sistêmico nos estudos do turismo	46
Quadro 5 – Aspectos norteadores da Teoria de Luhmann	52
Quadro 6 – As diferenças entre a tradição sociológica e a abordagem de Luhmann	53
Quadro 7 – Dinâmica Urbana de Campos do Jordão	122
Quadro 8 – Índice de Desenvolvimento Humano e seus componentes de Campos do Jordão (SP)	123
Quadro 9 – Renda, Pobreza e Desigualdade em Campos do Jordão	124
Quadro 10 – Caracterização dos Grupos Focais	146
Quadro 11 – Matriz de Amarração Metodológica	151
Quadro 12 – Faixa etária dos respondentes	153
Quadro 13 – Respostas Espontâneas registradas nos grupos focais	202
Quadro 14 – Respostas-pistas registradas nos grupos focais	204
Quadro 15 – Aspectos da teoria de Niklas Luhmann para o Sistema Social de Hospitalidade	219

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 CONSTRUÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS	21
2.1 TURISTIFICAÇÃO DE LUGARES E IMPACTOS SOCIAIS	21
2.2 IMPACTOS DO TURISMO NA COMUNIDADE ANFITRIÃ	32
2.3 PERSPECTIVA SISTÊMICA NO TURISMO E NA HOSPITALIDADE.....	44
3 HOSPITALIDADE EM LUGARES TURÍSTICOS	57
3.1 BASES CONCEITUAIS DA HOSPITALIDADE	57
3.2 PERTENCIMENTO E ACOLHIMENTO COMO DIMENSÕES.....	71
3.3 HOSPITALIDADE NO TURISMO.....	84
4 ESTÂNCIA DE CAMPOS DO JORDÃO	94
4.1 CONSTITUIÇÃO HISTÓRICA	94
4.2 DIVISÃO ESPACIAL DA CIDADE.....	108
4.3 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO	115
5 METODOLOGIA	134
5.1 CARACTERIZAÇÃO E POSICIONAMENTO DA PESQUISA.....	134
5.2 MÉTODO DE PESQUISA INTEGRATIVO	136
5.3 TÉCNICAS DE PESQUISA	138
5.3.1 <i>Etapa 1: Questionário</i>	138
5.3.2 <i>Etapa 2: Grupo Focal</i>	142
5.4 MATRIZES CONCEITUAL E METODOLÓGICA.....	147
6 PERCEPÇÕES DO ANFITRIÃO-RESIDENTE DE CAMPOS DO JORDÃO	153
6.1 CARACTERÍSTICAS POPULACIONAIS E DEMOGRÁFICAS.....	153
6.2 PERCEPÇÕES SOBRE A CIDADE.....	156
6.3 PERCEPÇÕES DA COMUNIDADE SOBRE O TURISMO.....	162
6.4 PERCEPÇÕES DA COMUNIDADE SOBRE O TURISTA.....	168
6.4 SÍNTESE SOBRE AS PERCEPÇÕES	175
7 APROFUNDAMENTO SOBRE AS PERCEPÇÕES DO ANFITRIÃO-RESIDENTE DE CAMPOS DO JORDÃO	181
7.1 GRUPO FOCAL A.....	181
7.2 GRUPO FOCAL B.....	188
7.3 GRUPO FOCAL C	193
7.4 SÍNTESE DAS OBSERVAÇÕES	197
8 SISTEMA SOCIAL DE HOSPITALIDADE: MODELO TEÓRICO-REFERENCIAL	207
8.1 FUNDAMENTOS.....	207

8.2 ASPECTOS DA TEORIA DE NIKLAS LUHMANN APLICADOS AO MODELO	216
8.3 PROPOSTA DE MODELO	220
9 CONCLUSÕES	236
REFERÊNCIAS	243
APÊNDICE	269
A – QUESTIONÁRIO	269
B – PERGUNTAS NORTEADORAS DO GRUPO FOCAL.....	272
C – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	273
D - RESUMO DA SEÇÃO 2 DO QUESTIONÁRIO	275
E – RESUMO DA SEÇÃO 3 DO QUESTIONÁRIO	278
F – RESUMO DA SEÇÃO 4 DO QUESTIONÁRIO.....	282
G – COMPARATIVO ENTRE OS BAIROS (ABERNÉSSIA, JAGUARIBE, CAPIVARI)	287
H – TRANSCRIÇÃO DO GRUPO FOCAL A.....	289
I – TRANSCRIÇÃO DO GRUPO FOCAL B	321
J – TRANSCRIÇÃO DO GRUPO FOCAL C	346

1 INTRODUÇÃO

Considerando-se que uma inquietação científica pode ter origem em vivências, experiências e desafios do dia a dia, este estudo começa a ser delineado a partir da percepção, em sala de aula, do cotidiano de alunos que cresceram sob influências sociais e culturais oriundas de um turismo massivo. Com formação inicial em Turismo (2001-2004) e complementar em Pedagogia (2016-2019), a pesquisadora percebe um campo de estudos a ser explorado quando se muda para uma cidade turística, Campos do Jordão (SP), em função do seu trabalho como professora em um instituto federal de ensino. Este novo local de morada e as novas experiências vivenciadas proporcionaram uma maior compreensão sobre turismo massivo, percebendo impactos sociais não trabalhados pelo poder público e comunitário. A formação pedagógica também contribuiu para a construção do olhar, já que se considera que um professor continua sendo um professor, mesmo fora da sala de aula.

A partir de conversas com seus discentes, passa a notar um discurso de insatisfação com a cidade, tendo como fatores de argumentação, por parte dos alunos, o excesso de atenção e investimento destinados ao turismo, em detrimento da melhoria da qualidade de vida dos moradores. Tal constatação por parte da pesquisadora resultou não apenas em mudanças no conteúdo pedagógico, com a inserção de trabalhos de revalorização da cidade, como em muitos questionamentos sobre a atividade turística, entre eles: como os moradores de uma cidade turística lidam com o turismo? Como percebem os efeitos desta atividade em seu cotidiano? Como lidam com seus efeitos/impactos nem sempre positivos? E, ainda, quais ações podem ser tomadas para o resgate ou mesmo a aquisição de um novo olhar para a cidade pelos moradores locais? Para buscar respostas a tais questionamentos, opta-se pela adoção da perspectiva da Hospitalidade, entendendo-a como uma relação entre duas ou mais pessoas a partir de uma ação de acolhimento, podendo ou não resultar na criação de vínculos, o que só é possível ao se compreender a dimensão do pertencimento dos que ocupam a posição de anfitriões da cidade: os moradores.

Acredita-se que tal concepção possa agregar valor à visão mercadológica do turismo, já que, por sua natureza, assume amplas características sociais, econômicas e culturais (OLIVEIRA, 2008). No geral, o turismo pode ser descrito de diversas maneiras, mas para Trujillo, Domingues e Heubel (2003), há uma multiplicidade de

interpretações, prevalecendo as visões econômicas e técnicas, aspecto também reforçado por Harril (2004).

Para Young (1973), quatro perspectivas são comumente utilizadas na tentativa de se entender o turismo – e de forma unilateral, por se pensar quase que unicamente pela perspectiva econômica. Esse enfoque se justifica por se tratar de um setor com grande vocação para a geração de emprego, renda e desenvolvimento socioeconômico, sendo, em regiões mais afastadas do eixo sul/sudeste, um dos principais, se não o principal segmento fomentador de negócios.

Primeiramente (e mais comum), pode ser descrito em termos financeiros, quantificando os gastos do turista. Uma segunda perspectiva costuma abordar o movimento por meio de uma estimativa de números de chegadas (principalmente em fronteiras). A terceira análise expõe a duração da estada pelo número de diárias. A quarta e última perspectiva apresenta o turismo pelo seu aspecto social, o que permite a avaliação e compreensão dos impactos diretos e indiretos na comunidade anfitriã (YOUNG, 1973). É esta a perspectiva que se pretende explorar no presente estudo. A essas análises, Ap (1992) acrescenta uma quinta: a do campo das motivações do turista para a escolha do destino, sejam estas de ordem econômica, social, política, cultural e ecológica.

Neste trabalho, defende-se que, pelas características complexas da sociedade atual, marcada por profundas transformações principalmente na maneira como as pessoas se relacionam, se informam e se comunicam, se faz necessário ir além das análises mercadológicas e econômicas do turismo. Apesar do reconhecimento do turismo como uma importante atividade econômica em determinadas regiões, agora surgem estudos sobre os efeitos negativos de sua exploração desenfreada. Essa discussão aparentemente tardia se explica porque alguns impactos, especialmente sociais, geralmente levam mais tempo para se tornarem perceptíveis. É nesse sentido que, aliados à perspectiva comercial, devem ser aprofundados o debate e a operacionalização de ações que minimizem esses impactos sociais provocados em comunidades locais, consideradas como anfitriãs e corresponsáveis pelas ações de hospitalidade que ocorrerão na interação com o hóspede turista – seja no âmbito doméstico, público ou comercial. Pressupõe-se, assim, que se não ocorrer um processo de envolvimento e reconhecimento dos moradores locais enquanto atores principais nessa relação, não será possível debater sobre a hospitalidade em locais turísticos, tornando-se desnecessário, inclusive, levantar as expectativas desses

visitantes, já que a experiência não será completa sem uma relação humana estabelecida de forma a despertar e concretizar experiências em um e outro.

Para Getz (1994), Rothman (1978) e Teye, Sonmez e Sirakaya (2002), o estudo das percepções dos residentes poderia ser um elemento crítico na identificação, medição e melhoria dos impactos do turismo. Contudo, desde a década de 1990, críticas sobre o pouco olhar destinado às comunidades locais de destinos turísticos já eram reforçadas, destacando-se as de Um e Crompton (1987) e Ap (1992). Apesar de Scalabrini e Remoaldo (2020) ressaltarem um crescimento do interesse sobre a perspectiva da comunidade local em relação ao turismo, principalmente ao avaliar as produções acadêmicas realizadas em Portugal, tal fato não percebido nas publicações brasileiras.

Para Andriotis e Vaughan (2003) os estudos enfatizam a importância de estudos sobre como obter um balanceamento entre as percepções dos custos e benefícios do turismo; julgam ser esse elemento o principal a se considerar na satisfação dos visitantes, enquanto as percepções dos residentes acerca dos impactos são primordiais para o correto planejamento do turismo em uma localidade. Acrescenta-se, ainda, que tais percepções serão essenciais para além do planejamento, ou seja, será necessário considerar a manutenção da atividade planejada no longo prazo, garantindo uma continuidade dessa relação – no mínimo – satisfatória entre visitantes e anfitriões.

Diversos aportes teóricos são apresentados no estudo dos impactos sociais do turismo nos residentes. Ap (1992), assim como Andereck e Nyaupane (2011), Andriotis e Vaughan (2003), Gursoy, Jurovski e Uysal (2002), Chen (2000), Wang e Xu (2015), entre outros, utilizam as bases da Teoria da Troca Social para provocarem um avanço nas discussões. A predominância dessa teoria e do uso de técnicas quantitativas foram ressaltados ainda por Hadinejad *et al.* (2019). Tal teoria não foi identificada nas revistas brasileiras do segmento, geralmente mais voltadas às temáticas de Turismo Social, Turismo no Meio ambiente, englobando os aspectos rurais e ecoturismo (SILVA; FERREIRA; AMARAL, 2009; SCORSATO, 2006; SOARES; GALENO; ROS, 2013), e finalmente, Turismo de Base Comunitária (PERALTA; VIEIRA; OZORIO, 2015), todos com um viés sociológico (OLIVEIRA, 2008; MAIO; BARRETTO; SANTOS, 2006; RENOÓ; TEIXEIRA, 2007). Segundo Ap (1992), essa diversidade de teorias, apesar de positiva, limita o avanço na compreensão dos elementos de percepção dos residentes.

Diante da insatisfação com as respostas para os desafios sociais apresentados pelos impactos do turismo, autores, principalmente dessa última década, têm buscado teorias multidisciplinares que ajudem a explicar o turismo pela perspectiva da comunidade local. Nunkoo e Gursoy (2012) citam a Teoria da Identidade, segundo a qual as decisões, mesmo que tomadas individualmente e digam respeito à própria conduta, são influenciadas pela estrutura social. Já a pesquisa de Leep (2007), pautada na Teoria da Ação Racional, considera que as atitudes positivas em relação ao turismo podem levar a um comportamento pró-turismo, por exemplo, a participação local no desenvolvimento da atividade e na conservação dos recursos indispensáveis ao turismo. A pesquisa de Wang e Xu (2015) também se torna uma análise possível ao destacar a Teoria do Local Identitário, segundo a qual os residentes devem assumir tais espaços a partir de conceitos próprios para, posteriormente, envolvê-los no turismo. Tal perspectiva de pertencimento da população local é corroborada por Carvalho (2009), que se vale das bases da teoria da Topofilia, proposta de Tuan (1980). Esta defende a importância de se compreender o lugar em que se vive e convive, sendo o processo de valorização resultado desse sentimento e, obviamente das forças culturais determinantes da época. Outra análise a corroborar esse pertencimento é a “Teoria Econômica dos Sítios”, apresentada por Issa (2007), combinando cultura, economia e ecologia, com ênfase na escala local e na diversidade das práticas econômicas. Também em destaque, o estudo de Álvares, Silva e Cavalcanti (2006) defende que uma educação pelo viés de cidadania levaria a comunidade local a ocupar o seu papel de protagonista em uma sociedade marcada pela atividade turística.

A proposta da presente tese é ampliar a discussão, acrescentando a teoria da Hospitalidade sob a perspectiva do anfitrião na relação estabelecida pela atividade turística, entendendo que ele ocupa uma das posições limítrofes desta relação. Nessa busca por entender o conceito de hospitalidade questiona-se o termo ‘encenação da hospitalidade’, usado por Gotman (2009), ao ter o acolhimento e o pertencimento, consideradas aqui, como dimensões da hospitalidade¹, como bases para a construção de uma relação de hospitalidade entre os envolvidos na interação turística. Acredita-se que nenhum turismo conseguirá se manter como atividade benéfica sem o apoio

¹ Como “dimensões da hospitalidade” consideram-se toda e qualquer ação humana que possibilite a maximização do encontro – minimizando os conflitos inerentes, tornando-o um “encontro de hospitalidade”.

da comunidade. O receber faz parte da experiência turística e influencia, diretamente, a sensação de satisfação e o possível retorno. Entendendo que esta relação envolve um anfitrião (não no sentido de simplesmente ‘residente’) e um hóspede, percebe-se, como apontado acima, que pouco estudo vem sendo direcionado a este anfitrião (MARTÍN-MARTÍN; OSTOS-REY; SALINAS-FERNÁNDEZ, 2019; ALWARJFAH; ALMEIDA GARCIA; CORTÉS-MACÍAS, 2019).

Este estudo opta pelo resgate do morador em seu papel de “anfitrião-residente” proposto por Ap (1992) para referenciar os anfitriões que se envolvem com o turismo de forma ativa e reconhecem o seu papel para o desenvolvimento e manutenção do setor em determinada localidade. Importante reforçar que o termo anfitrião-residente pode designar qualquer morador da cidade que assuma a corresponsabilidade pelo turismo local, seja por ações formais ou informais, seja por contato profissional ou por contato pessoal. Não se considerou o dono de segunda-residência como um possível anfitrião-residente. Para Tulik (1995), a segunda residência é ocupada por pessoas que tem seu domicílio permanente em outro lugar. Para Costa, Lopes e Rodrigues (2017) a temporalidade marca o uso ocasional do espaço, dependendo da disponibilidade de tempo livre, além da finalidade, cuja principal característica é o descanso. Desta forma, o envolvimento com o destino turístico tem como objetivo o lazer, o descanso, ignorando-se, para tal, os problemas locais. Pode-se exemplificar esse contexto com um exemplo rápido: uma rua de terra, em período de chuva, é diversão para o turista que busca adrenalina durante um período (curto), mas um transtorno para o morador que vivencia a situação diariamente.

Apesar de acreditar que o morador de segunda residência não deve ocupar a posição de anfitrião-residente, é importante ressaltar que esse papel encontra-se esquecido na maior parte dos destinos turísticos, seja por um desinteresse do próprio morador, seja pelo fato de este ser colocado à margem das decisões políticas, sociais, culturais, deixando de exercer o papel proposto por Ap (1992). Por isso, necessita ter sua perspectiva resgatada, principalmente em localidades que já trabalham com o turismo há décadas, inclusive apresentando características de um turismo massivo, como é o caso de Campos do Jordão (SP), objeto principal do presente estudo e reconhecida como uma das principais cidades turísticas montanhosas do Brasil.

Vale ressaltar que, para a compreensão do termo turismo massivo, o presente estudo considera as definições de diversos autores. Para Aramberri (2017), Pons, Crang e Travlou (2009), o termo representa uma forma de comportamento social,

envolvendo formas distintas de entretenimento, mais simples e corporativistas. Naidoo e Pearce (2016) entendem como um turismo de rápido desenvolvimento, capaz de ofertar um intenso crescimento econômico, oferecendo os aspectos exigidos pelos turistas, porém com poucas conexões com a comunidade local. Beni (2019) pontua o incentivo à expansão da infraestrutura, enquanto Cruz (2003) destaca a mobilização de grandes contingentes de viajantes, assim como de organização do setor. De forma mais simplificada e unificadora, este estudo compreende turismo massivo como aquele realizado em lugares que ofertam uma infraestrutura ampla, diversificada, capaz de atender às exigências de qualquer perfil de visitante, e com maior intensidade em determinados períodos do ano, gerando um consumo de símbolos e imaginários da localidade, porém, sem um contato aprofundado com a comunidade local.

O presente estudo opta, ainda, por focar a hospitalidade sob a ótica da dádiva. Considera a finalidade moral e a manutenção da coletividade, assim como o tempo envolvido para a contraprestação, propostas por Mauss (1924-1925; 2017)²; o conceito de pessoas morais e coletividades, defendido por Sigaud (1999); a liberdade de decisão, exposta por Coelho (2005); o tempo decorrido entre a ação e a reação, assim como a incerteza quanto à forma e a ocasião, exploradas por Bourdieu (1996); finalizando com a miríade de dádivas entrecruzadas apresentadas por Caille (2002). Este trabalho toma por base esses aspectos por considerá-los essenciais para entender a circularidade da dádiva nas sociedades contemporâneas e de como esta dádiva pode ajudar na construção de uma experiência de hospitalidade em cidades com alta incidência turística.

Partindo-se do pressuposto de que, sem hospitalidade, nenhuma relação turística se manterá em longo prazo, explora, ainda, a conceituação de sistema social, pautando-se nas relações sociais estabelecidas entre diferentes pessoas, acarretando um processo interacional capaz de provocar mudanças – pessoais e sociais. Para que a junção entre a teoria da Hospitalidade e a teoria de Sistema Social pudesse ser realizada, adotou-se a proposta de Sistema Autopoiético, de Niklas

² Marcel Mauss publica “Ensaio sobre o Dom” na Revista *L'Année Sociologique* entre os anos de 1924-1925. Traduzido para o português apenas em 1974 como “Ensaio sobre a Dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas”. Utiliza-se a edição de 2017, e a partir desse momento só a edição deste ano será citada.

Luhmann ([1984] 2017)³. Reforça-se, desta forma, a compreensão de que a sociedade não é um conjunto de relações que se estabelecem entre os indivíduos, mas sim o conjunto de suas relações, envolvendo aspectos sociais, políticos e econômicos.

Tendo a realidade empírica como uma das grandes fontes inspiradoras, este autor acredita que não é uma fronteira a dividir o sistema de seu entorno, mas sim uma diferença no nível de complexidade de cada um (RAMIREZ *et al.* 2013). Ainda segundo Luhmann (2017), os sistemas sociais têm a função de captar e reduzir a complexidade do mundo, formando sistemas sociais pela seleção de possibilidades com a exclusão de outras, permanecendo as excluídas ainda como oportunidades (NEVES; SAMIOS, 1997).

Ao defender um aporte universal capaz de superar a estreiteza de conexão entre o micro e o macro e de alcançar maior precisão conceitual, Luhmann (2017) considerou o conceito de sistema, definido por diferença ao ambiente, por meio de um mecanismo de seleção de equivalentes funcionais. Este mecanismo de redução da complexidade tem por referência o conceito biológico de autopoiesis (NEVES; SAMIOS, 1997), demonstrando que a sociedade moderna está baseada na existência de sistemas sociais parciais operacionalmente fechados, mas cognitivamente abertos (VIANA, 2011).

O sentido produzido internamente ao sistema, como também pelo sistema não está baseado em um mundo como realidade externa, mas nas formas de sentido que são produzidas no interior do próprio sistema. Ou seja, no entender de Luhmann (2017), o sistema produz o sentido a partir da observação e, então, seleciona o que considera importante para sua própria modificação. Todo esse mecanismo se dá primeiro internamente, para depois gerar reflexos, se importantes forem para os demais sistemas. Desta forma, para o sistema, torna-se observável apenas aquilo que lhe faz sentido na observação. A forma ou sentido da observação já é uma diferenciação pela qual o sistema se diferencia do ambiente (VIANA, 2011).

A presente análise sobre a hospitalidade, a tridimensionalidade da dádiva e sistema social (com foco autopoietico) se faz importante por considerar os anfitriões como responsáveis pela efetivação do processo de acolhimento em espaços turísticos, etapa essencial para a concretização de relações em ambientes altamente

³ Niklas Luhmann publica as premissas de sua teoria de sistemas com base na comunicação em 1984, sendo reeditado e publicado no formato de livro no Brasil. Utiliza-se a edição de 2017, e a partir desse momento só a edição deste ano será citada.

turísticos. “Acredita-se que a hospitalidade é um amálgama entre indivíduo e espaço e que ambos retratam sintomas de hospitalidade e acolhida, pois são interdependentes e intervenientes” (ISSA, 2007, p.10).

Na defesa de mecanismos de manutenção do turismo em longo prazo, nota ser necessário considerar a explanação de Soares, Galeno e Ros (2013), segundo os quais a presença de atrativos naturais não torna um destino necessariamente turístico, mas – e principalmente – a relação entre esses atrativos e a comunidade residente, a partir de uma dinâmica entre os aspectos naturais, sociais, econômicos e culturais. Tal colocação se torna ainda mais relevante quando se considera o turismo praticado em cidades turísticas montanhosas que, tradicionalmente, se baseia unicamente em atrativos naturais sem focar em um planejamento a longo prazo e muito menos em sua população local (participação ativa, interesse, cuidado com o espaço, entre outros).

Tendo Campos do Jordão (SP) como objeto de estudo, e, embora tome por base estudos relacionados a algumas áreas como saúde (tuberculose), história, geografia, como os de Prince (2017 a, b, c) e Bertolli Filho (2000; 2001); ou com a natureza, incluindo aqui os parques, como em Rosa Filho e Cortez (2010) e Pivott (2006), esta pesquisa procura ir além deles. Busca-se, assim, ir além das pessoas que trabalham com o turismo e as que visitam a cidade e além, ainda, das perspectivas econômicas normalmente apresentadas em outros estudos.

Este trabalho enfatiza o resgate dos residentes como os anfitriões da localidade, e responsáveis por um receber essencial para a concretização da satisfação dos turistas. Para Ko e Stewart (2002), é importante que os anfitriões percebam o turismo de uma forma geral positiva para que a atividade seja sustentável e bem-sucedida, e para que eles construam uma identidade positiva do turismo. Esse é o contexto explorado por Lankford (1994) quando reforça que a valorização do indivíduo local é fundamental para evitar a deterioração do destino turístico.

Compartilha com McCombes, Vanclay e Evers (2015) a compreensão de que os impactos sociais do turismo são as formas pelas quais a atividade contribui com mudanças no sistema de valores, comportamento individual e coletivo, estrutura familiar, estilos de vida, conduta moral e organizações comunitárias. Para este estudo, assume-se a compreensão de Gjerald (2005), segundo a qual os impactos sociais incluem um dualismo social, reconhecido principalmente pelo crescimento da hostilidade aos turistas e pelo tratamento da cultura como um produto comercial, além

dos efeitos de demonstração, entendidos como aqueles comportamentos e atitudes dos turistas que a comunidade local passa a incorporar e a reproduzir.

Ao considerar que, sem um processo de envolvimento e reconhecimento do protagonismo dos moradores locais, não é possível debater sobre a hospitalidade em locais turísticos, ou seja, a experiência não será completa sem uma relação humana a despertar e concretizar experiências memoráveis, definiu-se como pergunta norteadora deste estudo “*Como as relações de hospitalidade são percebidas pela comunidade anfitriã em cidades turísticas?*”

Para tanto, como objetivo geral busca-se compreender como as relações de hospitalidade, pelas dimensões do acolhimento e do pertencimento, são percebidas pela comunidade anfitriã de Campos do Jordão (SP). Como objetivos específicos, pauta-se em: descrever os impactos sociais percebidos pela comunidade anfitriã em relação ao turismo; examinar a percepção da comunidade anfitriã em relação ao turismo; analisar as relações entre comunidade e turista sob a perspectiva do anfitrião; discutir como o sentimento de pertencimento à cidade afeta o acolhimento aos turistas; propor um sistema de hospitalidade centrado nas funcionalidades das relações sociais a partir da perspectiva do residente-anfitrião em cidades turísticas montanhosas.

Como procedimento metodológico, adota-se o entendimento da fenomenologia pautado no método integrativo, unindo técnicas quantitativas e qualitativas para chegar à resposta da questão norteadora. Utiliza-se do questionário para a *époche*, colocando o mundo entre parênteses, de forma a compreender como a comunidade local percebe as relações de hospitalidade. Somente a partir desta compreensão é que se busca aprofundar as percepções pelo uso da técnica de grupo focal.

Vale ressaltar que a construção da tese foi afetada pela pandemia da Covid-19. Os dois primeiros anos (2018-2020) ocorreram de forma programada para dedicação às aulas, contudo, todo o período da pesquisa de campo (2020-2021, com as etapas quantitativa e qualitativa) foi afetado pelas restrições e precauções necessárias para se evitar o contágio, já que o período vacinal não estava completo a todos os envolvidos (vacinação para a população iniciada em janeiro de 2021). Além das mudanças realizadas durante a pesquisa de campo, alterações no cronograma também foram necessárias.

A estrutura da tese foi organizada em nove capítulos. O primeiro apresenta as bases norteadoras do estudo; o segundo explora a temática dos destinos turísticos

em seu processo de turistificação e geração de impactos; o terceiro explora as bases da teoria da hospitalidade, como também as suas dimensões de pertencimento e de acolhimento; e o quarto explora a evolução histórica de Campos do Jordão (SP). O capítulo seguinte, quinto, apresenta a metodologia adotada, enquanto o sexto e o sétimo capítulos apresentam os resultados das técnicas adotadas, questionário e grupo focal, respectivamente. O oitavo capítulo apresenta a proposta do sistema social de hospitalidade, finalizando com o nono capítulo, que apresenta as conclusões e as propostas gerais da tese.

No geral, a percepção da comunidade local em relação ao turismo e ao turista é positiva. A relação entre eles é satisfatória, desde que cada um respeite as regras de convivência e de hospitalidade. Há orgulho em morar na cidade e em apresentá-la aos visitantes. Acredita-se que essa positividade decorra da análise unicamente econômica que a população faz sobre o turismo, ignorando-se (ou não compreendendo-se) os diversos impactos que a atividade gera na localidade – sejam eles positivos ou negativos. Reforça-se, ainda, que a compreensão do morador sobre o turismo sob a perspectiva de um ser trabalhador e não de cidadão também gera um recorte unicamente econômico, dificultando a análise sobre a extensão dos impactos.

Porém, há sinais de desgaste social que precisam ser considerados: a insatisfação quanto aos benefícios que o turismo traz para todos, assim como o isolamento que a comunidade local se impõe, aspectos que afetam o sentimento de pertencimento e que podem impedir a efetivação de ações de acolhimento. Tal contexto impede que o morador assuma a posição almejada de anfitrião-residente, o que torna urgente criar espaços de socialização e resgate do autorreconhecimento de que pertence a cidade, de que a cidade pertence a eles e de que a cidade precisa ser apropriada por eles.

Espera-se que este trabalho leve à compreensão dos impactos do turismo no cotidiano dos residentes, permitindo ações mais efetivas para o seu envolvimento e atuação no processo organizacional do turismo local. E que venha a contribuir para ações públicas e projetos educacionais – formais ou informais – mais direcionados à atividade e maior envolvimento do empresariado local no processo de reconhecimento e valorização de sua mão de obra.

2 CONSTRUÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS

Este capítulo tem como objetivo apresentar a importância da comunidade local, aqui entendida como comunidade-anfitriã, para a manutenção do turismo. Apesar de ser reconhecida em diversos discursos, esta comunidade-anfitriã tem sido pouco estudada, assim como pouco considerada em ações que a reconheçam como corresponsável pelo desenvolvimento e manutenção da atividade turística. Este capítulo, reforça ainda, a perspectiva sistêmica adotada pela área do turismo como um mecanismo de maior compreensão deste setor, aspecto pouco perceptível no campo teórico da hospitalidade.

2.1 TURISTIFICAÇÃO DE LUGARES E IMPACTOS SOCIAIS

Para Wang e Xu (2015, p.12), um lugar é definido como uma parte do espaço ao qual foi dado um significado baseado em experiências e relações humanas, compreendendo o termo como “[...] um ambiente físico, as atividades realizadas neste ambiente e os processos sociais/psicológicos⁴” envolvidos. Já Carvalho (2009, p.27) o define como uma “construção social em permanente estado de transformação, onde os diferentes atores interagem entre si”. Para Grinover (2019), o lugar representa o espaço que se apresenta aos sentidos como acúmulo e registro da experiência (memória vivenciada), sendo a cidade feita de diferenças e de conflitos que determinam padrões de convivência comum, aspectos que afetarão qualquer tipo de relacionamento ali estabelecido. Carvalho (2009) afirma que pensar a cidade enquanto representação social equivale a identificar as nuances do comportamento humano, considerando os diferentes significados dados pelos atores sociais ao longo dos processos históricos. Neste contexto, Vianna, Zanetti e Papali (2014) explicam que os processos de transformação urbana são mais bem compreendidos quando as relações sociais, políticas e econômicas de um dado período e as interações delas decorrentes são reveladas e situadas no território em estudo.

Transportando esse conceito para o âmbito do turismo, Cruz (2003) compreende o lugar como uma porção do espaço geográfico apropriado para prática social do turismo. As configurações de tais espaços geográficos são produtos sociais

⁴ Tradução livre do trecho “places consist of the physical environment, the activities conducted in that environment, and social/psychological processes” (tradução da autora)

resultado da ação humana, sendo, desta forma, historicamente determinados. Desta forma, a dinâmica da produção de territórios turísticos passa a conduzir a ocupação espacial e os setores afins, com vistas ao seu desenvolvimento, como explicado nas pesquisas de Ap (1992), de Andereck e Vogt (2000) e de Cruz (2003). O turismo pode, assim, ser considerado uma consequência e, ao mesmo tempo, um componente do sistema capitalista e da organização dos seres humanos, que vivenciam uma nova relação de tempo e de espaço, aliando-se, portanto, à lógica da internacionalização e da globalização e transformando o ambiente, o espaço e a cultura (ALVES, 2014).

Apesar de o crescimento e o desenvolvimento do turismo serem associados a diversas noções idealísticas sobre sua contribuição para a comunidade local, a experiência tem demonstrado que o turismo, assim como diversas outras atividades humanas, pode também ter impactos negativos (LANKFORD, 1994; GARAU-VADELL; GUTIÉRREZ-TAÑO; DIAZ-ARMAS, 2018; CARNEIRO; EUSÉBIO; CALDEIRA, 2017; PAVLIC; PORTOLAN; PUH, 2019). Isso se deve principalmente ao fato de que as necessidades dos visitantes precisam ser satisfeitas, satisfação essa que perpassa pela comunidade local, já que uma boa experiência (aqui entendida como uma relação de hospitalidade) irá incrementar o desejo de futuras interações entre anfitriões e hóspedes, como explica Ap (1992). Noronha (1984) pontua, entretanto, que a perda do controle local por parte da população normalmente é acompanhada pelo crescimento desenfreado de um turismo institucionalizado, e por ressentimento, como explicam Martín-Martín, Ostos-Rey e Salinas-Fernández (2019) ao observarem as reações nas cidades de Barcelona, Veneza, Roma, Berlim, Amsterdam e Paris.

Nesta complicada equação, o governo local é citado na pesquisa de Madrigal (1995) como um dos principais responsáveis pela organização da atividade, destacando a posição binária do setor do turismo em função dos conflitos oriundos do seu desenvolvimento em relação ao uso das terras e espaços. Como costumam olhar apenas para os benefícios econômicos do setor, sem considerar o contexto e os possíveis reflexos de se desenvolver o turismo em sua localidade (PERDUE; LONG; ALLEN, 1987), os governos poderiam ser classificados, de acordo com Lickorish (1991), em dois tipos: o ativo e o passivo. O primeiro toma decisões deliberadas que auxiliam o desenvolvimento do turismo, enquanto o segundo toma decisões que podem ou não contribuir com o turismo. O autor ainda ressalta que poucos são os que refletem acerca do tipo de turismo e de turistas que desejam, antes de definirem os

objetivos, expectativas e cuidados pertinentes ao propósito. Ainda segundo o autor, tais questionamentos estão na base de uma política eficiente para o turismo. Entretanto, Madrigal (1995) alerta que a política organizacional de muitas comunidades é normalmente dominada por indivíduos que buscam um benefício próprio, seja diretamente, atrelada a uma alternativa de desenvolvimento específica (proprietários de terras, investidores, especuladores) ou indiretamente, como resultado de um crescimento geral (banqueiros, donos de indústrias de serviço).

Transpondo essas observações ao universo de Campos do Jordão (SP), uma das principais cidades turísticas montanhosas do sudeste brasileiro, percebe-se que a prefeitura da cidade é ativa quanto às decisões políticas que possam beneficiar o setor do turismo, principalmente em termos de infraestrutura. Inclusive, esta é uma reclamação comum dos moradores, que afirmam não haver estrutura pública para eles já que tudo é revertido para os turistas. Contudo, não se percebe uma reflexão acerca do tipo de turismo e de turistas que a cidade quer receber, pois as últimas informações sobre a atividade evidenciam o intenso crescimento do turismo de um dia⁵, comprovado pela crescente entrada de ônibus no município. É importante destacar, ainda, que esse investimento concentrado no turismo e nos espaços ocupados pela atividade faz com que a população se distancie cada vez mais das decisões e envolvimento com o turismo, pois acredita não receber benefícios do setor, apenas seu ônus.

A demora em se preocupar com a análise e compreensão dos impactos negativos provocados no âmbito social (isso se ocorrer uma preocupação, e não um processo de isolamento, ou seja, um descarte do que não convém aos olhos do turista) é uma incongruência, já que o turismo depende de uma relação estabelecida entre o turista (consumidor) e o morador (anfitrião). Complica-se ainda mais o cenário quando se compreende que o avanço/crescimento do turismo ainda depende de uma satisfação das expectativas prévias por parte do visitante, o que perpassa, obrigatoriamente, pelas relações sociais ali estabelecidas, inclusive pelas ações de hospitalidade.

Ignorar tal aspecto pode levar a sentimento de rejeição, como explicam Martín-Martín, Ostos-Rey e Salinas-Fernández (2019), já que relegam a qualidade e sustentabilidade para segundo plano. Nematpour e Faraji (2019) acreditam que os

⁵ Fluxo de visitantes que chegam/saem no mesmo dia da localidade turística, seja por lazer, recreação, férias, visita a parentes e amigos, negócios ou motivos profissionais, entre outros (OMT, 1994).

impactos sociais são capazes de influenciar costumes, hábitos, vida social, crenças e valores dos residentes de destinos turísticos, trazendo consequências, como complementam Demirovic *et al.* (2018), para a qualidade de vida dos residentes e para os recursos naturais dos quais tais populações fazem uso. Neste contexto, adota-se a compreensão de Gjerald (2005), de que o crescimento de certas atividades e comercialização de aspectos culturais e naturais que, por um lado, ajudam na propagação do turismo local, mas, por outro, contrariam o uso tradicional pelas comunidades, podem gerar hostilidade aos turistas.

Para que as relações de hostilidade não se concretizem e que memórias positivas possam ser criadas (mantendo o destino turístico como local de interesse de visitação no curto, médio e longo prazo), dependem-se de questões culturais que envolvem, dentre outros aspectos, o comportamento da popula o local, a disponibilidade para receber o turista e a receptividade para a atividade turística na localidade (ÁLVARES; SILVA; CAVALCANTI, 2006). A comunidade local deve ser compreendida em seu papel de anfitriã, qualquer que seja o espaço em que as rela es são estabelecidas, desenvolvendo-se rela es que incentivem a perpetua o dos contatos estabelecidos – quem sabe de modo mais duradouro.

Para De Kadt (1984), para a manuten o da atividade turística na localidade   preciso compreender um pouco as características do turista (seu grupo, estilo de vida e origem); as características do passeio (dura o, número de localidades visitadas); o modo de organiza o (viagens individuais ou por pacotes); o tipo de facilidades utilizado (transporte e acomoda o); e a motiva o para a viagem. Tal compreensão poderá auxiliar no direcionamento de esforços para se alcançar os benefícios do turismo, já que o turismo, enquanto atividade pode criar diversos problemas, como explica Young (1973) (Quadro 1).

Quadro 1 – Fatores de satura o do turismo

1	A divisão do espaço para acomodar os turistas limita o uso da terra para outros propósitos mais urgentes.
2	O crescimento da sazonalidade e os baixos salários se tornam uma ameaça � estrutura de empregos local (principalmente se houver dependência dos empregos do setor do turismo).
3	O crescimento do turismo provoca uma pressão na infraestrutur� urbana – principalmente no transporte.
4	Devido � combina�o dos fatores, a aliena�o dos moradores em rela�o ao turismo se torna um estágio inevitável.

Fonte: adaptado de Young (1973, p.113)

Ao considerar o Quadro 1, observa-se que os quatro aspectos ali expostos caracterizam a cidade de Campos do Jordão (SP). A divisão espacial da cidade se evidencia pela delimitação das três vilas principais, sendo que a do Capivari, desde os seus primórdios, a mais turística, criou um zoneamento para que apenas uma aristocracia pudesse ocupar seus espaços (aspecto que será mais explorado no capítulo quatro). Lickorish (1991) chama essa divisão de um Turismo de Enclave, já que envolve uma decisão consciente de segregar os turistas dos demais moradores, atenuando os contatos a partir de uma pré-seleção. Já em relação aos empregos, critério dois, ao considerar os dados do IBGE (divulgados em julho de 2016), o setor de serviços correspondia por 65% do Produto Interno Bruto do Município (de 2010 a 2013), além da característica de contratação de temporários para atender demandas específicas, mantendo um pequeno número de empregados fixos.

A pressão na infraestrutura urbana (critério três) se dá pelo aspecto da mobilidade na alta temporada, momento em que diversos carros e ônibus acessam a localidade. Com uma população estimada de 52.713 (2021), e a partir dos dados do Observatório do Turismo de Campos do Jordão (2017), considerando a movimentação em 2015⁶, por exemplo, os meses de junho, julho e agosto continuam os mais intensos em função do inverno, sendo o principal meio de chegada à cidade os ônibus de turismo, seguidos por veículos de passeio e motos. Pelos dados divulgados, percebe-se também o aumento do chamado “turismo de um dia” – em 2015, foram registradas 774 chegadas de ônibus em julho, 457 em junho, 337 em setembro e 306 em novembro.

O quarto critério (a alienação dos moradores) ainda carece de análise, embora a pouca participação da população nas reuniões da Câmara local possa ser um indício dessa realidade. Neste sentido, Lankford (1994) mostrou que os residentes não sentem o governo realizar esforços para minimizar os impactos do turismo e que, apesar dos empregos criados, os mesmos acabam por não atrair muito o interesse dos mais jovens, assim como o valor pago não ajuda a custear o estilo de vida almejado. Nas pesquisas nacionais, como a de Souza (2012), evidencia-se, ainda, a pressão que a população coloca sobre o poder público, delegando a ele a função de

⁶ Os dados foram apresentados publicamente em um evento ocorrido em 12/04/2016 no espaço Dr. Além, com envio posterior do arquivo da apresentação - a realização do encontro pode ser verificada na página da Asstur - <https://www.asstur.org.br/pagina95fe.html?item=654> – Asstur News nº 42, acesso em 15/05/2018).

organizar o turismo, ela própria excluindo-se deste processo, uma postura que precisa ser revista.

Assim como acontece em diversas cidades elevadas à categoria turística, Campos do Jordão (SP) passou por uma transformação de sua imagem, tal transformação foi comandada por um grupo de investidores que visavam extinguir a imagem de um local voltado para o tratamento da tuberculose para outra reconhecida pela sua oferta turística, seguindo o mesmo padrão de compreensão do turismo presente em outras localidades com tais potenciais: o desenvolvimento do turismo é visto como um importante setor de atividade econômica – como explicam Ko e Stewart (2002); Kim, Uysal e Sirgy (2013); Wise, Mulec e Arimenski (2017) e Çelik (2018) –, tanto para melhorar a economia local, como para o surgimento de novos empregos; novas receitas; taxas adicionais e melhoria da infraestrutura, que poderá, por conseguinte, atrair novas indústrias. Para Wang e Xu (2015), os residentes veem o turismo como uma importante ferramenta para a revitalização da economia local, o que resultará na melhoria da qualidade de vida para eles. Os autores afirmam, ainda, que muitas cidades usam o turismo para estimular um orgulho cívico, para melhorar o perfil público da cidade, e atrair investimentos. Afirma-se, assim, que o seu desenvolvimento deveria ter como objetivo a melhoria da qualidade de vida dos residentes da localidade por meio dos benefícios econômicos, sociais, culturais, recreacionais, entre outros (McCOOL; MARTIN, 1994), não podendo negar que as vidas dos residentes serão alteradas pela atividade (KIM; UYSAL; SIRGY, 2013).

Ao atingir o status de cidade turística, os lugares turísticos explorados pelos meios de comunicação de massa, especialmente aqueles transformados em símbolos de lazer, do hedonismo e do prazer, passam a apresentar relação com graves alterações sociais e ambientais provocadas pelo crescente fluxo migratório, explica Antunes (2006). Sem ignorar que o impacto imediato é o empregatício, De Kadt (1984) já levantava algumas questões a se considerar durante o processo de estruturação do destino como: quais empregos serão gerados? Que tipos de habilidades serão exigidos? Qual tipo de emprego mais será procurado?

Segundo dados do IBGE (2016), Campos do Jordão apresenta um PIB de R\$23.400,87, sendo que 61% das receitas são oriundas de fontes externas. No quesito empregatício, 28,6% da população encontram-se empregadas com salário médio mensal de 02 salários mínimos. Os dados do Observatório do Turismo de Campos do Jordão (2017) apresentam o número de empregos formais em torno de

12.765 (nos anos de 2014, 2015 e 2016). Considerando essa realidade com a explicação de De Kadt (1984), pode-se presumir que os jordanenses possuem uma relação empregatícia indireta, marcada pela informalidade com a atividade turística, o que poderia justificar o descontentamento de uma parte da população com os turistas (aspecto que precisa ser considerado no planejamento e reestruturação da atividade no território).

Ap (1992) reforça que o conceito de poder-dependência precisa ser considerado ao se analisar a atividade e as relações ali estabelecidas. Se as comunidades investem no turismo como única alternativa de “sobrevivência”, a dependência da atividade será muito grande, retirando da população o poder decisório e o desenvolvimento do espaço para o turismo. Para Johnson, Snepenger e Akis (1994), é importante que a população assuma o turismo como um processo complementar da economia, e não como uma relação de dependência; desta maneira, os efeitos provocados pela atividade turística serão atenuados e as decisões sobre planejamento e reorganização, refletidos. Andereck e Vogt (2000) explicam que deveria ser a comunidade a ter voz final acerca dos impactos, positivos ou negativos, do turismo.

Defende-se que contar com o apoio da população local é fundamental já que a amabilidade dos residentes é um elemento básico do produto turístico (CARDONA; CRIADO; CANTALLOPS, 2015). Quando os residentes estão envolvidos no planejamento e no desenvolvimento da atividade, o turismo se dará de forma responsável socialmente (e ambientalmente), sendo este apropriado pela comunidade local (KO; STEWART, 2002). A concordância da comunidade em apoiar o desenvolvimento do turismo revela-se um dos pilares principais para a manutenção da atividade no longo prazo (DEMIROVIC *et al.*, 2018).

Manter esse apoio durante o desenvolvimento do turismo é importante, pois as interações amigáveis entre residentes e turistas criam um efeito significativo na satisfação do visitante com o destino (WANG; XU, 2015). Este aspecto não pode mais ser ignorado, principalmente em cidades que já possuem o turismo como atividade condutora do desenvolvimento urbano, como é o caso da cidade selecionada como objeto deste estudo. Para Blackstock (2005), De Kadt (1984) e Gursoy, Jurowski e Uysal (2002), o turismo é altamente dependente do envolvimento da comunidade local, seja como empreendedores, funcionários, ou com a boa-vontade da população geral em relação aos turistas. Por isso, se enfatiza que sem um planejamento

adequado e gestão, com a distribuição equitativa dos benefícios, rapidamente ocorrerão ações de hostilidade (HARRIL, 2004) e inospitalidade, contribuindo para o declínio do destino em questão.

Garantir um espaço propício às construções de relações permeadas pela hospitalidade é um desafio em destinos já reconhecidos pelo turismo de massa. Tal desafio se faz ainda mais presente nos momentos de alta temporada ou feriados, quando tais destinos recebem muitos turistas que nem sempre respeitam as regras locais (explícitas e implícitas). Ao analisar os dados do Observatório do Turismo de Campos do Jordão (2017), segundo os quais a cidade apresentou um crescimento no número de visitantes desde 2014. Em 2017, eram 4.552.463 visitantes identificados, ante os 3.533.223 de 2014. Em comum nesses anos de análise a alta frequência no mês de julho. O estudo também mostra uma evolução no turismo de um dia. No mês de julho daquele ano adentraram a cidade 1.458 ônibus de excursão (totalizando 64.152 visitantes), e 7.781 motos, identificadas como sendo de turistas interessados em passar apenas o dia na localidade, retornando às suas cidades de origem ou ao destino principal da viagem (geralmente a cidade de Aparecida) no final do dia. Além de ônibus e de motos, foram identificados 188.353 veículos (particulares), correspondentes a 565.059 visitantes. Acrescenta-se a esses dados que, no período de julho de 2017, a taxa de ocupação foi de 45,25%, confirmando que os turistas que se utilizaram de ônibus e motos não pernoveram na cidade.

Tal pressuposto provoca uma reflexão, leva à necessidade de a cidade reavaliar o formato adotado atualmente para a prática turística, minimizando os impactos ambientais, culturais e sociais. A divulgação massiva do local como um destino propício ao turismo de inverno em nada beneficiará a reconfiguração da cidade e o replanejamento da atividade. Também leva a constatar a necessidade de ações diretas para a comunidade local, mas envolvendo-a nas decisões, o que não acontece atualmente, relegando ao setor público e privado as decisões de seu interesse. A revitalização do turismo local em busca de uma maior participação de todos os envolvidos – direta e indiretamente-, assim como a distribuição dos ganhos com a atividade - seja pela oferta de empregos, pela melhoria de infraestrutura, pela ampliação da oferta educacional, entre outros-, são essenciais para envolver e compreender como se dá a participação da comunidade.

Uma ponderação deve ser realizada acerca da constatação de Wosnam (2012), para quem em boa parte das pesquisas que envolvem os residentes está a

ideia de que o turismo é uma perturbação na vida da comunidade local, que há um conflito inerente entre os residentes e os turistas. Ap (1992), por sua vez, afirma que a principal dificuldade para o desenvolvimento do turismo está na definição de quem são os anfitriões, pois muitos acreditam que a população está aquém de tal participação, já que não sabe o valor real da atividade turística.

Assume-se, como já exposto, a necessidade de resgatar o papel da comunidade como anfitriã-residente, já que a considera como a anfitriã responsável pela efetivação da relação de hospitalidade. Adota-se também a visão de Blackstock (2005, p.40) quando este afirma que “o desenvolvimento comunitário procura explicitamente dismantlar as barreiras estruturais à participação e desenvolver respostas coletivas emancipatórias às questões locais⁷”. Desta forma, busca, primeiramente, ressaltar o empoderamento dos moradores, reconhecendo-os como corresponsáveis pelo desenvolvimento local, para, posteriormente, abordar uma relação de harmonia entre eles e os turistas. Assim como Pires e Alcantarino (2008), o estudo acredita que a conduta da comunidade local frente à instauração da atividade turística, embora seja algo esquecido por alguns técnicos, é essencial para garantir a sustentabilidade do turismo como atividade econômica e social numa dada localidade.

Teye, Sonmez e Sirakaya (2002) destacam que, entretanto, os anfitriões-residentes são constantemente ignorados no processo de (re)planejamento da atividade turística. Não se pensa em um processo emancipatório, como explicam Álvares, Silva e Cavalcanti, (2006), não acarretando uma autogovernança, o que exigiria uma compreensão dos processos de construção do coletivo. Para Cardona, Criado e Cantallops (2015), qualquer mudança só será possível se se entender como se formam e se constituem as reações da comunidade local.

Considerando as pesquisas analisadas, verificou-se que os debates teóricos costumam abordar localidades que estão no início do seu desenvolvimento turístico, sendo comum encontrar pesquisas abordando a prática turística em ambientes rurais, com ações de base comunitária ou social. Entretanto, tais análises não discutem sobre o que fazer para atenuar os impactos já percebidos em comunidades que desenvolveram o turismo. É de se concluir que o desafio, nesses casos, se torna maior, pois os impactos da atividade já estão tão enraizados na sociedade, que, muitas vezes, as pessoas não os notam mais – conseqüentemente, não lutam para a

⁷ Tradução livre do trecho: Community development explicitly seeks to dismantle structural barriers to participation and develop emancipatory collective responses to local issues (tradução da autora)

reversão da situação danosa. Por isso deve-se entender a reação nem sempre favorável dos anfitriões-residentes em destinos já consolidados, atendendo a prerrogativa exposta por Panosso Netto (2011), quando este defende que os novos estudos devem responder aos novos problemas criados pela prática do turismo.

Essas novas reflexões já aparecem nos debates dos últimos anos acerca do denominado “*over-tourism*”, com destaque para Jamal e Getz (1995); Bresson e Logossah (2011); Martín-Martín, Ostos-Rey e Salinas-Fernández (2019), além de Veiga *et al.* (2019), que abordam as relações que o turismo intenso por algumas horas provoca em algumas localidades, como é o caso das cidades portuárias, que recebem navios cruzeiros, assim como a relação de alguns espaços que, reconhecidos pela sua importância turística, recebem cada vez mais visitantes. Para estes autores, o termo “*over-tourism*” caracteriza-se pela chegada de muitos visitantes em um determinado lugar ao mesmo tempo, não devendo ser confundido com o turismo de massa, que costuma ter a sua demanda um pouco mais distribuída na temporada, exigindo uma infraestrutura muito maior e consolidada.

Com o aumento da percepção acerca dos impactos do turismo, aumenta-se o número de estudiosos dispostos a investigar essas novas realidades, como Aquino, Lück e Schänzel (2018); e Çelik (2018). O impacto na qualidade de vida da comunidade local também vem sendo estudado, por exemplo, por Carneiro, Eusébio e Caldeira (2017), enquanto interações entre hóspede e anfitrião são analisadas pela perspectiva do *place attachment*, em Eusébio, Vieira e Lima (2018); já as atitudes dos anfitriões como fator de impacto no turismo recebem atenção de Fan, Liu e Qiu (2018). Pode-se, ainda, explorar o nível de felicidade dos residentes em relação ao processo de recepção e acolhimento dos turistas, um relevante condicionante a ser considerado no processo de planejamento turístico, como aborda Borges (2017).

Percebe-se que, apesar de apontarem o descontentamento de comunidades locais com o avanço do turismo, tais estudos pouco se aprofundam no debate e tentativa real de minimizar tais impactos. Essa crítica já fazia parte das observações de Pearce, Moscardo e Ross (1996) que, resumidamente, apresentam três grandes entraves para o crescimento e aprofundamento da pesquisa, justamente quando relacionada aos impactos nas comunidades anfitriãs-residentes (Quadro 2).

Considerando o primeiro problema apontado, define-se para este estudo que o turista representa o hóspede, o visitante que traz expectativas para a cidade visitada, procurando ter uma experiência positiva a partir de um ideal buscado, construído com

o imaginário perpetuado pela sociedade acerca de determinado destino. A comunidade passa a ser reconhecida como a anfitriã-residente, responsável pela receptividade (comercial ou social) do turista que chegará à localidade, tendo como ação ideal a demonstração genuína de sua cidade e características importantes. É a partir desta relação que se efetivará o turismo, compreendido aqui além de seu contexto de deslocamento, mas, sim, pela dimensão da hospitalidade, como uma relação estabelecida entre turista e anfitrião-residente em um destino turístico, de forma a maximizar a experiência almejada pelo primeiro.

Quadro 2 – Entraves para a pesquisa sobre impactos do turismo em comunidades locais

01	Problemas de definição e de medição em relação aos conceitos de turistas, turismo e comunidade.
02	Dificuldades na descrição e na construção de um perfil dos impactos do turismo identificados.
03	Falta de uma teoria.

Fonte: adaptado de Pearce, Moscardo e Ross (1996)

Sobre o segundo problema enfatizado pelos autores (perfil dos impactos), buscou-se, a partir dos procedimentos metodológicos (sob a premissa da fenomenologia, por uma abordagem integrativa utilizando-se da técnica de questionário e grupo focal), delinear os impactos mais perceptíveis pela comunidade para se criar bases de debate e análise de possíveis soluções. Em relação ao terceiro apontamento, ausência de uma teoria, acredita-se que avanços precisam ser feitos para a compreensão desses impactos e adoção de medidas para atenuá-los. Este estudo propõe, assim, incorporar ao debate os preceitos da hospitalidade, compreendidos a partir da perspectiva de uma sociedade caracterizada como um sistema social, de característica autopoietica.

Aliam-se a esses fatores para a análise de Campos do Jordão (SP) aspectos apontados por Young (1973), Liu e Var (1986), Figueroa e Rotarou (2016), Martín-Martín, Ostos-Rey e Salinas-Fernández (2019), entre outros, como o trânsito e congestionamentos (primeiro ponto de saturação atingido) e facilmente percebidos no mês de julho, principalmente em finais de semana; assim como o crescimento das casas de segunda residência, aspecto marcante em Campos do Jordão, com seus bairros e casas grandiosas, pouco visitadas e atualmente utilizadas como aluguel em alta temporada ou cadastradas pelo AirBnB, plataforma de serviço que permite a

peças do mundo inteiro oferecer suas casas para usuários que buscam acomodações com preços mais em conta.

O que se pode tomar, nesta etapa introdutória, como similar nas pesquisas analisadas é a de que, quando uma comunidade se converte em destino turístico, a qualidade de vida dos residentes é afetada, pelo fato de se ter um aumento da população (mesmo que temporário), um maior uso da infraestrutura e todo um conjunto de trocas de diversas variáveis socioeconômicas (CARDONA; CRIADO; CANTALLOPS, 2015). Acredita-se que a capacitação para potencializar as condições locais para o desenvolvimento do turismo como um fator de desenvolvimento social e econômico da região deve levar em conta as relações entre o local e o universal, entre as identidades sociais construídas e a abertura para o reconhecimento com o diferente (ÁLVARES, SILVA; CAVALCANTI, 2006), sendo imprescindível reconhecer os impactos que a atividade turística pode provocar na comunidade local, compreendida aqui como a comunidade anfitriã.

2.2 IMPACTOS DO TURISMO NA COMUNIDADE ANFITRIÃ

Até esse momento, destacou-se como os investimentos no turismo são justificados pela importância econômica, principalmente na questão de geração de empregos e atração de novas divisas. Entretanto, com a intensidade da atividade em determinadas localidades e a atração de uma massa em determinados períodos do ano, impactos começaram a ser identificados – e, posteriormente, analisados.

Como apresentado até o momento, o turismo provoca reações na comunidade local, variando sob uma perspectiva positiva ou negativa, mas poucos estudos são encontrados a respeito, quando comparados ao volume dos que avaliam os ganhos econômicos, as reações dos turistas, o perfil dos visitantes, entre outros elementos. De Kadt (1984) já ressaltava que uma das razões para o pouco estudo dos impactos do turismo sob a visão dos moradores é o estereótipo atrelado às comunidades locais, vistas como capazes de atender às necessidades mais básicas dos visitantes com o mínimo de esforço ou estresse. Para o morador local, o interesse do visitante sobre a cultura de sua localidade seria motivo de orgulho. Ignora-se nessa relação que uma boa parte da atividade turística costuma ser praticada de forma massificada, com as pessoas visitando os atrativos principais, realizando o registro fotográfico comprobatório da visita e retornando para casa posteriormente. Tal padrão é

evidenciado também em pesquisas mais atuais, como as de McCombes, Vanclay e Evers (2015); Meimand *et al.* (2017), Nogués-Pedregal, Travé-Molero e Carmona-Zubiri (2017), entre outros. No cenário dos impactos sociais do turismo e partindo do pressuposto de que quase nenhuma interação, além do aspecto comercial, é realizada entre anfitrião e visitante; fica a pergunta: Como garantir que uma relação de hospitalidade seja estabelecida entre eles?

Christou e Sharpley (2019) insistem no turismo como função da natureza interacional, enquanto Paulaskaite *et al.* (2017) e Kitson (2015), defendem compreendê-lo como um processo de um urbanismo “hospitaleiro”, seguindo os padrões expostos por Bell (2007a, 2007b). Çelik (2018) defende que o turismo oferece um processo de interação com o ‘outro’, para além dos seus conhecidos diretos, possibilitando, o que Carneiro, Eusébio e Caldeira (2017) chamam de trocas recompensadoras entre residentes e turistas.

Para tanto, Silva e Marques Junior (2016) pontuam a necessidade de se buscar a percepção dos benefícios e dos custos do turismo por parte da comunidade local, pois esta pode influenciá-la a apoiar ou não o desenvolvimento do turismo em uma localidade. As percepções subjetivas da comunidade local sobre o turismo afetam o seu comportamento em relação aos turistas (ANDRIOTIS; VAUGHAN, 2003) e, conseqüentemente, afetam as relações de hospitalidade. McCool e Martin (1994) explicam que quanto maior o envolvimento da comunidade nas relações estabelecidas pelo turismo e a divisão equitativa de seus custos, maior a preocupação com o bem-estar do turista. A extensão da hospitalidade, cortesia e simpatia em relação aos turistas (ou a oposição) passa a ser resultado desses encontros, sejam eles favoráveis ou não (AP, 1992).

Segundo Butler (2016), as necessidades das comunidades locais se tornaram, recentemente, tema de interesse nos debates sobre o desenvolvimento turístico, particularmente em países em desenvolvimento. Diversas pesquisas internacionais, como as de Andereck e Nyaupane (2011), Andriotis e Vaughan (2003), Ap e Crompton (1993), Lawson *et al.* (1998), Gursoy, Jurowski e Uysal (2002), entre outros, demonstram que a população local avalia positivamente o turismo, sendo que em poucos casos se considerou o turismo negativo para a localidade (como evidenciado no estudo de EUSÉBIO, VIEIRA; LIMA, 2018). Já no Brasil, por exemplo, as pesquisas de Carvalho (2009), Sperb e Queiróz (2013), Telles e Gândara (2012), Souza e Vieira Filho (2011), entre outras, identificaram uma percepção negativa da população em

relação ao turismo, principalmente quando esses espaços são ocupados por pessoas com classes sociais muito distintas. No geral, a análise sob a perspectiva positiva é permeada por aspectos como a geração de empregos, melhoria da infraestrutura, entre outros, enquanto a perspectiva negativa é geralmente atribuída aos custos culturais e ambientais para o desenvolvimento da atividade.

Andriotis e Vaughan (2003) e Chen (2000) acreditam ser mais provável que os residentes tenham uma noção tanto dos aspectos positivos quanto negativos gerados a partir do turismo e, assim, tiram suas conclusões baseando-se em ponderações relativas em relação aos benefícios e custos. Young (1973) propõe considerar a hipótese de que há um ponto de saturação do turismo em uma determinada localidade e, se esse ponto for excedido, os custos do turismo serão superiores aos benefícios.

Huh e Vogt (2008) sugerem que as análises que envolvam as atitudes dos residentes sejam feitas por um determinado período para que seja possível, efetivamente, identificar o apoio da comunidade ao setor, a real criação de empregos, o impacto no custo de vida e a retenção de jovens e aposentados. Como exposto anteriormente e reforçado pelos autores supracitados, uma análise permeada pelo viés econômico poderia trazer resultados falsos, pois uma conclusão a partir dessa perspectiva (econômica) tenderia a mudar com o passar do tempo. Também por isso, torna-se essencial que as pesquisas relacionadas aos impactos nas comunidades receptoras ocorram de forma longitudinal, visando avaliar as alterações que podem ocorrer, principalmente comparando períodos de baixa e alta temporada; períodos com maior ou menor oferta de empregos; períodos de maior número de eventos na localidade ou de visitantes de um dia.

Para Lawson *et al.* (1998), é ainda preciso considerar o processo, intensidade e tempo de interação entre os residentes e turistas. Essa é a mesma visão de Andereck e Nyaupane (2011) quando afirmam que a frequência de contato entre os residentes e turistas afeta substancialmente a percepção do papel do turismo na economia local; o que sugere que aqueles que possuem mais contato com os turistas compartilham uma visão mais positiva da atividade (caracterizada pelo aspecto de benefício pessoal). Entretanto, este não foi o resultado encontrado por King, Pizam e Milman (1993) e por Eusébio, Vieira e Lima (2018), em um dos poucos estudos internacionais que evidenciam os aspectos negativos do turismo na localidade, tendo sido avaliado negativamente mesmo pela população que dele depende para sua sobrevivência.

Apesar das diversas tentativas em se compreender o turismo e seus impactos (DOXEY, 1975; FÚSTER, 1975; BUTLER, 1980; AP; CROMPTON, 1993; RYAN; MONTGOMERY, 1994; PEARCE; MOSCARDO; ROSS, 1996; FAULKNER; TIDESWELL, 1997; SMITH; KRANNICH, 1998; WILLIAMS; LAWSON, 2001; ANDRIOTIS; VAUGHAN, 2003, entre outros), muitas das pesquisas sobre turismo e seus impactos se restringiram à categorização dos impactos como positivos e negativos, aponta McCombes, Vanclay e Evers (2015) (Quadro 3).

Quadro 3 – Impactos do turismo sob a perspectiva do anfitrião

Impactos Positivos	Impactos Negativos
Melhoria da economia	Trânsito e congestionamento
Mais oportunidades de recreação	Drogas
Mais opções de parques	Lotação de espaços públicos
Melhoria da qualidade de vida	Degradação da moralidade
Melhoria da aparência da cidade	Problemas de estacionamento
Encorajamento de atividades culturais	Declínio da hospitalidade local
Mais oportunidades de compras	Crimes
Melhoria da imagem da cidade	Atitudes negativas no trabalho
Trocas culturais	Qualidade de vida
Melhoria de infraestrutura básica	Meio ambiente
Melhoria da educação	Aumento do custo de vida
Novas perspectivas culturais	Lixo
Melhoria na oferta de serviços complementares	Excesso de barulho
Maior oferta de empregos	Homogeneização Cultural
	Especulação imobiliária

Fonte: a autora, baseado em Andereck e Vogt (2000); Andereck e Nyaupane (2011); King, Pizam e Milman (1993); Ross (1992); Rothman (1978), 2021.

O que se percebe é que tanto impactos positivos quanto negativos irão acontecer em qualquer comunidade que tenha o turismo desenvolvido em sua localidade. O que ocorrerá é uma mudança de percepção, ou seja, os moradores considerarão (de forma empírica) os benefícios e malefícios da atividade e, ponderando esses aspectos, irão se posicionar. Reforça-se que o aspecto econômico pode ser o grande influenciador desta percepção, pois se o residente sentir que tem uma resposta do turismo em ganhos financeiros – com melhoria da qualidade e estrutura de vida – seu posicionamento será positivo, independentemente da existência de congestionamentos, aumento de preços, entre outros aspectos negativos. Caso contrário, não importam as melhorias que ocorram na cidade, os residentes irão sentir que os custos de ocupação do espaço por outras pessoas serão

mais intensos, pois não se sentirão recompensados – financeiramente – pelos transtornos que ocorrerão⁸.

Os impactos positivos e/ou negativos podem ocorrer de diferentes formas e intensidades. O que a literatura (tanto nacional quanto internacional) concorda é que a presença de turistas em larga escala gera duas respostas contraditórias por parte dos residentes. Por um lado, eles percebem e convivem com os impactos negativos provocados pela atividade, principalmente aumento dos preços e superlotação; porém, também convivem com os impactos positivos como aumento de receitas e a expansão comercial (ROTHMAN, 1978). O maior problema, contudo, é que os custos dos impactos negativos não são compartilhados de forma equitativa na cadeia do turismo, pois os turistas alcançam o seu objetivo que é o lazer; os empresários alcançam os lucros; mas os moradores se tornam os mais afetados, tendo que conviver com os dados gerados pelos interesses privados, sem recompensas pelas perdas sofridas (RENOÓ; TEIXEIRA, 2007).

Nas diversas pesquisas sobre a percepção da comunidade em relação ao turismo, como as de Gursoy, Jurowski e Uysal (2002), Ap (1992), Nunkoo e Gursoy (2012); Andriotis e Vaughan (2003); Andereck e Nyaupane (2011), Pearce, Moscardo e Ross (1996), McGehee e Andereck (2004), Teye, Sonmez e Sirakaya (2002), entre outros, em comum está a ideia de que, se os benefícios do turismo não são identificados pelo anfitrião-residente, ou se estes forem mínimos, o apoio ao desenvolvimento da atividade provavelmente irá declinar, resultando em atitudes negativas ou mesmo evidente oposição para o turismo em sua comunidade. Quando as normas de reciprocidade e justiça são violadas, a desvantagem que o ator pode sentir afeta as relações futuras (AP, 1992). Para Teye, Sonmez e Sirakaya (2002), o que os residentes oferecem além neste processo de troca é o apoio ao desenvolvimento do turismo, em suma, é ser hospitaleiro e tolerar as inconveniências criadas pelo turismo.

Apesar de identificado que a teoria da troca social permeia boa parte dos artigos publicados internacionalmente a respeito dos impactos do turismo na visão dos residentes, alguns autores começam a tecer críticas quanto ao uso exclusivo de tais bases. Andereck e Nyaupane (2011), assim como Gursoy, Jurowski e Uysal (2002) e outros reforçam que a teoria preconiza que as pessoas tendem a avaliar positivamente

⁸ Vale ressaltar que se considera esta uma visão limitada, pautada em uma teoria reconhecida como Troca Social e que será mais debatida no decorrer do capítulo.

a atividade se tiverem algum ganho econômico. Acredita-se ser essa uma limitação considerável, pois mantém um viés econômico, até que o indivíduo perceba que o montante financeiro proveniente dessa troca deixa de ser suficiente para manter sua proatividade com o turismo. Tal limitação também é apontada por Huh e Vogt (2008) e Johnson, Snepenger e Akis (1994). Segundo eles, o apoio da população ao turismo, analisado pela perspectiva econômica, pode levar a falsas interpretações, já que ocorrem muitas oscilações neste campo. Para Wang e Xu (2015), a Teoria da Troca Social assume que a posição dos residentes em relação ao turismo é geralmente passiva, reativa ou interativa; McGehee e Andereck (2004) avaliam que ela coloca o indivíduo em uma encruzilhada já que ele só se envolverá na troca se perceber que receberá ganhos, levando os autores a se questionarem: onde estariam os que perdem? Não se envolvem em nenhuma relação?

No entender de Gursoy, Jurowski e Uysal (2002), já que os fatores considerados importantes pela comunidade local serão determinantes para definir suas percepções do turismo, sejam elas positivas ou negativas, cabe aos pesquisadores identificarem quais são estes fatores. Comentários nesse sentido também foram feitos por Nunkoo e Gursoy (2012); Leep (2007); Wang e Xu (2015) e McGehee e Andereck (2004). Para Nunkoo e Gursoy (2012), como a Teoria da Troca Social omite o residente enquanto indivíduo autônomo, com sua própria identidade, faz-se necessária a adoção da Teoria da Identidade para que se possa investigar a influência das identidades dos moradores nas atitudes e apoio em relação ao turismo. Leep (2007) também traz uma nova perspectiva para discutir a questão. Trata-se da Teoria da Ação Racional, pela qual se pode persuadir, pela lógica (dos ganhos com o turismo), a população a participar ativamente da atividade. Wang e Xu (2015) trabalham com a Teoria do Local Identitário, pois esta defende que o primeiro dinamismo só será possível se originado a partir do conceito próprio do residente de local.

Ryan e Montgomery (1994) reforçam que os impactos negativos são mais potencializados nas localidades que recebem o Turismo de Um Dia. Esse fato é evidenciado nos finais de semana em Campos do Jordão (SP), com a crescente chegada de ônibus, principalmente vindos de Aparecida (SP), conhecida pelo seu intenso turismo religioso. Considerando-se os dados do Observatório de Turismo da

Prefeitura de Campos do Jordão (2017)⁹, os meses de junho, julho e agosto continuam a ser os mais intensos em função do inverno – apenas em julho de 2016, chegaram à cidade perto de 640 mil turistas. O principal meio de chegada à cidade são os veículos de passeio, ônibus de turismo e motos, com um crescente “turismo de um dia”, fato reforçado pela taxa de ocupação em julho daquele ano de 41,71% (com uma taxa anual de 35,75%).

Soares, Galeno e Ros (2013) complementam com outros aspectos igualmente verificados em Campos do Jordão. Explicam que a comunidade acaba por se tornar uma mera expectadora da atividade turística, sendo muitas vezes explorada com pagamento de baixos salários – fato citado pelos jordanenses em conversas informais; acúmulo de lixo deixado pelos turistas –; – atitude perceptível em alguns bairros: ignorando os cachorros de rua que atacam as lixeiras durante a noite, eles não protegem o lixo ou não o embalam adequadamente; danos à fauna ocasionados pelo som alto – algo também muito comum, e agravado principalmente nos finais de semana pelo barulho de diversas motos no estilo *off road*.

Leep (2007) afirma, contudo, que se a população local conseguir identificar ganhos para a cidade, os impactos negativos deixam de ter a devida relevância, ou seja, o aspecto econômico e de melhoria de qualidade de vida acabam tendo mais influência e confirma-se que esses indicadores de que as obrigações sociais e culturais do desenvolvimento do turismo estão sendo alcançadas. Para Teye, Sonmez e Sirakaya (2002), alguns fatores são determinantes para embasarem a opinião dos residentes em relação ao turismo, entre eles o tipo e extensão da interação anfitrião-hóspede; a importância do turismo para a comunidade; a extensão da confiança dos indivíduos no setor; e o desenvolvimento geral do turismo na comunidade.

Caso o aspecto econômico e de ganhos indiretos para a população não se sobressaia, e as atitudes negativas prevaleçam, uma saturação psicológica da população local poderá ocorrer, assim como a perda da vontade de receber os turistas, principalmente quando precisam competir entre eles por uma gama de serviços básicos (YOUNG, 1973; WILLIAMS; LAWSON, 2001), como supermercados, vagas de estacionamento, entre outros. Para Rothman (1978), os moradores passam a evitar algumas áreas, fazendo com que alguns aspectos de sua vida social se deteriore. Na pesquisa de Silva e Sant’Anna (2015) ficou evidenciado que a

⁹ Apresentação pública dos dados realizados em abril de 2017, nos moldes de 2016, em sessão pública no espaço Dr. Além.

comunidade local não se identifica com o turismo, não participa do seu processo de desenvolvimento e fica marginal às possibilidades que ele oferece. Tal fato também foi registrado na pesquisa de Souza e Vieira Filho (2011), segundo os quais o contraste socioeconômico entre moradores e visitantes resulta em uma gradual exclusão social da comunidade de certos processos e benefícios advindos da atividade. Para os autores, essa relação desigual acarreta uma série de conflitos para os moradores, que percebem o turista de forma ambígua, oscilando entre a aceitação e a rejeição. Na pesquisa de Telles e Gândara (2012) atestou-se que os habitantes passaram a perder sua autoestima, enquanto na pesquisa de Maio, Barretto e Santos (2006) identificou-se que os moradores mais antigos foram os que se sentiram mais indignados com as mudanças provocadas pelo turismo.

Martín-Martín, Ostos-Rey e Salinas-Fernández (2019) apontam que em locais nos quais o turismo é considerado a principal economia (citaram como exemplo a Espanha), sentimentos de rejeição já se tornaram evidentes (muitas vezes representados por assaltos, ataques a ônibus de turismo, destruição de bicicletas e outros atos de vandalismo). Para Naidoo e Pearce (2016), tais reações são provocadas pelo turismo massivo, caracterizado por Pons, Crang e Travlou (2009, p.5) por três elementos: a associação com a democratização do lazer e a extensão do turismo para todos os setores da sociedade; a associação a um tipo particular de produção turística que enfatiza a economia de escala; a associação a uma experiência turística diferente, normalmente simplificada pelos “3 S’s: *sun, sea and sand (also sex and spirits)*”. Já Harrison e Sharpley (2017) defendem como características desse tipo de turismo o movimento sistemático e regular de pessoas, envolvendo diversos setores; o número concentrado de turistas e a sazonalidade; a maior parte dos setores envolvidos visa lucro (por escala, na maioria das vezes); as empresas envolvidas normalmente fazem parte de grandes grupos, ultrapassando as fronteiras regionais; interação entre turista e residente é superficial e restrita ao contexto comercial.

Ao adotar a perspectiva dos impactos sociais da atividade para o presente estudo, entende-se o turismo de massa como aquele realizado em lugares que ofertam uma infraestrutura ampla capaz de atender às exigências dos visitantes, que a eles ocorrem com maior intensidade em determinados períodos do ano, gerando um consumo de símbolos e imaginários da localidade selecionada como destino, sem um contato aprofundado com a comunidade local (ARAMBERRI, 2017; PONS; CRANG; TRAVLOU, 2009; NAIDOO, PEARCE, 2016; BENI, 2019; CRUZ, 2003).

É sob a perspectiva do turismo massivo que se procura entender como os residentes interpretam o turismo em sua localidade e em seu cotidiano. Para tanto, vale reforçar a observação de Ap (1992), ao destacar que os anfitriões-residentes querem garantir que eles recebam de acordo com a participação deles no apoio ao turismo. Se a troca é vista como favorável, a comunidade continuará desenvolvendo atitudes positivas em relação à prática turística. Mas se o retorno não é visto como reciprocamente justo, os residentes irão expressar seu descontentamento e raiva (AP, 1992). Fan, Liu e Qiu (2018) explicam que, no início, os moradores costumam apoiar o turismo em função das melhorias percebidas em sua qualidade de vida. Para esses mesmos autores, os ganhos econômicos contrabalanceiam as perdas sociais e ambientais; entretanto, quando o setor do turismo se desenvolve em todo o seu potencial, os ganhos para a população já foram conquistados e começam a declinar. Como resultado, os anfitriões geram atitudes negativas e eventualmente passam a se aborrecer com o turismo. Para Naidoo e Pearce (2016), o sentimento em relação ao turismo é geralmente negativo já que normalmente os residentes ocupam os cargos com salários mais baixos, enquanto assumem o aumento de custos provocado pelo turismo.

Diante da complexidade dos impactos sociais na comunidade anfitriã, McCombes, Vanclay e Evers (2015) destacam que os estudos atuais tentam fugir da análise dos impactos positivos *versus* impactos negativos. Pela perspectiva da sustentabilidade, autores como Nematpour e Faraji (2019), Martín-Martín, Ostos-Rey e Salinas-Fernández (2019), entre outros, reconhecem a divisão dos impactos em três grandes grupos: econômicos, ambientais e sociais (sendo este último atrelado algumas vezes também ao conceito cultural). Tais estudos compartilham a visão de que muitas análises econômicas já foram realizadas, levantamentos ambientais foram aprofundados, mas a perspectiva dos impactos sociais ainda é negligenciada, como afirmam Meimand *et al.* (2017).

Pestek *et al.* (2019) complementam que, pela ótica dos impactos sociais, as pesquisas demonstram resultados mistos, tanto positivos quanto negativos, que se tornam ainda mais evidentes especialmente em destinos turísticos nos quais os turistas possuem um poder financeiro maior do que as comunidades locais. Entender essas reações negativas por parte da população local em relação ao turismo é um dos pilares de estudo, segundo Nematpour e Faraji (2019), que mais necessitam de aprofundamento. Deve-se, ainda, compreender a influência da conexão do residente

com a cidade para a aceitação do turismo, a proximidade da moradia com a zona turística, a relação da idade com o envolvimento com o turismo, entre outros (ALRWAJFAH; ALMEIDA-GARCÍA; CORTÉS-MARCÍAS, 2019). Para Eusébio, Vieira e Lima (2018), é necessário ir além e estudar as interações entre o anfitrião e o turista, aspecto que se pretende explorar nesta análise. Essa perspectiva também é sinalizada por Alrwajfah, Almeida-García e Cortés-Marcías (2019). Explicam que o tipo de relação hóspede-anfitrião é um dos fatores que influenciam a percepção do residente em relação ao turismo. A experiência decorrente dessa relação poderá oferecer aos residentes oportunidades para conhecer pessoas de outras localidades, permitindo uma redução do isolamento e expansão dos contatos sociais, oportunidades de negócios, além de desenvolver o orgulho dos residentes em morar na cidade (CARNEIRO; EUSÉBIO; CALDEIRA, 2017).

Compreender os impactos sociais pode levar à criação de mecanismos que impeçam o estabelecimento do chamado 'distanciamento social', como expõe Çelik (2018), termo que se refere aos gargalos nos relacionamentos entre indivíduos, grupos e comunidades. Este é o sentido adotado por Carvalho (2009) ao alertar que a ausência de interacionismo e a descentralização espacial entre moradores e visitantes constituem-se uma das principais problemáticas que afetam o processo de avaliação da atividade turística. Por ser acima de tudo uma atividade humana, faz-se necessária uma harmonia entre as atitudes dos turistas e o comportamento da população local, entendendo serem ambos tão importantes para o turismo como qualquer outro componente do setor, e por isso precisam ser protegidos (LICKORISH, 1991; WILLIAMS; LAWSON, 2001). Sugere-se, para tanto, ações de educação e de envolvimento político, garantindo o reconhecimento dos moradores no seu papel de anfitriões.

Pires e Alcantarino (2008) alertam para a necessidade de uma articulação de parcerias entre o setor público, a iniciativa privada e a sociedade civil para que o turismo possa se desenvolver de modo a maximizar os impactos positivos. Os autores reforçam que a comunidade faz parte do turismo, compondo o cenário que será consumido, sendo legítimo o seu direito de participar, decidir e se beneficiar do processo em sua cidade. É também neste sentido que Eusébio, Vieira e Lima (2018), Demirovic *et al.* (2018), Carneiro, Eusébio e Caldeira (2017), entre outros, defendem a participação popular com o apoio dos governantes locais, que deveriam criar mecanismos para tal. Contudo, a participação da população local só irá ocorrer se

estiverem bem definidos, bem identificados os poderes desta comunidade. Com poderes, instituições locais precisarão de mão de obra para implantar as decisões tomadas. Porém, para que a população seja levada em conta durante o planejamento, é essencial que os seus interesses sejam articulados tão logo os potenciais projetos sejam identificados (DE KADT, 1984).

O espaço social no qual os residentes participam ativamente é um pré-requisito para uma interação positiva entre anfitrião e turista. No estudo de Cetin e Okumus (2018), os residentes foram definidos como 'hospitaleiros' quando demonstraram uma preocupação com o bem-estar de seus visitantes, assim como a ajuda em momentos de necessidade no novo ambiente, e pela oferta gratuita de presentes, bebidas e comidas sem uma reciprocidade esperada, tornando tais ações como um fator de diferenciação da comunidade. Em outra pesquisa similar, de Cetin e Bilgihan (2015), a interação social entre turistas e residentes apresentou-se como uma experiência decisiva para o destino turístico; a hospitalidade passa a ser caracterizada pela ajuda dos residentes, pela educação, pela amizade demonstrada, pelo interesse durante uma conversa, pela generosidade, calma e boa-vontade.

Dwyer e Chukwon (2003) demonstraram que, dos diversos recursos determinantes para a competitividade de um destino turístico, a hospitalidade é o fator essencial, representado, segundo a visão dos turistas, pela cordialidade, pelo apoio da comunidade ao turismo e pela facilidade de comunicação entre turistas e residentes. Em outra pesquisa, Kim (2014) apresenta a hospitalidade como uma cordialidade percebida pelos turistas em relação à interação gerada com os residentes, assim como uma calorosa receptividade. A pesquisa de Chandralal e Valenzuela (2013) também evidencia a hospitalidade local como fator diferenciador, tendo a cordialidade, a gentileza e generosidade como aspectos memoráveis em relação à comunidade local visitada. É importante reforçar, como já apontado anteriormente, que a cordialidade e a amabilidade, no contexto da hospitalidade, não carregam o mesmo peso semântico do acolhimento e do pertencimento.

Entretanto, não haverá hospitalidade se a comunidade não se sentir beneficiada, de alguma maneira com o turismo. Para Alrwajfah, Almeida-García e Cortés-Marcías (2019) há quatro aspectos que limitam a percepção dos benefícios pelas comunidades locais: ausência de um planejamento eficiente; falta de participação comunitária; flutuação no número de visitantes; e, por fim, ausência de atrações turísticas mais próximas aos moradores. A presença desses fatores gerará

um isolamento da população local em relação ao turismo, agravando os impactos sociais.

Ao considerar o turismo presente em Campos do Jordão, reconhecidamente massificado, principalmente nos meses de junho e julho e finais de semanas, destaca-se a explicação de Urry (2001), que diz: isolado de um ambiente acolhedor e das pessoas locais, o turismo de massa promove viagens em grupos guiados e seus participantes encontram prazer em atrações inventadas com pouca autenticidade, gozam com credulidade de “pseudos acontecimentos” e não levam em consideração o mundo real em torno deles. Em consequência, os promotores do turismo e as populações nativas são induzidos a produzir exposições cada vez mais extravagantes para o observador, que se afasta cada vez mais da população local.

Qualquer impacto do turismo que provoque irritação da comunidade local pode levar a problemas no longo prazo, explicam Lawson *et al.* (1998). A pesquisa de Andereck e Vogt (2000) detectou o receio da comunidade local quanto à possível diminuição da hospitalidade. Tais impactos podem afetar negativamente os laços sociais de uma comunidade, assim como o seu sentido de pertencimento ou de envolvimento (McCOOL; MARTIN, 1994). Se um número crescente de indivíduos locais passar a acreditar que o turismo tem um efeito negativo na sociedade, os visitantes se tornarão alvo da hostilidade, o que pode levar ao declínio da atividade turística com o passar dos anos (ROSS, 1992). Tal situação afetará a competitividade dos destinos turísticos, pois, como demonstram Cetin e Bilgihan (2015), a hospitalidade local é um dos aspectos principais que influenciam as experiências dos turistas, principalmente quando eles se sentem como hóspedes mesmo longe dos centros e atrativos turísticos.

Buscando-se ultrapassar as bases de compreensão dos impactos (positivos e negativos) do turismo, assim como ir além da hospitalidade sob sua perspectiva relacional entre anfitrião e hóspede, foca-se em compreender como as relações de hospitalidade são percebidas pela comunidade em cidades turísticas, e como tais percepções afetam as dimensões de pertencimento e acolhimento. Defende-se que, a partir de tal compreensão, a hospitalidade pode auxiliar no processo de experiência e apropriação de espaços públicos, primeiramente pelos moradores locais para apenas posteriormente abordar o usufruto de turistas. Para tal análise, pautou-se na perspectiva adotada pela área do turismo: a sistêmica. Entretanto, por adotar as premissas da Hospitalidade, não se segue as diretrizes da Teoria Geral de Sistemas,

mas sim as do Sistema Social, especificamente nos Sistemas Autopoiéticos, como será explicado a seguir.

2.3 PERSPECTIVA SISTÊMICA NO TURISMO E NA HOSPITALIDADE

Até pouco tempo, as pesquisas não abordavam os impactos do turismo para a população local e quando o faziam, destacavam apenas a necessidade de se considerar a comunidade no processo de planejamento. Agora, ao contrário, esse reconhecimento leva a novos desafios, entre eles, a proposição e soluções para resolver e/ou atenuar os muitos impactos negativos que a atividade gera aos residentes, de forma que ela alcance um novo patamar de crescimento com satisfação de todos os envolvidos e minimização dos problemas dela decorrente. Para tanto, novas perspectivas têm que ser inseridas, caminhando para além do que já foi proposto, como em Doxey (1975), Butler (1980) e Ap (1992). Apenas uma nova forma de pensar o problema poderá traçar uma solução para os aspectos identificados atualmente. E a proposta deste estudo é justamente a de explorar a perspectiva da Hospitalidade, ou seja, o aspecto relacional entre dois ou mais indivíduos, influenciando uma forma de manutenção do laço social compreendida pelas dimensões de pertencimento e acolhimento de uma comunidade.

Para tanto, faz necessário compreender o turismo e suas particularidades. O turismo constitui um conjunto de relações e mudanças de caráter econômico, ambiental, social, cultural e político (ALVES, 2014). Velasquez e Oliveira (2018) complementam que a atividade turística é formatada pela união de diversos serviços isolados que, somados, geram a experiência turística, o que acaba por caracterizar uma realidade bastante complexa. Além da interconexão dos serviços essenciais à atividade, os autores consideram, ainda, o próprio resultado das relações entre aqueles que se dirigem à dada localidade turística e a comunidade receptora. Neste sentido, Fan, Liu e Qiu (2018) alertam para o fato de que, apesar de todos os destinos turísticos almejarem beneficiar sua população local com o desenvolvimento do setor, uma inquietação já começa a ser percebida em diversos destinos, com destaque para Hong Kong, Barcelona e Amsterdam. Para evitar – ou pelo menos atenuar – esse crescente sentimento de irritação, Pires e Alcantarino (2008) explicam que, sob a perspectiva do desenvolvimento endógeno local, se exige maior participação dos

atores locais na elaboração de estratégias e coordenação do processo de crescimento econômico, considerando-se o seu sistema cultural.

Dentre todos os possíveis caminhos que a literatura científica pode seguir quando busca entender o turismo, como o positivista, o marxista, a hermenêutica, entre outros (PANOSSO NETTO, 2011), destaca-se a perspectiva sistêmica, já muito difundida no estudo do turismo e dando os primeiros passos para o estudo da hospitalidade, notadamente em seu processo de gestão. Para Nematpour e Faraji (2019), ao considerar o turismo como um sistema, precisa-se entender que cada um dos seus elementos visa atingir um (só) objetivo, a saber, uma relação recíproca e interacionista entre visitante e comunidade, cada um influenciando e dependendo do outro.

Para fundamentar os estudos na área do turismo, a Teoria Geral dos Sistemas foi adotada, ao propor uma concepção básica de mundo, o mundo como organização. O objetivo comum é estudar os elementos que compõem um sistema, assim como a interação entre eles, pois, acredita-se, o estudo de cada um isoladamente não leva a uma conclusão exata do sistema em que esses elementos estão inseridos, já que as interações entre eles são fundamentais para o entendimento do sistema como um todo (OLIVEIRA; PORTELA, 2006). Martínez (2005) enfatiza que a Teoria Geral dos Sistemas requer a definição de conceitos e a descrição do modo como são aplicados, especificamente em relação aos componentes do fenômeno estudado e sua forma de funcionamento.

Contudo, Wood (2008) alerta que tal teoria é fascinante no mesmo grau em que gera questionamentos, o que leva as pessoas que escrevem sobre esta perspectiva a encontrarem diversos obstáculos impostos por outros estudiosos. Transpondo para a realidade do turismo, Getz (1986) explica que a complexidade do setor faz com que os modelos sistêmicos de turismo possam ser aplicados para sistemas ou subsistemas, e para várias escalas espaciais, e que um impedimento comum para alcançar o objetivo do planejamento sistemático é a incapacidade de modelar completamente o sistema de turismo, particularmente no nível preditivo.

Segundo Nematpour e Faraji (2019), o turismo parece ser um processo inter-sistêmico já que os componentes possuem uma relação. Explicam também que cada sistema se compõe de subsistemas, formando um sistema maior e trocando experiências/influências. Para Aquino, Lück e Schänzel (2018), assumir a perspectiva sistêmica no cenário do turismo é considerar a complexidade e a interdependência do

setor, principalmente no que se refere às comunidades. Velasquez e Oliveira (2018) complementam que, ao se considerar o sistema no campo do turismo, deve-se atentar para o deslocamento espacial-geográfico, uma das principais condições sistêmicas que caracteriza a discussão envolvendo um ponto de origem e outro de destino, uma zona de partida e outra de interesse.

Para Ramírez *et al.* (2013), o estudo do turismo se aproximou das interpretações sistêmicas desde a década de 1960, quando se dissemina a compreensão de que este setor é um sistema composto por diversos elementos que interagem entre si. Panosso Netto (2011) explica que o sistemismo aplicado ao turismo é a tentativa de superação das limitações da visão positivista tradicionalmente aplicada ao campo de estudos turísticos. O autor explica que o sistema em turismo busca o encontro ideal, como se a teoria pudesse ser totalmente aplicada na prática, entretanto, o turismo deve ser abordado como um subsistema de um sistema maior. Para Ramírez *et al.* (2013), o sistema turístico é uma estrutura composta de diversas variáveis coordenadas entre si, que ajudam a compreensão do turismo tanto no plano concreto quando no abstrato.

Para Aquino, Lück e Schänzel (2018), um sistema precisa ser compreendido como um grupo de elementos inter-relacionados. Segundo Anjos, Anjos e Oliveira (2013), como em qualquer sistema humano, a participação dos integrantes do sistema é indispensável para seu funcionamento. Neste contexto, traz-se a afirmação de Williams e Lawson (2001) de que, para se entender o impacto do turismo nos residentes, precisam ser estudadas as inter-relações entre os vários elementos de um sistema. Desde Cuervo (1967), a proposta sistêmica aplicada ao turismo vem se expandindo, como pode ser analisado no Quadro 4.

Quadro 4 - O paradigma sistêmico nos estudos do turismo

Autor	Proposta Sistêmica
Cuervo (1967)	O turismo é formado por diversos subconjuntos, que se dividem em subconjuntos e quando somados formam o conjunto principal. Aborda os deslocamentos humanos necessariamente reversíveis, utilizando-se como base o Diagrama de Venn, cuja função é o da comunicação. Apesar de apresentar os componentes, não apresenta a modelagem sistêmica.
Fernández Fúster (1975)	Com base na experiência da Espanha, ele desenvolveu um modelo de mensuração de impacto que identifica as fases do crescimento turístico.
Abdel Wahab (1977)	O turismo é um fenômeno que se refere ao movimento de pessoas, buscando enfatizar o lado humano e seu papel, considerando a atividade como um elo de comunicação. Enfatiza a interdependência e a interação entre seus vários componentes, cujo foco é a eficiência na operação.

Leiper (1979)	Considera as perspectivas econômica, técnica e holística, sendo nesta última que se concentra a TGS, apresentando um Sistema que ajuda a identificar, esclarecer e relacionar os limites e as temáticas próprias do fenômeno turístico. Composto por três elementos, sendo os turistas (atores), os elementos geográficos e a indústria turística, contemplando o turista, o polo emissor, o polo receptor, a rota de trânsito e a indústria do turismo.
Mathieson e Wall (1982)	O sistema turístico é formado por elementos dinâmicos (demanda), estáticos (turista e destino) e resultantes (impactos da atividade).
Cohen (1984)	Trata das diferentes abordagens para análise de contexto, considerando o turista; as relações entre turista e morador local; a estrutura e funcionamento do sistema turístico; as consequências ou impactos do turismo.
Sessa (1988)	Relaciona a compreensão da complexidade do turismo com a possibilidade de desenvolvimento regional, estabelecendo uma interconexão e as interações, afetando a organização e comportamento (apesar de não demonstrar sua aplicabilidade).
Boullón (1985)	O turismo é analisado sobre sob três aspectos: oferta-demanda; antropológico social e turismo industrial, sendo que o autor foca muito mais a primeira. Considera o sistema multifacetado, não atribuindo importância ao elemento indivíduo-turista na discussão sistêmica.
Getz (1986)	Trabalho teórico que visou demonstrar a importância dos modelos sistêmicos para as ações de planejamento. Concentra os modelos sistêmicos no campo dos modelos teóricos, enfatizando a presença dos modelos de subsistemas, que abrangem apenas um aspecto do turismo.
Molina (1991)	Utiliza o conceito econômico da demanda na representação do turista, enfocando a equação de seus gastos e necessidades. Considera os elementos constituintes como superestrutura; demanda; atrativos; equipamentos e instalações; infraestrutura e comunidade local.
Acerenza (1994)	Não demonstrou aplicabilidade do seu modelo, baseando-se no espaço entre o ponto de origem, trânsito, ponto de destino, envolvendo elementos de ordem física, econômica social, cultural, política e tecnológica. Atribui importância ao indivíduo, mas não o considera elemento pontual em seu sistema.
Mill e Morrison (1998)	A mercadologia encontra-se no centro de suas preocupações, sendo que os quatro componentes-chave seriam mercado; viagem; destinos e marketing.
Beni (1988, 2019)	Sua proposta sistêmica do Turismo compreende o Conjunto das Relações Ambientais, representado pelo meio Ecológico, Social, Econômico e Político; Subsistema Infraestrutura e Superestrutura; Subsistema Dinâmica do SISTUR, caracterizado pelos elementos Mercado, Oferta, Produção, Demanda, Consumo e Distribuição, todos eles responsáveis pelo processamento da energia (<i>input</i>), produção e consumo, bem como distribuição. O elemento indivíduo também não é acrescentado em seu sistema, apesar de mencionado.
Martínez (2005)	O objetivo do sistema turístico é proporcionar aos turistas as condições propícias para o seu deslocamento, estabelecendo os limites do sistema em escalas e fronteiras, reforçando a existência de subsistemas, sistema, supersistema e hipersistema.
Prats, Guia e Molina (2008)	O Modelo <i>Tourism Local Innovation System</i> (TLIS), ao se basear em um território em particular, considera a interação entre o grupo de agentes internos e externos, assim como os auxiliares, como uma possível explicação para a vantagem competitiva de um destino turístico particular.
Hernández e Casimiro (2012)	A chegada de turistas em um destino depende de dois grandes fatores: a quantidade de infraestrutura e de serviços ofertados na área turística e a qualidade ambiental dos arredores.
Velásquez e Oliveira (2018)	Consideram a complexidade e a dinâmica da atividade turística, estabelecendo limites geográficos e fronteiriços. Entendem o turista como elemento externo e abordam a comunidade local como essencial para qualquer relação, estando presente em todos os momentos do sistema (apesar de não representada em seu modelo gráfico).

Fonte: a autora, baseada em Panosso Netto (2011) Velásquez e Oliveira (2018), Martinez (2005), 2021.

Ramírez *et al.* (2013) ponderam que o sistema turístico ainda pode ser compreendido como uma ferramenta que facilita o estudo e a compreensão do fenômeno social referente aos deslocamentos relacionados com o tempo livre e o ócio. Desta maneira, o sistema turístico pode vir a explicar as inter-relações do sistema regional do turismo com os sistemas reais, conceituais e abstratos (VALDUGA; MOESCH, 2005). Para Dredge (1996), os sistemas podem auxiliar no processo de planejamento, podendo ser agregados os aspectos educacionais e de treinamento individual, além da compreensão das atitudes pessoais e crenças. Por sua vez, Anjos, Anjos e Oliveira (2013) avaliam que a participação popular confere ao processo de planejamento não apenas legitimidade, mas, sobretudo, suporte de realidade.

Como demonstrado, a perspectiva sistêmica foi amplamente utilizada por diversos teóricos da área do turismo, permitindo discussões e avanços no uso da Teoria Geral de Sistemas. Porém, ao se analisar o campo teórico da Hospitalidade, poucos são os estudos identificados; entres estes, com foco na Gestão da Hospitalidade, se destacam os estudos de Stefanini *et.al.* (2017) e de Stefanini, Alves e Marques (2018). Na dimensão social da hospitalidade não há propostas de sistemas de hospitalidade. Assim, concentrando-se nas relações de hospitalidade em cidades turísticas, tendo como objeto uma cidade turística montanhosa, não se adota a premissa da teoria utilizada pelo turismo, mas sim a premissa do Sistema Social, que tem como base as interrelações entre indivíduos, grupos e instituições. Para tal, adota-se o sistema social autopoietico proposto por Niklas Luhmann (2017).

No entender de Sotomayor (2010), a conceituação de turismo normalmente adotada não permite a diferenciação entre o que corresponde propriamente ao sistema turístico e o que corresponde ao seu entorno. Este é o mesmo contexto explorado por Osorio-García (2000), acrescentando que a complexidade do turismo, tanto pela sua diversidade quanto pelas suas expressões, exige um novo repensar. É o que se propõe, partindo do pressuposto de que, sem hospitalidade, nenhuma relação turística se manterá no longo prazo, já que as relações poderão se deteriorar até um ponto no qual a hostilidade se afirme. Procura-se, aqui, aprofundar a compreensão das relações provocadas pelo turismo pela perspectiva da hospitalidade, sem aprofundar-se no desenvolvimento de um sistema para o turismo.

Assim, sugere acrescentar à perspectiva sistêmica da hospitalidade os conceitos de Niklas Luhmann (2017), que buscou um aporte universal que superasse

a estreiteza de conexão entre o micro e o macro e alcançasse maior precisão conceitual. Considerando instaurado o processo de convivência entre residentes e turistas em cidades como Campos do Jordão (SP), Guarujá (SP), Salvador e Porto Seguro (BA), percebe-se que os impactos provocados pela atividade turística vão além do aspecto ambiental e estrutural; estendem-se também ao aspecto social. Em situações extremas de um turismo massivo, irritações (LUHMANN, 2017) podem ser verificadas no cotidiano, provocando alterações no comportamento e no processo de acolhida do turista. Em sua defesa da comunicação e diferenciação dos ambientes Luhmann (2017) não considera os processos tradicionais de *input* e *output* comumente encontrados na Teoria Geral dos Sistemas, reforçando a proposta de circularidade (trocas) e autopoíese, influenciada pelas diversas irritações que incitam as mudanças em cada ambiente. Melo Junior (2013) explica que, pela teoria luhmaniana, a noção de sistema é central, considerando a interação entre os diversos sistemas diferentes, o que acarreta um fechamento operacional do sistema.

Luhmann (2017) traz como grande norte a compreensão de que a sociedade não é um conjunto de relações que se estabelecem entre os indivíduos, mas sim o conjunto de suas relações (RAMIREZ *et al.* 2013; MATHIS, 2004). O raciocínio de Luhmann (2017) baseia-se na comunicação, com o intuito de esclarecer o comportamento social. Para Viana (2011), as informações passíveis de serem comunicadas se tornaram tão multiformes e segmentadas que provocaram o surgimento de sistemas funcionalmente diferenciados (especializados) – os subsistemas da sociedade – como uma forma de processamento voltada para a redução de complexidade. Treuke (2017) sustenta que a comunicação é a única operação capaz de sustentar o social de maneira autônoma. Assim, a comunicação não é feita pelo ser humano, mas pelo sistema social; é tida como uma operação mais precisa do que a ação, operando a partir do código binário (sim/não) (MATHIS, 2004; MELO JUNIOR, 2013; SILVA, 2016).

Mathis (2004) endossa que o principal fato em comum entre os sistemas sociais é que a sua operação básica é a comunicação – sendo esta a única genuinamente social. Desta forma, a concepção do sistema assume que ele e o entorno são interdependentes e combinam processos, mas se mantendo uma fronteira entre eles (RAMIREZ *et al.* 2013). Pode-se assim afirmar que a crítica luhmaniana está centrada na necessidade de construção de um modelo explicativo da sociedade moderna que dê conta de sua atual complexidade e também no abandono de determinados

pressupostos ontológicos que têm pautado grande parte dos esforços de compreensão da sociedade (MELO JUNIOR, 2013).

Segundo Mathis (2004) e Silva (2016), uma das mudanças principais que Luhmann (2017) traz em relação à Teoria Geral dos Sistemas é a substituição do conceito de sistema aberto/fechado pelo conceito de autopoiese – um sistema complexo que reproduz os seus elementos e suas estruturas dentro de um processo operacionalmente fechado com ajuste dos seus próprios elementos, caracterizando-se a sua autorreferência. Segundo Osorio-García (2000), Luhmann recupera a noção do sistema social enquanto circuito fechado, admitindo a existência de uma relação entre sistema e entorno, porém com uma diferença entre ambos, constituindo-se o sistema como uma unidade integrada.

Para Melo Junior (2013), a abordagem teórica de Luhmann desenvolve um conhecimento científico verdadeiramente transdisciplinar, sendo este um dos pontos preferidos de seus críticos. Costa e Coelho (2017) apresentam as três críticas comuns aos conceitos propostos por Luhmann. A primeira se deve ao fato de a teoria luhmaniana defender que a sociedade só pode ser descrita de forma realmente coerente por meio de um novo modelo teórico dotado de elementos conceituais capazes de explicar o funcionamento dos diferentes sistemas sociais. A segunda crítica diz respeito à apropriação, pelo autor, de conceitos e ideias oriundos de outras áreas de conhecimento. E a terceira, o ponto mais controverso e polêmico da obra, ao argumento de que a sociedade não é constituída por seres humanos, mas, antes, por comunicações.

Treuke (2017) acrescenta que as críticas à teoria de Luhmann se devem ao paradoxo metodológico entre a suposta neutralidade operacional inerente ao mecanismo de diferenciação binária e à inexistência de mecanismos inalteráveis dentro da lógica da autopoiese. Vidal (2017) também expõe as ‘controvérsias’ da teoria, como o uso de um conceito biologista (autopoiese) para as ciências sociais; a impossibilidade de fazer qualquer observação sem uma autorreferência prévia; e a vinculação empírica entre a teoria autorreferencial e o ‘social’.

Apesar das críticas, a proposta de Luhmann pode ser usada para entender a sociedade, a sua configuração e suas mudanças e seleções. O sistema, contudo, define-se por diferença ao ambiente, através de um mecanismo de seleção de equivalentes funcionais que servem para a redução da complexidade, tendo por referência o conceito de autopoiese (NEVES; SAMIOS, 1997), demonstrando que a

sociedade moderna está baseada na existência de sistemas sociais parciais operacionalmente fechados, mas cognitivamente abertos (VIANA, 2011). Para Silva (2016), o sistema passa a ser definido a partir da sua diferença em relação ao meio, o que se aplicaria a sistemas vivos, sistemas psíquicos e sistemas sociais. Já Treuke (2017, p.35) analisa que o sistema de Luhmann “introduz a pressuposição da auto-organização circular de sistemas que operam um equilíbrio homeostático com seu entorno ao promover transformações adaptativas dinâmicas via seleção”.

Osorio-García (2000) explica que o sistema se organiza a partir das relações que se operam conforme uma estrutura que produz uma definição interna. Para a autora, a rede de relações que constroem a estrutura do sistema serve de base para gerar as operações que são necessárias para o processo de autopoíese. Vidal (2017) complementa que a autopoíese faz referência a todas as operações (e estruturas) que ocorram no sistema, enquanto a ideia de autorreferência envolve a formação de estruturas dentro do sistema. Diante da complexidade e dos aspectos norteadores de Luhmann, construiu-se o Quadro 5, com o intuito de reforçar os principais componentes desta teoria, com ênfase nos aspectos de acoplamento estrutural, autopoíese, autorreferencialidade, comunicação, complexidade, seletividade, sentido, além das irritações.

Osorio-García (2007) destaca que a própria natureza da teoria de Niklas Luhmann é ter vários conceitos para explicar a sociedade. Segundo Luhmann (2017), os sistemas sociais têm a função de captar e reduzir a complexidade do mundo, formando sistemas sociais pela seleção de possibilidades com a exclusão de outras, permanecendo as excluídas ainda como oportunidades (NEVES; SAMIOS, 1997). Desta forma, a sociedade é tida como entorno para o indivíduo, pois os seres humanos são o entorno psíquico dos sistemas sociais, explica Melo Junior (2013). Apesar de pouco citada na argumentação, a realidade empírica é uma das grandes fontes inspiradoras de Luhmann (2017). Ele não a considera uma fronteira que divide o sistema de seu entorno, mas sim uma diferença no nível de complexidade de cada um (RAMIREZ *et al.*, 2013).

No cerne do pensamento de Luhmann estão, segundo Silva (2016), o fechamento operacional do sistema e sua capacidade de autopoíese a partir da comunicação própria. Treuke (2017) concorda com o argumento de que o sistema de Luhmann é operativamente fechado em relação ao seu entorno, mas também pontua que esses sistemas emergentes produzem, por meio da seleção entre processos

comunicativos de aproveitamento e descarte de possibilidades, sua própria lógica evolutiva (a autopoíese), ao reduzir simultaneamente a complexidade circunstante. É o próprio sistema que seleciona a informação que tem sentido de acordo com a sua própria lógica e natureza, e, em função de seu ordenamento interno, recebe a informação gerando uma distinção e uma operação ao mesmo tempo (OSORIO-GARCÍA, 2000).

Quadro 5 - Aspectos Norteadores da Teoria de Luhmann

Principais aspectos da Teoria de Niklas Luhmann	
Acoplamento	Informação que se distingue do entorno produzindo efeitos no sistema e dando origem a um novo estado emergente
Acoplamento estrutural	Relação entre dois sistemas autopoieticos, ou seja, sistemas determinados por sua própria estrutura (irritação causada pelo ambiente no sistema)
Autopoíese	Refere-se à autonomia de reprodução e produção de si mesmos enquanto unidade sistêmica
Autorreferencial	Opera com base em suas próprias operações constituintes. Operação na qual o sistema remete suas operações a si mesmo (sua estrutura), pois só consegue responder às irritações com suas estruturas autorreferentes.
Causalidades	Intervenções no entorno que penetram no sistema e influenciam, mas não determinam, o funcionamento do sistema.
Códigos	Unidades elementares cuja estrutura básica é do tipo binário, positiva ou negativa.
Comunicação	Reprodução de seus elementos estruturais e como constante distinção entre 'atualidades' e 'potencialidades', operação que realiza a autopoíese do sistema.
Complexidade	O entorno é sempre mais complexo que o sistema. Como o sistema é fechado, reduzem-se as possibilidades a partir da seleção daquilo que terá sentido para o sistema quando incorporado aos processos internos.
Diferenciação social	Os sistemas produzem autonomias relativas, diferenciando-se com o objetivo de reduzir a complexidade.
Diferenciação funcional	A partir de si mesmo, um sistema se diferencia produzindo subsistemas parciais, os quais, a partir do sistema original, são agora entorno.
Dupla contingência	Variedade de alternativas de atuação como um grau de liberdade.
Seletividade	Estratégia através da qual o sistema produz poucas respostas em relação às diversas irritações que provêm do entorno.
Sentido	Seleção de dados relevantes, processados internamente, de forma a gerar várias alternativas de atuação. Produz o limite entre sistema e entorno, reduzindo a complexidade.
Irritações	Quando incorporadas ao sistema, geram modificações; se ignoradas, pertencem ao entorno.
Operacionalmente fechado (clausura operativa)	Fechado sobre a sua própria base operativa, criando seu limite de operação (condição de abertura ao sistema).

Fonte: a autora, com base nos textos de Mathis (2004), Melo Junior (2013), Silva (2016), Treuke, (2017), Vidal (2017), Osorio-García (2007), 2021.

A interpretação de sistemas sociais como sistemas constituídos por sentido e como algo que ao mesmo tempo constitui sentido, expressa a mudança paradigmática

na Teoria Geral dos Sistemas, em que a distinção parte/todo foi substituída pela diferença sistema/meio, e a distinção sistema aberto/fechado cedeu lugar ao modelo de autopoiesis (MATHIS, 2004). Ao mesmo tempo em que os subsistemas sociais constituem entornos uns para os outros, a estrutura de relações entre eles define a própria forma como a sociedade organiza suas comunicações, e o aumento da complexidade sistêmica promove a diferenciação da sociedade (MELO JUNIOR, 2013).

Para Niklas Luhmann, a reflexão ocorre no momento em que o sistema coincide com a referência e a autorreferência, enquanto a reflexividade aparece como um conjunto de operações que os sistemas promovem para selecionar seus próprios recursos. Trata-se de uma auto-observação alcançar que os sistemas orientem a si mesmos, diferenciando-se do entorno (VIDAL, 2017).

É necessário ressaltar, como expõe Melo Junior (2013), que essa compreensão entra em choque com a tradição sociológica, pois Luhmann considera que o elemento básico de reprodução no sistema social é o processo da comunicação. Assim sendo, os sistemas sociais são entendidos como sistemas comunicativos e os seres humanos não estão no centro da sociedade, mas sim no seu entorno (concepção que rompe com a tradição sociológica e com a tradição autopocêntrica) (COSTA; COELHO, 2017). Para Vidal (2017), Luhmann oferece respostas para a saturação de ambiguidade da sociologia clássica, não inserindo o homem e sua ação como pontos centrais de referência, mas no entorno. O Quadro 6, elaborado a partir de uma adaptação dos conceitos apresentados por Rodrigues (2012), demonstra as principais diferenças entre a tradição sociológica e a abordagem de Luhmann,

Quadro 6 – As diferenças entre a tradição sociológica e a abordagem de Luhmann

Aspectos tradicionais das ciências sociais	Aspectos da teoria luhmaniana
Existe sujeito, observador, e objeto observado numa realidade empiricamente dada.	Existem sistemas numa realidade empiricamente dada.
Métodos de conhecimento de caráter observacional ou intelectual (método indutivo-dedutivo).	Observações são operações de distinção sistêmicas.
O sujeito apresenta um lugar privilegiado na relação.	Há sistemas, e não sujeitos.
Fundamenta-se em dimensões ontológicas.	Fundamenta-se no fato de que existem sistemas autopoieticos, que reduzem a complexidade.
Em alguns casos apresentam uma dimensão normativa.	Os sistemas são códigos binários vinculados à sua qualidade autopoietica.
Inserida em um paradigma linear, em termos de conhecimento científico.	Inserida em um paradigma complexo em termos de conhecimento científico.
Modelos teóricos.	Não existe normatização ou prescrição.

Fonte: Rodrigues (2012)

A autorreferência é a observação seletiva do ambiente, a partir de um núcleo de sentido determinado (VIANA, 2011). O “sentido” passa a ser uma categoria central na formação e diferenciação dos sistemas sociais, entendendo este “sentido” como forma de ordenamento das vivências humanas, permitindo a compreensão e redução de complexidade (NEVES; SAMIOS, 1997).

Uma autorreferência gera uma operação de auto-observação e uma autodefinição, o que gera uma reflexão. Contudo, nessa relação entre o sistema e o seu ambiente surge, em dados momentos, a necessidade de comunicação de sentido entre as irritações dirigidas ao sistema, oriundas do ambiente (entorno). Tais irritações são estímulos – mudanças de estado do ambiente – que geram um grau variável de perturbação nas operações do sistema em que repercutem, os quais podem gerar, ou não, novas possibilidades de sentido, ou seja, novas comunicações (VIANA, 2011).

O fato de que o sistema só se modifica a partir da comunicação interna inerente ao próprio sistema gera como consequência lógica o fechamento operacional, significando que um sistema não pode operar para além dos seus limites (SILVA, 2016). Por isso, Osorio-García (2000) destaca a importância do acoplamento estrutural, já que este permite a coordenação entre o entorno e o sistema, assim como a forma que o entorno cria efeitos em seu interior.

Transpondo essa compreensão ao turismo, marca-se a sua interpretação sistêmica como uma forma de comunicação, e não como uma estrutura composta por diversos elementos que formam um todo. Para Sotomayor (2010), o turismo exige inovação teórica e prática que facilite a construção de outras possibilidades de observação, tornando-se necessário ir além das distinções normativas e empíricas que cercam a racionalidade reducionista do turismo – notadamente econômica, perspectiva também defendida por Osorio-García (2007). Assume-se que é uma construção social que comunica certo tipo de informação (RAMIREZ *et al.*, 2013). Para Osorio-García (2000), a sociedade contemporânea tem incorporado em sua comunicação social o entendimento da prática turística, sendo que o turismo gera um efeito em cada um dos sistemas da sociedade ao introduzir irritações cuja dimensão pode ser capaz de provocar mudanças no seu estado anterior e até um acoplamento a uma estrutura nova.

Segundo Ramirez *et al.* (2013), a teoria de sistema de Luhmann (2017) pode ser aplicada ao campo de estudos do turismo como uma forma de enlace comunicativo, codificado por distintos sistemas parciais a partir da lógica de cada um

e que serve como um modo de acoplamento entre diferentes subsistemas. Neste contexto, entende-se que o grau de territorialização dos grupos sociais (a autoconsciência e a autonomia da sociedade) está diretamente relacionado a mudanças de caráter estruturais que, por sua vez, também se caracterizam pelo maior grau de permanência e efetividade das ações empreendidas, como explicam Anjos, Anjos e Oliveira (2013). O turismo pode e deve ser considerado como um processo de comunicação social, por surgir como um elemento de comunicação, e como forma de consumir signos, de produzir imagens e narrativas personalizadas de consumo. Esta é a forma contemporânea que as pessoas se utilizam para ter contato com outras, e a verdadeira função do turismo é a comunicação (antes, durante e após a viagem) (SOTOMAYOR, 2010).

Apesar de Pimentel e Pimentel (2012) serem contrários à utilização da teoria de Luhmann para o turismo, no estudo que apresentaram não justificaram a recusa da adoção desta perspectiva e compreensão social. Assim como os trabalhos de Osorio-García (2000; 2007), Ramirez *et al.* (2013), e Sotomayor (2010), acredita-se que a teoria de Luhmann possa ser um caminho para unificar os conceitos norteadores deste estudo, como turismo, impactos sociais, hospitalidade (pelas dimensões do pertencimento e do acolhimento).

Pauta-se na explicação de Sotomayor (2010) a respeito da teoria de Luhmann, expondo a realidade como um processo de autoconstrução, autoprodução, auto-organização e autopoiese, por gerar os elementos que os compõem. Sotomayor (2010) reforça que a explicação e a compreensão da sociedade não se dão pela posição externa do observador, mas sim pela posição interna ao sistema. Desta forma, é possível buscar a compreensão de como as populações locais entendem o turismo em suas comunidades e como isso afeta as relações de hospitalidade.

Assim como exposto por Getz (1986), e ampliando sua análise, entende-se que, ao unir os conceitos de turismo, hospitalidade e sistemas, se propiciarão modelos que cobrirão boa parte das direções de planos traçados pelas localidades. Getz (1986) defende, no entanto, uma constante avaliação das direções e ações a serem tomadas para tornar o processo de planejamento mais adaptável às mudanças. É muito importante definir com antecedência qual abrangência se pretende dar ao estudo sistêmico em andamento, justamente para que se tenha a definição clara de quais serão seus elementos e os seus limites de fronteira (VELASQUEZ; OLIVEIRA, 2018). Desta forma, ao adotar as colocações de Luhmann (2017), buscou-se dar uma

explicação que considere a dinâmica do turismo sob a perspectiva da Hospitalidade (adotado, como dito, sob a dimensão do pertencimento e acolhimento), de forma a compreender melhor as ações que possam auxiliar na condução de um turismo a longo prazo, valorizando a comunidade anfitriã neste processo.

3 HOSPITALIDADE EM LUGARES TURÍSTICOS

Este capítulo tem como objetivo apresentar a fundamentação teórica da hospitalidade, com base na dádiva. Reforça, também, duas dimensões da hospitalidade: pertencimento e acolhimento. Finaliza, ainda, com uma relação entre hospitalidade e turismo, destacando que sem a primeira, não há como discutir o segundo a longo prazo.

3.1 BASES CONCEITUAIS DA HOSPITALIDADE

Análises antropológicas e etimológicas da hospitalidade revelam ser esse um campo rico culturalmente (GOLUBOVSKAYA, ROBINSON, SOLNET, 2017); compreender e reconhecer suas diversas nuances permite o ampliar da análise para as dimensões e motivações dos envolvidos nas relações (POULSTON, 2015). Desta forma, sem conhecer suas bases, será nula qualquer tentativa de aprofundamento no estudo de hospitalidade. Segundo Cetin e Okumus (2018), a compreensão e os significados conectados à hospitalidade podem variar dependendo dos objetivos e das perspectivas; citam a compreensão do termo desde a perspectiva gerencial até a perspectiva altruísta. Dentre outras perspectivas da hospitalidade (a saber, mercadológica, gerencial, operacional, sociabilidade, manutenção de laços, etc.), adota-se a dimensão do pertencimento e acolhimento (hospitalidade), tendo como base a teoria de Mauss (2017). Essa teoria também serve para a compreensão da hospitalidade nos estudos de Chan (2005), Friese (2004), Shryock (2004), entre outros, que reconhecem a conexão entre a noção da dádiva e da hospitalidade.

A abordagem do 'corpo coletivo acolhedor' também poderia ser agregada a esta tese, já que estuda os próprios processos de interação entre acolhedor e acolhido, instituindo a hospitalidade como um elemento fundante do fenômeno turístico, englobando o espaço em que ocorre a transformação na análise (IKAWA; SANTOS, 2015) e propondo um novo lugar para o hóspede, lugar em que seu discurso é ouvido, suas demandas, consideradas, suas perspectivas, refletidas, integrando o fenômeno do acolhimento (PERAZZOLO; SANTOS; PEREIRA, 2011). Essa abordagem considera a hospitalidade como forma e o acolhimento como dinâmica. Apesar de sua proximidade com a vertente francesa que estuda a hospitalidade, não compartilha os conceitos da dádiva de Mauss (2017), mas, sim, envolvem a dimensão

humana, as demandas por crescimento e aprendizagem, a partir dos aportes teóricos do turismo e da psicologia (PERAZZOLO; SANTOS; PEREIRA, 2011).

Entretanto, diante da necessidade de se compreender e estabelecer uma base conceitual da hospitalidade, buscou-se seguir uma coerência dos autores e o seu alinhamento com a perspectiva direcionadora definida para a tese, sendo esta a dádiva. Apesar da perspectiva do 'corpo coletivo acolhedor' apresentar aspectos similares ao foco do estudo, não se aplica a este por dois grandes contrapontos: primeiro, por não considerar as trocas entre os atores sob a perspectiva da dádiva; segundo, por considerar o hóspede em um novo lugar, cuja posição tem a mesma importância do que a do anfitrião, sendo que, considera-se para esta tese um novo olhar para o anfitrião-residente, cujo *status* se perdeu com o desenvolvimento massivo da atividade turística (BELL, 2009; DERRIDA, 2001; GRINOVER, 2019).

A base conceitual deste estudo inicia-se com a crítica de Godbout (1998) para a atual sociedade utilitarista, cujo paradigma dominante procura explicar o processo de troca a partir das noções de interesse, da racionalidade, da utilidade. Em outras palavras, busca-se entender como a preocupação que normalmente temos com as pessoas mais próximas a nós pode ser estendida às pessoas estranhas (BARNETT, 2005). Tal questionamento decorre do aspecto de que o indivíduo é invadido por uma quantidade de relações sociais, tendo liberdade para estabelecer as desejáveis e ignorar as demais, baseando-se na liquidação imediata e permanente da dívida, reforça Godbout (1998) ao lembrar Mauss (2017) que identifica que não são os indivíduos, mas as coletividades que se obrigam mutuamente. Sigaud (1999), também em resgate das ideias de Mauss (2017), ressalta o caráter voluntário, mas destaca sua aparente liberdade e gratuidade, já que é também coercitivo e interessado. Ainda segundo esta autora, não existe uma troca simples de bens, riquezas e produtos entre indivíduos, já que são as coletividades (pessoas morais) que se obrigam mutuamente e trocam entre si. É neste contexto que Caillé (2002) alerta que a dádiva não é, de modo algum, desinteressada, mas simplesmente dá o privilégio aos interesses de amizade e de prazer e/ou criatividade sobre os interesses instrumentais e sobre a obrigação.

É preciso adotar outra perspectiva, além do racional, para se compreender (ou tentar compreender) a sociedade com toda a sua subjetividade. Mesmo que se utilizando da análise de uma pequena comunidade em um tempo já distante, Mauss (2017) traz a perspectiva das trocas, sejam em função de uma moral contratual, sejam

em respeito às normas e ideias que sempre presidiram à troca, reforçando, deste modo, a coletividade e não o indivíduo. Coelho (2005) explica que o ensaio de Marcell Mauss apresenta uma discussão sobre as formas do direito e da economia encontradas em sociedades (primitivas e arcaicas), apresentando a troca como um fenômeno a partir do qual se poderia ter acesso aos aspectos relevantes da vida de uma sociedade.

Apesar das críticas à análise de Mauss (2017), feitas por Levi-Strauss ao destacar o conceito mágico das coisas, vale ressaltar a sua perspectiva do laço social, da manutenção da sociedade pelo processo de circularidade da dívida. Coelho (2005) entende o conceito dívida como um sistema cujas regras básicas definem direitos e deveres, dando a liberdade ao outro de decidir como cumprir seu dever. Caillé (2002), sob a perspectiva sociológica, compreende a dívida como qualquer prestação de bens ou serviços efetuada sem garantia de retorno, tendo em vista a criação, manutenção ou regeneração do vínculo social. O autor acrescenta ainda que, se a perspectiva for ampliada, a dimensão da gratuidade da ação e da prestação deverá ser considerada. Ressalta, entretanto, que, assim como as interações e relações são colocadas em análise na sociedade atual, a Teoria da Dívida proposta por Mauss (2017) também precisa ser transposta para a contemporaneidade.

A dívida é compreendida sob a perspectiva do laço social, liberando a troca e fazendo surgir algo não previsto pelas regras, e é fundamental para romper o isolamento, para sentir a própria identidade (GODBOUT, 1998). O objetivo, antes de tudo, é o de produzir um sentimento de amizade, desde que a troca funcione de uma forma desinteressada e obrigatória; e o tempo se faz necessário para que qualquer contraprestação seja executada (MAUSS, 2017). A dívida não deve ser pensada sem o interesse (instrumental) ou fora dele, mas contra ele. Muito mais que a troca instrumental, a dívida se caracteriza pela busca de uma aliança e subordina os interesses instrumentais aos interesses não instrumentais (CAILLÉ, 2002). Deve-se considerar sua transação voluntária vivida sob o signo da espontaneidade, assim como os movimentos obrigatórios, de caráter eminentemente coercitivo (COELHO, 2005).

A dívida constitui o sistema das relações propriamente sociais na medida em que estas são irredutíveis às relações de interesse econômico ou de poder, e é essencial que se baseie nas características dos vínculos, sem com isso negligenciar o que houve como troca (GODBOUT, 1999). Coelho (2005) explica que a dívida deve

ser entendida como um sistema de trocas de natureza qualitativa, distinta do sistema mercantil, regido pela regra da impessoalidade. Este aspecto é complementado por Caillé (2002) ao definir que o vínculo social estabelecido tem mais importância que o valor do objeto em uso. As dádivas circulam com a certeza de que serão retribuídas, e o tempo é necessário para executar qualquer contraprestação (MAUSS, 2017). Ainda para o Marcel Mauss (2017, p.22), convém que o cidadão “não seja demasiado bom e sujeito demais, nem demasiado insensível e realista demais”. Que ele tenha um “senso de si mesmo, mas também dos outros, da realidade social”.

Para Godbout (1999), a transmutação de um estranho em familiar é o fenômeno básico da dádiva; ela permite à sociedade perpetuar-se como sociedade, possibilitando adotar esta como uma nova perspectiva, denominada aqui como hospitalidade. Mauss (2017) avalia que a finalidade, antes de tudo, é moral; seu objeto é produzir um sentimento de amizade entre duas (ou mais) pessoas. Coelho (2005) entende a dádiva como um sistema de trocas, enquanto Caillé (2002) explica que a dádiva diz respeito ao conjunto das dimensões da ação, exercendo profunda repercussão em toda a sociedade, simbólica por excelência. Caminhando para além da compreensão de Mauss (2017), Coelho (2005) expõe as interpretações de Bordieu (1996) acerca da dádiva, para quem o tempo decorrido entre receber e retribuir representa um intervalo no qual a dádiva se materializa; a pressa, segundo ele, a negaria, pois caracterizaria uma forma de ingratidão. De forma um pouco mais simplista, pode-se entender a dádiva como uma reflexão sobre o sentido do que circula entre os diversos atores – no caso do turismo, os turistas e anfitriões-residentes.

Essa circularidade entre os atores, assim como o intervalo entre uma ação e uma contra-ação são essenciais para se analisar o processo transformativo do estranho em familiar (ou a tentativa), pois, como Pitt-Rivers (2012) explica, o encontro com o estrangeiro é uma confrontação entre o mundo conhecido e as bases do mistério, já que traz perigo aos padrões particulares de determinada sociedade. O perigo dessa linha tênue entre hospitalidade e hostilidade também é exposto por Benveniste (1995) ao estudar a etimologia das palavras, citado também nos estudos de Chan (2005) e Friese (2004.)

Hostis representava o hóspede e o inimigo, ambos derivados do sentido de estrangeiro, sendo o primeiro termo representativo para o estrangeiro favorável, e o segundo, para o estrangeiro inimigo, demonstrando a linha tênue entre a hospitalidade

e a hostilidade (BENVENISTE, 1995). Chan (2005) lembra que Benveniste estrutura a dádiva da hospitalidade como um mecanismo de reciprocidade. Já Friese (2004) reforça a busca do *hostis* pelos mesmos direitos dos que moram para dentro da fronteira, enquanto *hostire* era usado no sentido de compensação. Tal ambivalência permanece para Raffestin (1997), Friese (2004) e Barnett (2005) por entenderem que o estrangeiro ainda é hoje visto como forçosamente hostil. O termo *hospes*, em seus primórdios, representava o senhor do hóspede, enquanto *pet* (*post/pot*) caracterizava a alternância de papéis; neste processo evolutivo de *potis* há uma representação do senhor, carregado com um qualificativo de poder, marcando uma identidade, presente na figura do anfitrião (BENVENISTE, 1995). Friese (2004, p.69) tenta simplificar ao explicar que o termo *hostis/hospes* tem como compreensão inicial a identidade do dono da casa, pautado numa relação de troca de reciprocidade, um pacto obrigatório, tornando-se parte da estrutura legal e institucional das “políticas de hospitalidade”.

O estudo de Benveniste (1995) se tornou pertinente para entender a relação entre as cidades contemporâneas e seus anfitriões, pois, ao chamar atenção para a dádiva, para as trocas ou compensações que tornam a hospitalidade possível, permitiu-se um debate a respeito das interações, a diversidade étnica, ao encontro entre estranhos (CHAN, 2005). Para Friese (2004), uma relação de igualdade e reciprocidade é indicada, mediante o acordo do retorno de serviços e presentes. A partir desta compreensão, tem-se que, como uma forma controladora (a partir de suas leis), a hospitalidade regula as relações, envolvendo uma certa assimetria, além do conhecimento prévio das regras de uma comunidade, como também tempo de permanência em respeito ao anfitrião e suas regras (PITT-RIVERS, 2012). Barnett (2005) enxerga tais leis como um senso comum acerca da hospitalidade que formam a ética da tolerância. Camargo (2021) enfatiza quatro leis: a incondicionalidade (o pedido de hospitalidade deve ser aceito), a reciprocidade (o anfitrião e o hóspede devem honrar-se mutuamente), a assimetria (o hóspede deve respeitar o direito do anfitrião ao espaço), a compensação (o hóspede deve receber e retribuir à hospitalidade). Já Shryock (2004) explica que a hospitalidade cria um espaço moral no qual estranhos possam ser tratados como membros locais. O autor alerta, contudo, que a partir do momento em que a hospitalidade é nacionalizada e tornada pública, problemas surgirão a respeito da receptividade e infração, provocando novas formas de ansiedade.

Em uma perspectiva mais filosófica, Derrida (2001) explica a hospitalidade a partir da perspectiva de sua incondicionalidade, explorando a ética da hospitalidade como parte coextensiva à experiência da hospitalidade, supondo um acolhimento do outro. Barnett (2005) ressalta que a desconstrução de Derrida (2001) faz da hospitalidade uma oposição entre ética e política, apresentando-a de formas diferentes, tendo a visitação e o convite como duas dimensões distintas, mas complementares. Também Heuman (2005), ao ressaltar as contribuições de Derrida (2001), expõe a compreensão sobre a dádiva ilimitada do espaço do anfitrião e de seus recursos, assim como a troca condicional de serviços.

Derrida (2001) reforça que a hospitalidade é um direito, uma obrigação e um dever, mas na condição de que o anfitrião permaneça com sua autoridade, mantendo, como exposto anteriormente, as leis de hospitalidade para garantir a assimetria das posições, considerando-se, portanto, as colocações de Pitt-Rivers (2012) sobre as leis da hospitalidade e as de Shryock (2004) a respeito do poder sobre o espaço do anfitrião. Segundo Barnett (2005), Derrida (2001) considera que a hospitalidade é representada tradicionalmente como um presente em sua forma convencional, ofertada em troca de alguma coisa e, portanto, afirmaria o autor que a hospitalidade é, desta forma, ofertada condicionalmente, fora do sentimento de segurança sobre a posse. Há uma transmutação do simbólico para o concreto, materializando a hospitalidade no objeto recebido. A autoridade do anfitrião também é trabalhada por Raffestin (1997) ao explorar a intencionalidade daquele que a exerce, já que caminhar para o interior supõe uma autorização ou um convite, controlado pelo rito de hospitalidade. Para Barnett (2005), a hospitalidade requer, portanto, que uma pessoa não seja indiferente ao hóspede; e que sua virtude depende de manter a aparência de soberania e autonomia, e não suas negações.

Poulston (2015), também se pautando em Derrida (2001), cita os dois tipos propostos de hospitalidade: a condicional e a absoluta. A condicional envolve uma contraprestação, permeada por uma complexa gama de rituais envolvendo além de uma interação moral, também manifestações psicológicas, seja no sentido de expressar satisfação por ser bem recebido, seja na obrigação implícita de retornar essa atenção, esse cuidado, etc. Já a absoluta é uma dádiva incondicional que não implica e nem espera reciprocidade, representando uma absoluta abertura ao outro (POULSTON, 2015; BELL, 2007a). Essa distinção se faz presente nas publicações de Heuman (2005), Chandralal e Valenzuela (2013), Cetin e Bilgihan (2015), Cetin e

Okumus (2018), apesar de apenas o primeiro estudo fazer referência à Derrida (2001). Bell (2007a) também explora esse caminho, porém enfatizando a necessidade de se aproximar esses dois campos, garantindo que a ética da convivibilidade seja inserida nos espaços de hospitalidade.

Próximo aos conceitos até aqui explorados e também enfatizando a assimetria e ambiguidade, Grassi (2011) apresenta a hospitalidade como uma ponte (frágil) conectora entre o mundo exterior e o interior, sendo a admissão o maior desafio, marcado pelo signo da ambiguidade. Para Raffestin (1997), autoriza-se a ultrapassagem para o interior sem a necessidade de violência, envolvendo nesse rito um valor temporal, articulando o conhecido e o desconhecido e posicionando a hospitalidade de forma reguladora. Grassi (2011) cita a desigualdade de lugar e de status para explicar o gesto de hospitalidade, o que implica a penetração em um espaço e a instalação de um ritual de acolhida. Desta forma, ela pode ser compreendida como um atributo moral, como uma dádiva temporária de um espaço, uma acolhida sob condição.

Gotman (2008) aprofunda a compreensão sobre a hospitalidade numa tentativa de analisá-la pelo que ela pretende ser. Reforça que, apesar da troca ser livremente consentida, é socialmente determinada, desenvolvida na forma de obrigações, subordinadas a algumas regras que determinam a ação de cada sujeito envolvido nessa relação, em consonância ao já exposto por Benveniste (1995), Pitt-Rivers (2012), Grassi (2011) e Derrida (2001).

Lugosi (2008) e Bell (2007a, 2007b) também buscam novas perspectivas para se compreender a hospitalidade (sua força e/ou potencial) em uma sociedade caracterizada pela troca mercantil, como um meio pelo qual os objetivos sociais e políticos podem ser alcançados. Lugosi (2008) explora, inclusive, a possibilidade de uma meta-hospitalidade, entendida como estados temporários de interação, sob um olhar para muito além de uma relação assimétrica entre anfitrião e hóspede, para uma relação na qual o anfitrião se ausenta e os hóspedes assumem o protagonismo. Já Bell (2007b, 2009), Cuthill (2007), Lynch (2017) e Simoni (2017) procuram espaços, como os comerciais, nos quais a hospitalidade se manifeste, por entenderem ser esta atitude uma forma de regeneração e nova compreensão dos lugares ocupados pelos atores.

A busca por novos modos de uso urbano pautados pela hospitalidade e hospitabilidade, aqui traduzido como a “capacidade de ser hospitaleiro”; como meio

de promoção desses espaços marcados por um turismo massivo (BELL, 2007a) levou a uma reflexão sobre como a hospitalidade pode ser um mecanismo diferenciador para a geração de uma experiência considerada marcante. Levando em consideração os questionamentos acerca da hospitalidade em destinos turísticos pelo seu processo de encenação (GOTMAN, 2008) e a importância da hospitalidade como fator de competitividade para o turismo (CETIN; OKUMUS, 2018), o que se pretende neste estudo é provocar uma reflexão sobre um maior envolvimento da comunidade local no processo de preservação e reconhecimento dos espaços urbanos, com sua consequente apropriação, assumindo o papel de anfitrião.

Entendendo a hospitalidade como um processo de controle a partir de regras definidas e comandadas por um anfitrião e aceitas por um hóspede – para que ambos permaneçam nessa relação de acolhida –, Gotman (2008) expõe todo o potencial que a hospitalidade poderia ter em relação ao universo turístico, como o estabelecimento de uma hospitalidade controlada, a população detentora do seu papel de anfitrião, ganhos econômicos se equilibrando com as expectativas dos turistas. Esta reciprocidade da doação é, segundo a autora, o ápice da hospitalidade. Ao mesmo tempo, ela questiona a autenticidade trabalhada pelo turismo, assim como o direito de ver dos turistas, expondo a pressão exterior para a estruturação do espaço, o que acarreta uma fabricação da cultura turística. Tal situação leva a uma reflexão sobre a hospitalidade, sendo, segundo a autora, mais coerente falar em uma encenação da hospitalidade.

Embora explore a relação hóspede-anfitrião para explicar a natureza do turismo e sua evolução, Aramberri (2001) considera que o mesmo não pode ser avaliado sob a perspectiva do turismo de massa atual, pois obscureceria as diversas interações complexas entre os residentes e os visitantes. Cetin e Okumus (2018) também alertam que a comercialização do turismo acaba por colocar um preço na hospitalidade local tradicional, tornando-a uma das características de seu produto a partir do momento em que passa a ser comercializada.

Apesar de compreender as críticas acima expostas e considerar essas observações, compartilha-se da posição de Cetin e Okumus (2018) por defender que a hospitalidade precisa ser compreendida pelo seu caráter intangível, já que o turismo é formado por experiências marcadas pelo intenso contato humano. Transpondo essa compreensão para cidades com turismo massivo, acredita-se que ocorram momentos singulares nos quais os encontros se fortalecem a partir da circulação da

hospitalidade, gerando experiências e memórias aos visitantes. Por essa defesa, cita-se autores como Bell (2011), com os seus 'momentos cintilantes', e Camargo (2001, 2015, 2021), com as 'cenas de hospitalidade', além de Lugosi (2008) com a 'meta-hospitalidade', conceitos que abordam os breves encontros nas sociedades atuais, encontros estes vistos como de hospitalidade.

Acredita-se que as colocações de Aramberri (2001) e Gotman (2008) envolvam as relações de risco provenientes da hospitalidade, tanto para o hóspede como para o anfitrião, como expõe Shryock (2004). Friese (2004) caracteriza bem esse sentimento ao afirmar que o visitante (principalmente o não convidado) tem que enfrentar espaços estranhos, costumes inexplicáveis, hábitos desconhecidos e não apreciados, pessoas enigmáticas, relações difíceis de interpretar. Por outro lado, ele também pontua que o residente tem de conviver com uma pessoa que age de maneira estranha, perturba o conforto familiar e a ordem natural das coisas, argumentos que bem poderiam ser transpostos para o turismo e seus encontros.

Por pensar a hospitalidade sob a perspectiva das comunidades locais em destinos com turismo massivo, considera-se a cidade turística em si, não apenas os lugares frequentados, já que os impactos sociais do turismo se distribuem por toda a extensão de uma cidade. Vale-se da análise de Cetin e Okumus (2018, p.4) sobre a hospitalidade local em cidades turísticas, definida por eles como "atitudes tradicionais e incondicionais e comportamentos das pessoas locais em relação aos turistas em espaços sociais e privados em um destino turístico". Apesar de não citarem explicitamente, esses autores se baseiam na distinção de Derrida (2001) sobre a hospitalidade condicional e a absoluta.

Pontua-se, ainda, que o tema central comum nos estudos de turismo e nos de hospitalidade é o encontro entre pessoas estranhas, e que envolve a dinâmica do ator móvel (o hóspede) para o território de um anfitrião estático. Este encontro representa uma relação poderosa, tanto pela dinâmica de relação quanto pelo poder. Ainda, as ideias de hospitalidade e de turismo têm sido usadas metaforicamente como um símbolo de fronteira social e experiência de práticas culturais (BELL, 2009).

Considerando-se que o palco dessa hospitalidade local são os destinos turísticos representados pelo formato citadino, parte-se da compreensão de que a cidade é o resultado das condutas e da formação de seus habitantes (GRINOVER, 2019), sendo, então, necessário considerar a sua complexidade na análise. Para Grinover (2019, p.227), a cidade se torna um "espaço ético e educativo de

experiências e ações humanas apreendidas e divididas, socializadas e partilhadas com os outros”. Parte-se da premissa de que uma cidade “é construída sobre relações humanas, gente se encontrando [...]” (HILLMAN, 1993, p.42), gerando reflexões acerca das relações ocorridas em espaços urbanos, principalmente em lugares turísticos. Para tanto, faz-se necessário, como pontua Fortuna (1994), considerar a necessidade de criação de um espaço denominado como terceiro espaço, um espaço de enunciação das diferenças culturais, nos destinos turísticos. Esse é o mesmo contexto explorado por Bell (2007a; 2007b) ao ponderar que o ato de utilizar certos espaços na cidade pela comunidade local aumenta o processo de sociabilidade. Desta forma, reconhece-se a cidade como sendo da própria população para, posteriormente, poder ser utilizada por outras pessoas. Neste aspecto discute-se aqui que o “sentir-se parte do processo”, ou seja, a “dimensão de pertencimento” proposta pela hospitalidade, corresponde ao habitante entender que suas ações cotidianas devem refletir o coletivo proposto pelo urbano.

Tal visão é complementada pelas colocações de Wassal e Salles (2019). As autoras ressaltam a importância de se pensar na produção de espaços que promovam a interação entre pessoas, ou seja, os vínculos sociais, a sociabilidade. Amin (2006, p.1017) sinaliza sobre a importância deste encontro público para o processo de aceitação da multiplicidade, significando “retornar os espaços públicos para uso público misto”. Essa ideia é complementada na exposição de Bell (2007a) ao considerar que esses novos espaços têm o potencial para forjar novos modos de vida (que redefinirão ideias como hospitalidade e hospitabilidade).

Estes espaços se tornam propícios para olhar um para o outro, para promover contatos humanos, encontros em público (que se dão justamente a partir de lugares), explica Hillman (1993, p.41), autor que ainda nos lança uma pergunta: “Se a cidade não tem lugares para pausas, como é possível o encontro?”. Latham (2003) complementa esse questionamento, destacando que nas últimas décadas têm ocorrido uma redescoberta e um entusiasmo acerca da vida urbana; e escreve sobre a necessidade de se redescobrir meios de viver junto e desenvolver um sentimento de propriedade da cidade (campo de estudo presente, principalmente, para os novos urbanistas). Tal contexto também é explorado por Grinover (2019), segundo o qual esses novos cenários precisam ser vivenciados na riqueza da multiculturalidade, e a hospitalidade emerge, neste sentido, como uma questão teórica e desafios de práticas. Tal alteração se faz necessária, pois, como explica Fortuna (1994), a cidade

perdeu a sua capacidade de ordenar, quer o tempo quer o espaço, e acabou perdendo-os, sendo desafiada a reaprender a lidar com eles – de modo diferente.

Hillman (1993), sob a perspectiva psicológica, explica que o propósito da construção de uma cidade sempre foi algo intuitivo, uma busca de querer estar junto, imaginar, falar, fazer e trocar. Por isso, o autor clama por lugares onde se possa fazer uma pausa nos deveres e obrigações do dia. Contudo, para Fortuna (1994), a cidade se tornou descuidada, os prédios, as ruas e os bairros foram degradados, os monumentos e o restante do patrimônio, abandonados, o que, segundo ele, evidencia não uma cidade em ruínas, mas, antes, a cultura arruinada. Desta forma, é preciso uma política capaz de manter e preservar o patrimônio e revesti-lo de máximo encanto. Esse é o conceito de regeneração urbana proposto por Bell (2007b) sob a perspectiva da hospitalidade no espaço comercial, já que lugares para comer e beber se tornaram uma posição central na produção de novas formas de se morar na cidade, associadas à revitalização de espaços/distritos urbanos anteriormente industrializados. Fortuna (1994) faz uma ressalva ao avaliar o aspecto cultural, já que tais espaços vão se tornar meramente locais de consumo, tornando inglório o esforço de lhes atribuir um sentido único. O autor explica que, como qualquer objeto mercantil numa sociedade de consumo, a busca da autenticidade e do exclusivismo é subvertida pelo mercado e também pelas tradições imaginadas por sujeitos descentrados e pela própria comercialização da cultura (FORTUNA, 1994).

Pensar as maneiras pelas quais a hospitalidade é mobilizada para o esquema de regeneração através das lentes da filosofia da hospitalidade poderá produzir valiosos novos *insights* em direção do chamado reforço da hospitalidade. Para tanto, é preciso considerar que a territorialidade marca a formação dos grupos sociais e determina sentimentos de pertencimento, na medida em que os membros dos grupos desenvolvem conjuntos próprios de códigos a partir das relações primárias que estabelecem entre si (BELL, 2007a; GRINOVER, 2019). Faz-se necessário permitir novos processos criadores de identidades, sendo que tal ação só se efetivará a partir do momento em que o sujeito estabelece uma relação com o tempo, mas principalmente com o espaço. Desta forma, os espaços são compreendidos como espaços de civilidade e vida social, sendo que os espaços comerciais de hospitalidade têm o potencial de contribuir com a hospitalidade, destacando a obrigatoriedade da reciprocidade como essência (marca) do compromisso e da condicionalidade no coração da hospitalidade (exceto em sua forma idealizada). Ressalta-se, contudo, que

essa compreensão só será possível a partir de um sentimento de pertencimento por parte dos residentes, compreendendo a cidade como algo compartilhado por eles (FORTUNA, 1994; SHELLER; URRY, 2003; BELL, 2007a).

Ao produzir um tipo particular de experiência de hospitalidade, por exemplo, versões particulares de entretenimento de comida e bebida, o “espaço” tem o papel central de reescrever o *script* de morar em determinada cidade. Essa compreensão está em consonância com a chamada hospitalidade híbrida que, por sua vez, marca a transição da hospitalidade para a hospitabilidade, se transformando em novos espaços de hospitalidade. Tais mudanças implicam estados de transitoriedade da condição social e dos estados de espírito e das emoções dos sujeitos. Neste sentido, a hospitalidade tradicional traz uma gama de responsabilidades e obrigações a todos os envolvidos, e, no caso do turismo, aos turistas também, como o respeito às normas culturais, valores e comportamentais (BELL, 2007b; TELFER, 2000; CETIN; OKUMUS, 2018).

O processo de observação, transformação e apropriação torna cada espaço um objeto aos sentidos, nos impulsionando a exercer uma influência sobre ele, transformando-o e consumindo-o (FORTUNA, 1994). Sánchez (2001, p.38), contudo, questiona se se trata de uma “participação efetiva ou representada, passiva ou ativa, legitimadora ou transformadora dos projetos oficiais”. No entender de Sheller e Urry (2003), só é possível uma ocupação real dos espaços se a população aprender a navegar pelo novo universo da mobilidade, sendo este nem público nem privado, o que provocará mudanças no processo de encontro e trocas.

É desta forma que Bell (2007a) defende a possível conexão entre os debates teóricos sobre hospitalidade no âmbito comercial e os debates sobre regeneração urbana, visando mostrar uma outra ideia central da hospitalidade para a política e a prática de regeneração. Essa conexão também é buscada por Chen (2019) quando explora a temática da filantropia e seus efeitos no desempenho dos atores da hospitalidade, também compreendida sob sua perspectiva comercial. A autora demonstra que os efeitos da filantropia podem ser benéficos para as relações sociais, já que as pessoas tendem a visitar e retornar a lugares conhecidos por suas ações positivas, o que gera maior movimento nos locais e maior interação com os envolvidos na filantropia.

Essa relação comercial também fez parte da investigação de Kang e Lee (2018) sobre o apoio das comunidades locais ao turismo (da maconha). Os autores

identificaram o apoio das comunidades desde que elas percebam algum ganho, sendo tal suporte mais perceptível nas camadas mais altas da sociedade em função de sua relação com os hotéis e demais meios de hospedagem. Lugosi (2019) amplia um pouco mais a análise e busca compreender os comportamentos desviantes associados ou não ao turismo e à hospitalidade, entendendo o desvio de conduta como uma divergência em relação a normas usuais de comportamento, sejam sociais, culturais ou éticas.

Locais de hospitalidade se tornaram pontos focais para segmentos particulares de consumidores, tornando-os parte do processo social e econômico, através do qual áreas urbanas são transformadas em gentrificadas, paisagem estetizada para uma nova classe média. Ao considerar os locais “em ruína” e suas formas em evolução, percebe-se um fenômeno cultural, vinculado à criatividade e à produção criativa, à decadência urbana, social e física e ao empreendedorismo em rede, denominado como Hospitalidade de Guerrilha por Lugosi, Bell e Lugosi (2010), pois reflete culturas empreendedoras que prosperam explorando sua ecologia física e social e mobilizando redes e recursos locais; os operadores recorrem a formas e discursos culturais que consideram alternativas culturais tradicionais, sendo a empresa de hospitalidade comercial fundamental para a sua existência. Envolve-se o julgamento sobre a estética urbana e a reabilitação de espaços decaídos, explorando o desenvolvimento do fenômeno de “ruínas” e considerando o relacionamento entre empresários e a produção de espaços de ruínas como espaços de hospitalidade (BELL, 2007b; LUGOSI; BELL; LUGOSI, 2010).

Contudo, Fortuna (1994) alerta que a estimulação dos sentidos, a fuga do presente e o refúgio no passado, proporcionados pela ruína, são profundamente temporários e baseiam-se em critérios estéticos, não substantivos. Terminado o ritual de visita e contemplação, regressa-se ao presente, ignorando todo o impacto absorvido naquele cotidiano. Esses novos espaços de hospitalidade seriam resultados ou produtos culturais que tanto refletem quanto moldam diferentes relacionamentos entre cultura e regeneração. A centralidade da hospitalidade para o processo de regeneração implica relacionamento entre hospitalidade, cultura e regeneração, podendo mudar para coexistência, cooperação e conflito (LUGOSI; BELL; LUGOSI, 2010). Apoiando-se nas colocações de Bourdieu (1996), os autores defendem que os espaços de hospitalidade operam tanto como *hubs* quanto como centros para os

envolvidos no setor, auxiliando no processo de gentrificação e regeneração, e a hospitalidade reforça os discursos de convivibilidade no distrito urbano.

Bell (2011) define a hospitalidade como uma ferramenta conceitual para pensar sobre a interação social em espaços públicos e vice-versa – busca, assim, descobrir mais sobre o trabalho social desses encontros (não é o hóspede *versus* o anfitrião, mas sim a relação entre eles). O autor utiliza-se das colocações de Goffman (1963), com sua perspectiva interacionista, cujo foco recai nos pequenos atos de se morar em uma cidade, pautando-se no microcosmo, não se baseando na hostilidade latente ou na reciprocidade (apesar da mutualidade de uma interação social imediata), mas sim nos breves momentos de hospitalidade que encontramos diariamente.

Considera-se a hospitalidade como uma aproximação entre pessoas que ocupam posições assimétricas – mas que buscam uma simetria para a concretização do acolhimento, a partir de regras não escritas estabelecidas, visando uma troca de experiências e de apoio social/psicológico/emocional, mostrando a importância de se compreender a hospitalidade sob a perspectiva do anfitrião, para que este possa se abrir e se reconhecer tanto no espaço doméstico quanto no espaço público, aproveitando-se dos breves momentos de interação que os espaços contemporâneos oferecem. Nesse sentido, para além de uma perspectiva comercial, tem-se uma perspectiva social capaz de possibilitar experiências de hospitalidade que transformam os hóspedes em amigos (KITSON, 2015; CHRISTOU; SHARPLEY, 2019; PAULAUSKAITE *et al.*, 2017).

Para que a hospitalidade represente mais do que uma palavra ou um setor é preciso entender as relações estabelecidas e seus resultados. Entretanto, no campo do turismo, muitos são os estudos sobre perfil, motivação, gasto médio, entre outras informações econômicas, porém apenas sob a perspectiva do hóspede. A perspectiva do anfitrião é reconhecida apenas na teoria, não na prática. Tanto que é possível encontrar alguns estudos abordando o seu papel como ator importante para o processo de planejamento e organização turístico. A pergunta que se faz é: como envolvê-lo de fato quando sua posição é alterada em locais marcados por um turismo massivo? Há possibilidade de se falar de hospitalidade? Há uma relação estabelecida para o além da perspectiva comercial?

A busca de tais respostas permitirá caminhar para além das fronteiras da hospitalidade e chegar ao que Skokic, Lynch e Morrison (2016) denominam de conhecimento inospitaleiro, ou seja, ir além dos aspectos já divulgados e difundidos

da hospitalidade. No caso da presente tese, defende-se que, ao ignorar a comunidade na reanálise da hospitalidade, não se chega a uma adequada compreensão do termo. Essa dificuldade é enfatizada por Cetin e Okumus (2018), que sugerem considerar a perspectiva local para entender a hospitalidade no campo do turismo, tornando a hospitalidade uma atividade voluntária pessoal de uma troca humana com o intuito de garantir o bem-estar mútuo.

Por essa visão, este trabalho parte de uma base conceitual acerca de hospitalidade e, como aspecto em comum dos autores apresentados, percebe-se a rápida transição entre a figura do anfitrião e do visitante nos processos interacionais na sociedade contemporânea. Isso faz com que, muito além do processo organizacional, os breves contatos moldem experiência da hospitalidade do visitante. Sempre é bom lembrar que a hospitalidade está sendo analisada sob a condição de uma cidade com turismo massivo, e que o estudo se foca nas dimensões de pertencimento e acolhimento, aspectos que influenciam relações a serem estabelecidas em lugares turísticos, como será explorado a seguir.

3.2 PERTENCIMENTO E ACOLHIMENTO COMO DIMENSÕES

As proximidades sociais e espaciais características da vida social, principalmente no espaço urbano, podem ser consideradas como fundadoras da coesão de um grupo. Assim, é possível que o espaço, num movimento consciente de humanização, se transforme em lugar, e faça com que os sujeitos, ao se sentirem bem, tenham reações de comportamento favoráveis ao encontro e à construção das relações de convivência. No mundo contemporâneo, diversos lugares passam a assumir a função de acolhimento e hospitalidade, como é o caso dos comércios, restaurantes, bairros, entre outros estabelecimentos, vinculando-se a inúmeras redes de solidariedade e de sociabilidade (TARRIUS, 2000; ÁVILA; BAPTISTA, 2018; GOMES, 2002).

Próximo a este contexto, Nascimento, Gomes e França (2012) explicam que, muitas vezes, “boa acolhida” é sinônimo de hospitalidade, pois se reveste de sentimentos valorativos ao estrangeiro. Nesse sentido, serve como uma oportunidade de *práxis* em perspectiva holística, cujas dimensões visam à sustentabilidade nos aspectos econômico, sociocultural, ambiental e político, especialmente, na oportunidade de avanço na qualidade de vida das populações tradicionais. Essa é a

mesma perspectiva teórica do 'corpo coletivo acolhedor', como explicam Perazzolo, Santos e Pereira (2011), e presente nas publicações de Grinover (2019). Este considera que a hospitalidade tem, por sinônimo, o acolhimento e a recepção, cujas regras variam muito de um espaço para outro. Contudo, o mesmo autor, em 2009, fez uma diferenciação entre hospitalidade e acolhida, já que a primeira implica a ultrapassagem de um espaço e a implantação de um ritual de acolhimento. Para Grinover (2009, p.6), "acolher o outro significa [...] aceitá-lo e recebê-lo no lugar onde nos encontramos [...] colocando à disposição do outro o melhor de nós: o melhor do que possuímos como anfitriões". Essa diferenciação é a assumida na tese, pois se considera o acolhimento como uma dimensão da hospitalidade. Fuão (2014) complementa essa diferenciação ao citar que a hospitalidade não pode ser explicada unicamente pela presença do 'eu' e do 'outro', pela separação/acolhimento. Segundo ele, o acolhimento/recebimento é a primeira aproximação para essa compreensão, para escutar o que acontece nesse encontro. Segundo Binet-Montandon (2004), a acolhida pode distinguir-se da hospitalidade não somente do ponto de vista do tempo, mas dos códigos e dos sistemas de normas que regem, por um lado, o instante da acolhida e, por outro, as leis da hospitalidade (PITT-RIVERS, 2012).

Binet-Montandon (2004) alerta, ainda, para o paradoxo entre a hospitalidade e o acolhimento, já que não existe hospitalidade sem acolhida, porém a hospitalidade implica abertura ao outro, enquanto a acolhida é uma violência ao outro, com o risco de usurpação do espaço. Para Grassi (2011), a hospitalidade, a partir de uma desigualdade de espaço, é um gesto de compensação, de igualização, de proteção, num mundo em que o estrangeiro, originalmente, não tem lugar.

Fuão (2014) complementa, ainda, que, tanto para Lévinas como para Derrida, o movimento de acolhimento é sempre um ato ético, já que o 'outro' será o errante, o estrangeiro, sempre o diferente. Tal relação ética, para Lévinas, é uma modalidade de contato que foi esquecida ou suprimida pelas normas predominantes mundiais, gerando a compreensão de que a responsabilidade ética é mais assumida do que aceita (BARNETT, 2005). Essa é a mesma perspectiva explorada por Pitt-Rivers (2012) quando destaca que a chegada de um estranho em qualquer grupo gera um momento de provação, no qual será avaliada a possibilidade de transpor a soleira do espaço visitado, como explorado por Grassi (2011). Issa (2007) avalia que, ao receber o outro no seu espaço, o morador local tem a oportunidade de agir e usufruir seu espaço, absorver no lugar e no cotidiano uma forma de desenvolver alguma atividade

e com ela subsidiar o seu sustento, suprir suas necessidades e se sentir acolhido no próprio espaço onde múltiplas relações e vínculos se estabelecem. "Esse 'receber', termo proposto aqui como sinônimo de acolher', só se realiza na medida da desmedida, num questionamento do ser, e de sua ipseidade moderna", explica Fuão (2014, p.80).

Ainda para Grassi (2011), ao receber o *hostis*, o *hospes* o coloca no mesmo nível que o seu, sendo que o convite, a acolhida, a caridade, a solidariedade parecem ser formas vizinhas e derivadas de uma forma inicial de hospitalidade, e esta, um gesto de autorização. Já para Fuão (2014), o acolhimento assim como a hospitalidade não são gestos, mas um movimento comparável à amorosidade. O ato do acolhimento está diretamente associado à hospitalidade tal como concebeu Derrida a partir dos fundamentos do acolhimento em Lévinas, pressupondo duas figuras centrais: o hóspede e o hospedeiro, o convidado e o anfitrião (*host, hoster*) (FUÃO, 2014). Barnett (2005) alerta que os comentários de Lévinas nos levam a pensar com um pouco mais de cuidado os termos relacionados à subjetividade, identidade e comunidade, conceitos atrelados à compreensão da hospitalidade. Neste contexto, vale destacar a diferenciação de Binet-Montandon (2004); ela afirma que a hospitalidade implica a acolhida como um momento inaugural do encontro, resultado de uma lei superior da humanidade, enquanto a acolhida se traduz em modalidades práticas particulares segundo as formas jurídicas de cada estado. Para Paese (2018), quando o hospedeiro passa a oferecer hospitalidade ao que chega anônimo, ambos potencializam a dimensão do gesto de acolhimento, ou seja, o acolhimento é o contrato de hospitalidade que liga o estrangeiro ao hospedeiro, que determina a dimensão do gesto de acolhimento e da permeabilidade, naquele espaço em processo de transformação.

Entretanto, alerta Grassi (2011, p.51), o anônimo, o estrangeiro vem revestido de uma identidade negativa, principalmente porque a "estranheidade traz em si um perigo", pois levanta um questionamento identitário ao que recebe, deparando-se com um membro da desordem urbana. Esse fato decorre, como explica Pitt-Rivers (2012), de um *status* antigo abandonado e um novo adquirido, e isso implica uma relação de tensões. É neste contexto que a hospitalidade se torna uma etapa, uma passagem do exterior para o interior, supondo, além da autorização, uma proteção, marcando essa relação como um rito de passagem, dádiva temporária de um espaço. Para tanto, é necessário que o visitante obedeça a qualquer pedido ou expectativa do anfitrião. Por

isso a acolhida é compreendida como uma permissão, sob certas condições, da inclusão do outro no próprio lar. A concepção de acolhida depende do contexto institucional e cultural dentro do qual ela toma forma, dos estatutos respectivos e das relações que se instauram entre aquele que acolhe e aquele que é acolhido. Desta forma, a hospitalidade também é uma acolhida sob condição, tornando-se um fato social, produzido por uma sociedade, num dado momento para responder a uma situação precisa (GRASSI, 2011; HEUMAN, 2005; BINET-MONTANDON, 2004).

Em comunidades onde o fluxo de turistas ou de pessoas fora de suas relações sociais mais próximas não é habitual, o ato da hospitalidade, sob a dimensão de acolhimento, faz questionar seus paradigmas sociais em nível cultural, ético, espacial e político (PAESE, 2018). Para Plentz (2015), o acolhimento de visitantes, tanto por uma população local como por todos os profissionais envolvidos na organização de um núcleo receptor é a alma do lugar em ação. Confirma-se, desse modo, que o princípio básico e marco inicial de qualquer discussão que envolva desenvolvimento turístico de uma localidade deva ser sua humanidade expressa em hospitalidade, iniciada a partir da ação de um acolhimento. Segundo Cetin e Okumus (2018), a hospitalidade local é um importante componente de expressões culturais, uma responsabilidade que não pode ser ignorada, e o processo de acolhida é essencial para a efetivação das relações de hospitalidade.

Entretanto, com a turistificação do espaço, percebe-se que a entrada de “estranhos” passa a ser incentivada, muitas vezes rompendo com as leis de hospitalidade. A cidade turística é envolvida por uma nova materialidade, imaginada a partir do presente, o que confere à memória coletiva não apenas um caráter parcial, mas sobretudo “irreal” (FORTUNA, 1994). Para o autor, por ter se tornado espaço público, a cidade (com sua arquitetura histórica e monumental) deixa de funcionar como narrador social da distinção. Sánchez (2001) complementa: a leitura de uma cidade se baseia na imagem aliada à compreensão e interpretação, e também sintetização do discurso elaborado, visto que materialidade, representação e imaginação não são mundos separados.

Latham (2003) defende repensar as relações entre as pessoas, assim como os aspectos econômicos e culturais, e compreender o lugar diário das convivências culturais que resultam em relacionamentos. Ao se apresentar como lugar onde se pratica a hospitalidade, a cidade deve oferecer o que há de melhor nela, por exemplo, suas riquezas culturais, econômicas, sociais. Deve colocar numa determinada ordem

suas características, prepará-las e mantê-las funcionando, bem como dispor delas sempre que se manifestar o acolhimento. Assim, proporcionar o encontro com os “outros” sob a forma de hospitalidade é transformar a relação, que não é mais do “outro” impondo sua presença, mas é do anfitrião que recebe para mostrar seu lugar, sua cultura, sua história (GRINOVER, 2009). O desafio recai no aspecto de que, como entidades geográficas, as cidades são dificilmente lugares discerníveis com identidades distintas, pois se tornaram uma expansão habitada sem fim, sem fronteiras claras e espaços de extraordinária circulação e conectividade translocal, conectada a processos de contato espacial e interdependência associada com a globalização (AMIN, 2006). Tal desafio aparece na publicação de Sánchez (2001). Em seu entender, as cidades foram transformadas em mercadorias, que, sob a égide do poder político dos governos locais, se perfila em processos de reestruturação urbana.

Hillman (1993, p.6) não concorda com essa perspectiva denominada anticidade, pois tal visão coloca a alma e a cidade em campos opostos, resultando, portanto, em “cidades sem alma e almas sem cidade”. Calvino (1972, p.52) expõe que o viajante reconhece o pouco que é seu, descobrindo o muito que não teve e o que não terá, sendo que “[...] vista de dentro, seria uma outra cidade”. Desta forma, para Grinover (2019), falar de uma cidade acolhedora (e hospitaleira) é falar do lugar feito para si e para o outro, envolvendo as questões relativas ao uso e apropriação do espaço – público – aberto para todos e construído para esse fim. Amin (2006) destaca que a negociação da diversidade acaba influenciada por este encontro público nos lugares. Neste estudo, compreende-se como necessário um processo de valorização da cultura local, envolvendo os verdadeiros anfitriões no processo de acolhida. O conhecimento e a experiência que possuem são essenciais para o processo de hospitalidade, incentivando-os a assumirem a cidade como sendo deles, pertencente a eles e, conseqüentemente, devendo ser cuidada por eles. Amin (2006) complementa: as cidades precisam resgatar sua convivência, já que tudo se alterou para uma busca de projetos meramente privados e hedonísticos.

Segundo Grassi (2011), é necessário refletir sobre a maneira como os lugares e os espaços ordenam e moldam a relação com o outro em todos os componentes de um território e concorrem para a aceitação ou rejeição da alteridade. Já Grinover (2019, p.226) explica que um lugar se torna importante pela sua capacidade de tornar os indivíduos diferentes após atravessá-lo, produzindo uma “experiência depois da qual ninguém consegue ser mais o mesmo”.

A acolhida seria uma estratégia para minimizar tal cenário de irritabilidade, ou seja, ela se presta à construção de um laço social com os diferentes parceiros que o recém-chegado precisa identificar. Não cabe ao indivíduo estabelecer laços por sua própria iniciativa, mas propor disposições para facilitar a criação dessa rede de relações e de normas. O status do convidado apresenta-se em um ponto intermediário entre o “estranho hostil” e o “membro de uma comunidade”, sendo o mesmo incorporado de modo mais prático do que moral (BINET-MONTANDON, 2004; PITT-RIVERS, 2012).

Ao abordar o anfitrião de Campos do Jordão, Meneghini (2018) diz que este se constitui enquanto classe trabalhadora; atrás do sonho capital de uma vida melhor, aceitando prender-se ao espaço, mesmo que em condições nada boas de moradia, com suas casas dependuradas em morros. A própria formação da cidade demonstra o afastamento da população local nas decisões políticas. Foi a partir de interesses de um grupo que havia adquirido terras na região do Capivari, inicialmente projetada para ser uma vila sanitária, que decretos e ações políticas foram sendo definidos para delimitar as áreas de circulação dos doentes e dos turistas. Tais iniciativas provocaram uma divisão espacial e social na ocupação, perceptível assim que se amplia o olhar sobre a cidade de Campos do Jordão. Durante este processo, para poder atrair cada vez mais turistas, foco de interesse do grupo descrito anteriormente, uma série de imagens começou a ser atrelada ao contexto jordanense, como a de Suíça Brasileira. Contrário a este processo organizacional, Amin (2006) destaca a necessidade de uma política explícita de reparo e manutenção que atenda ao processo organizacional (silencioso) da cidade – que a faça funcionar – e seja percebida pela população (o que não ocorre na maioria das cidades brasileiras, assim como em Campos do Jordão).

Neste processo histórico e de ocupação territorial, chegou-se a um resultado que afeta diretamente a hospitalidade na cidade de Campos do Jordão: a confusão dos papéis nas cenas de hospitalidade, pois o anfitrião não se sente como tal (e sim como um serviçal) e o turista (principalmente o que possui segunda residência na localidade) se sente como o anfitrião. Nota-se uma ruptura das Leis da Hospitalidade de Pitt-Rivers (2012), já que há uma nítida inversão de papéis. O morador se afasta dos espaços turísticos construídos, não os aproveitando nem nos períodos de baixa temporada, e o turista se sente confortável na cidade a ponto de cometer ações ilegais, como estacionamento incorreto, ocupação e desmatamento de espaços naturais. No longo prazo isso pode ser um problema, já que, ao invés de relações de

hospitalidade, passam a ser comuns relações de hostilidade, sem a efetivação de transformação de *hostis* em *hospes*. É este cenário que nos leva a questionar os papéis fixados para cada um dos entes e discorrer sobre hospitalidade a partir de uma ação acolhedora.

Entender o processo de hospitalidade pela dimensão do acolhimento permite posicionar os atores destas cenas em suas posições de destaque e de conflito. A hospitalidade depende da acolhida, já que esta representa o momento inaugural do encontro. Entretanto, diferentemente da hospitalidade, que procura estabelecer uma relação com o outro, a acolhida, em seu momento inicial, pode se caracterizar como um ato de violência, como exposto por Grassi (2001), Pitt-Rivers (1977) e Binet-Montandon (2004). Diz-se violência pelo fato de que o *hostis*, para ser acolhido, deve se adaptar à estrutura da sociedade que visita para ter seu *status* modificado e transformado em *hospes*. Neste sentido, a acolhida passa a ser uma permissão de acesso a um novo *status*!

Avançando nas relações estabelecidas a partir do acolhimento, pode-se explorar o contexto do turismo, já que esta não é uma relação excludente. À cidade cabe a responsabilidade de proporcionar espaços nos quais possam ser efetivadas cenas de hospitalidade, transformando a relação que se inicia. Cabe ao anfitrião (entendido aqui como a comunidade local) mostrar seu lugar e cultura, demonstrando ao visitante/turista/*hostis* as suas regras para que a acolhida inicial possa se efetivar em uma relação de hospitalidade. Afirma-se, por isso, que a hospitalidade é uma acolhida sob condição. Se as normas sociais forem compreendidas pelo *hostis*, este terá sua posição transformada para *hospes*, e os laços sociais serão estabelecidos, desenvolvendo-se novas redes de relações e novas normas. Se as normas não forem compreendidas ou aceitas, a hospitalidade não se efetivará (apesar de ter havido a acolhida).

Compartilha-se a compreensão de Sánchez (2001, p.38) de que os espaços são esferas de encontro, esferas de coexistência, uma afetando a outra, o que provoca a necessidade de se rever o conceito de “identidade de um lugar” ou sua “imagem-síntese”. Para Grinover (2019, p.226), deve-se falar em experiência ‘da’ e ‘na’ cidade, envolvendo um sistema de valores, normas e relações sociais, caracterizando a ‘cidade-território’, definida “pelo fato vivido e atestado [...]”. Considera-se, também, a colocação de Amin (2006) de que a utopia não é um sonho do intangível, mas uma esperança do ‘ainda-não’, baseado em muitas práticas de intervenções

transformativas; compreender a hospitalidade em espaços turísticos visa a uma transformação no processo de apropriação da cidade por parte do morador, para que, assim, ele ocupe sua função de anfitrião-residente.

Apesar de nos primórdios da atividade turística as regras de hospitalidade terem sido menos restritas, ou seja, não necessitando de uma autorização prévia e nem de uma relação próxima para ser bem recebido (YOUNG, 1973), atualmente, segundo Raymond e Brown (2007), tanto os residentes quanto os turistas preferem um desenvolvimento do turismo (quando abordado o massificado) marcado por fronteiras, ou seja, cada um se protege em sua concha, como explica Young (1973). Para o autor, mesmo argumentando que a viagem é um meio para escapar de uma rotina, o turista não se abre para se conhecer internamente, nem se dá a chance de mergulhar na realidade do destino onde desfrutará os momentos almejados. Isso resulta, conforme aponta De Kadt (1979), em um encontro entre anfitriões e hóspedes que varia de acordo com o estágio de desenvolvimento do turismo na localidade visitada, caracterizado, na maioria das vezes, por uma relação puramente mercadológica.

Huh e Vogt (2008) explicam que uma comunidade que desenvolve o turismo na busca de uma melhoria econômica deveria prestar atenção nos membros que não desejam seguir este caminho, já que estes podem afetar qualquer tipo de relação estabelecida a partir da atividade. Isso se deve ao fato de que o encontro de dois mundos tão diferentes (como o do anfitrião e do visitante) resultará em significativas consequências socioculturais, tanto positivas quanto negativas (LANKFORD, 1994). Inclusive, Pearce, Moscardo e Ross (1996) destacam que a natureza social do turismo é também especial já que anfitriões e hóspedes podem mudar de papel, e essa reciprocidade de experiências oferece a cada envolvido uma perspectiva do lado social do turismo.

Entretanto, Ap (1992) alerta que a percepção dos anfitriões sobre a atividade turística se torna uma previsão a respeito do comportamento nas trocas do turismo, já que a satisfação das necessidades dos atores provê a racionalidade para o engajamento na troca social. A não ser que uma necessidade exista, não há racionalidade, motivação, ou base para que o ator desenvolva uma relação com a outra parte. A formação de uma troca social envolve o estabelecimento de uma relação em duas direções, conectada a uma história e ao futuro dos envolvidos. São relações temporais, mais ou menos duráveis entre os dois (ou mais) atores envolvidos,

e que podem ser modificadas no decorrer do tempo. As maiores variáveis na relação de troca social são poder, coesão e o desequilíbrio de poder (AP, 1992).

O exercício da reciprocidade é característica da hospitalidade, o que acabará por gerar uma troca (SCORSATO, 2006). A reciprocidade só é ameaçada na presença de um turismo de massa, que pode comprometer o modo de vida das comunidades anfitriãs. Porém, essa visão de reciprocidade só será possível se, como aponta Silva e Marques Junior (2016), entendermos que o turismo é tanto uma atividade econômica como social, envolvendo o contato turista-comunidade residente. E se a apatia e a desconfiança dos residentes afetarem os turistas, estes perderão o interesse em visitar os lugares nos quais não se sentem bem-vindos (CARDONA; CRIADO; CANTALLOPS, 2015).

Issa (2007) considera que a hospitalidade apresenta certa proximidade com questões como solidariedade, vínculos e laços sociais, tornando viável a hipótese de que a hospitalidade, estando na base da constituição e formação das comunidades, se inicie por compromissos que impliquem, primeiramente, aqueles que se encontram diretamente envolvidos, ou seja, seus membros, para depois ser proporcionada aos de fora, aos visitantes e aos turistas.

Entretanto, conflitos entre os anseios da comunidade local e as expectativas dos turistas já começam a ser evidenciados. Pesquisa de Silva e Sant'Anna (2015) mostrou crescimento no número de turistas na cidade de Diamantina e o consequente aumento na demanda habitual de serviços. Os dados também sinalizaram para a necessidade de se aprimorar os serviços de atendimento e a identidade do local, questionando a qualidade de povo hospitaleiro. Para os autores (p.16), "à medida que o turismo permite a entrada de pessoas que exigem serviços com padrões de qualidade globalizados, distantes do modo regional de acolhimento, geram-se impactos que se traduzem no sentimento de impotência".

Para De Kadt (1979), o encontro entre anfitrião-turista acontece em três contextos: quando o turista está comprando algo ou recebendo um serviço do anfitrião; quando o turista e o anfitrião se encontram lado a lado (em uma praia, por exemplo); e quando as duas partes se encontram com o objetivo de trocar informações ou ideias, sendo esta última a mais observada pelas pessoas que pontuam o turismo como possível promotor de um entendimento e respeito global. Defende-se que o foco deveria ser o de criar, como aponta De Kadt (1979), oportunidades para que hóspedes e anfitriões interajam para além dos papéis estereotipados. Cetin e Okumus (2018)

pontuam que os residentes aceitam os turistas como seus convidados em sua cidade, mas com uma hospitalidade que, ao invés de gerar reciprocidade, gera uma compensação, representada por uma resposta educada, uma ajuda em um momento de necessidade ou até uma amizade. Isso colabora com as colocações de Grinover (2019) quando este destaca que a sociedade compreende a necessidade de acolher e celebrar a multiplicidade de diferentes povos (entre outros aspectos) ao mesmo tempo em que se define a identidade de cada uma, um caminho para a garantia da coesão social e, no limite, a segurança 'da' e 'na' cidade.

Compreendendo que as relações promovidas no espaço turístico são marcadas por experiências anteriores, sentimentos de irritabilidade são identificados em locais com turismo massivo. Estes sentimentos acabam por bloquear qualquer ação inicial de acolhimento, impedindo o estabelecimento de uma relação de hospitalidade. Isso decorre, como já exposto, da confusão e da inversão dos papéis sociais de visitantes e anfitriões. Agrega-se, ainda, o rompimento das leis da hospitalidade, diante da inobservância das regras locais e do desrespeito aos espaços públicos e comunidade. Neste contexto, não seria mais possível falar em hospitalidade, apenas na encenação, como pontua Gotmann (2008)?

Diante de tal questionamento, defende-se que uma nova dimensão precisa ser agregada para a compreensão da hospitalidade – em espaços turísticos: a do pertencimento. Sampson (1988), afirma que o sentimento de pertencimento dos residentes de uma comunidade é um importante componente para a sua qualidade de vida e comportamento social. Wang e Xu (2015) também contribuem com esta visão quando destacam que no contexto do turismo (principalmente o receptivo) a identidade de um local irá apelar ao seu residente se o atributo identitário se encaixar em seus valores pessoais. Esses autores defendem que o turismo em uma cidade deveria permitir aos seus residentes que incorporem esses atributos identitários em seus próprios conceitos, para que se sintam motivados a apoiar a atividade turística.

O conceito de pertencimento pode ser analisado sob diversas perspectivas. Perazzolo, Santos e Pereira (2013) reforçam a compreensão da territorialidade e da identidade territorial, principalmente dos destinos turísticos. Para os autores, o território passa a ser compreendido num campo relacional de natureza mutável e subjetiva, constituído no interior de cada sujeito e compartilhado pelo grupo interno/externo de comunidades, marcando uma identidade social que integra o cenário de organização da identidade dos sujeitos. Já para Mâcedo e Neves (2016),

é preciso considerar memória e a identidade do lugar para compreender o pertencimento. Para esses autores, a identidade de lugar tem a funcionalidade de criar um ambiente interno com sustentação e proteção à autoidentidade do sujeito. Nesse contexto, o sentimento de pertencimento aparece como uma subcategoria da identidade do sujeito, relacionando o sujeito a um ambiente importante para ele. Assim, o sentimento de pertença configura-se como uma sensação de fazer parte, de conexão com aquele lugar; estar integrado a ele.

Pode-se, ainda, compreender o pertencimento sob a perspectiva da cidadania e o direito à cidade. Para Trindade (2012), a cidadania se refere a um status que permite ao indivíduo a participação integral na comunidade política e na herança social, processo cuja efetivação depende em larga medida da construção de um sentimento de pertencimento capaz de conectar os indivíduos à comunidade mais ampla, está circunscrita nos limites do Estado-nação. Já para Moreira e Hespanhol (2007), a geografia crítica agrega novos olhares, já que estuda os lugares e o sistema de relações, não os homens. Para esses autores, o homem percebe o mundo através do corpo e do sentido, sendo necessário ser um espaço vivido, conhecido e reconhecido em toda a sua amplitude. A identidade, o sentimento de pertencimento e o acúmulo de tempos e histórias individuais constituem o lugar, que guarda em si o seu significado e as dimensões do movimento da história, apreendido pela memória, através dos sentidos. No geral, para a presente tese, esta última possibilidade, - geografia crítica – foi considerada como fio condutor para a compreensão do aspecto de pertencimento na perspectiva da Hospitalidade.

Para Baptista (2008) uma gama de elementos (cores, sons e cheiros, tradições e hábitos) funcionam como nutrientes que fazem com que cada indivíduo se reconheça como cidadão e atue na construção de uma sociedade. Callai (2005) explica que a leitura do mundo implica ler o mundo da vida, ler os espaços e compreender as paisagens, entendendo que são resultados da vida em sociedade, permitindo que ela reflita sua diversidade em todos os níveis e propicie a igualdade de oportunidades para todos os grupos que a compõem (LIMA, 1998). Já Saviani (2009, p.4) defende que esse processo de reconhecimento do lugar leva ao processo de reconhecimento de si como cidadão, aquele indivíduo livre, esclarecido, tomador de decisões.

Igualmente pertinentes, as colocações de Carvalho (2009) defendem o valor da topofilia, termo compreendido como o apreço ou amor ao lugar, que se internaliza nos

indivíduos à medida que se apropriam do espaço, o inserem em seu cotidiano e passam a reconhecer nele a própria existência de sua vida. Para a autora, só assim o lugar será internalizado nos sujeitos pelo sentimento de pertencimento. Issa (2007), por meio da teoria econômica dos sítios, associa a questão do sítio simbólico de pertencimento e do homem à circulação do dom, da dádiva, da hospitalidade. Neste sentido, Wang e Xu (2015, p.243) afirmam: o “senso de lugar pode ser descrito como uma compilação de significados, conhecimento, aproximação, comprometimento e satisfação que um indivíduo ou grupo associa com determinado lugar¹⁰”.

Renoó e Teixeira (2007) destacam a importância da identidade social de um povo e a relevância de um trabalho educacional junto à comunidade para que ela não perca a sua referência original de cultura, ecologia e história. O foco é apontar para um paradigma alternativo, uma nova forma de perceber, interpretar, organizar e planejar, considerando os valores, os ritos, os mitos locais. Para que isso ocorra, Pires e Alcantarino (2008, p.05) propõem discutir sobre o capital social local, entendido como “o conjunto de interações e inter-relações que se estabelece de forma organizada e espontânea e que garante [...] o sentimento de pertencimento dos indivíduos a determinado grupo”.

Para Issa (2007), o processo de dar, receber e retribuir permeia as formas de organização presentes nos sítios, alicerçando as culturais locais, gerando novas formas de comportamento que interferem em toda a teia social das relações. Trata-se de uma rede de relações de confiança e reciprocidade que emergem das interações sociais na constituição deste capital social e os seus consequentes desdobramentos no campo da ação participativa (PIRES; ALCANTARINO, 2008). Assim, embora a dádiva possa ser mais facilmente observada no plano das relações interpessoais – laços familiares, amigos e vizinhos –, ela também está presente em outros planos da vida social, nas relações funcionais, nos aparelhos políticos, econômicos e científicos (ISSA, 2007).

O caráter subjetivo redimensiona a importância do indivíduo ao transformá-lo em agente promotor do processo evolutivo, tanto pessoal como coletivo, pois o verdadeiro diferencial do desenvolvimento local se encontra na postura que assegura à comunidade “o papel de agente, e não apenas o de beneficiária deste processo”

¹⁰ Tradução livre do trecho: “Sense of place can be described as a compilation of meanings, knowledge, attachment, commitment and satisfaction that an individual or group associates with a particular place” (tradução da autora).

(OLIVEIRA, 2008, p.24). Assumir o papel de agente promotor depende de um processo educacional de todos os envolvidos no processo turístico, seja para a execução de uma atividade laboral, seja para o reconhecimento de sua história e cultura. A educação, como importante instrumento de promoção humana e de desenvolvimento social, comporta múltiplas abordagens e formas de intervenção – educação, entendida neste estudo no sentido de educação formal e de demais processos educativos que ocorrem ou são propostos para determinados grupos sociais (ÁLVARES, SILVA; CAVALCANTI, 2006). Nesse processo de reconhecimento do espaço público como seu, os líderes comunitários têm um papel direto e significativo no processo educacional da população para que todos vejam o turismo como uma economia complementar, e não como única possibilidade de sobrevivência na cidade (JOHNSON; SNEPENGGER; AKIS, 1994).

A inserção de uma comunidade local no processo de desenvolvimento turístico é relevante desde que esta seja consciente, motivada e capacitada para participar do processo de planejamento do turismo. Por vezes, a participação se manifesta apenas representativamente e fisicamente, mas sem direito a voz e voto (SILVA; MELO, 2012). Hanai e Espíndola (2011) enfatizam que normalmente é ilusória a participação dos moradores locais, pois, ludibriados pelas possibilidades e oportunidades do desenvolvimento turístico, aceitam passivamente as decisões tomadas e direcionadas a interesses de grupos individuais, que nem sempre se constituem benefícios para a coletividade. A educação popular, caracterizada por uma perspectiva política de transformação das condições de existência de grupos excluídos, apresenta um projeto educativo que os reconhece não apenas como receptores de novos conhecimentos, mas como sujeitos do processo de aprendizagem e da mudança social (ÁLVARES; SILVA; CAVALCANTI, 2006). Contudo, são poucos os trabalhos e as iniciativas que visam sensibilizar e educar turisticamente os residentes locais, assim como de promover e/ou criar espaços para a sua participação efetiva nas discussões e definições do desenvolvimento turístico local (HANAI; ESPÍNDOLA, 2011).

Percebe-se que, ao avaliar a disponibilidade de uma região para a atividade turística, nem sempre se pensa em toda a intervenção educativa para que ela se realize com êxito (ÁLVARES; SILVA; CAVALCANTI, 2006). O estabelecimento de espaços educacionais voltados para o turismo tem pouco efeito na educação geral de um país. Contudo, quando o turismo se torna uma atividade econômica em determinada localidade, a demanda por um processo educacional passa a ser exigido,

o que aumentaria os níveis gerais de escolaridade. Treinamento apropriado para as pessoas que desejam trabalhar com o turismo permite não apenas adquirir as habilidades necessárias para esse trabalho, como desenvolver um sentimento de orgulho em ofertar tal serviço, pois o treinamento diferenciado minimiza a associação de atividade meramente serviçal geralmente atribuída aos trabalhadores do turismo (DE KADT, 1979).

Considerar as dimensões de pertencimento e acolhimento para compreender a hospitalidade e as relações percebidas em destinos turísticos, principalmente os massificados, é essencial para que se possa planejar a atividade turística de forma coerente, com vistas ao sucesso no longo prazo. Para tanto, a educação, como exposto, faz parte de um trabalho árduo e contínuo, permitindo que os próprios moradores possam reconhecer e entender os impactos da atividade em seu padrão e estilo de vida, permitindo um balanceamento de tais impactos e uma análise mais profunda sobre as mudanças necessárias. A discussão e apontamentos acerca dos impactos do turismo na hospitalidade local serão trabalhados a seguir.

3.3 HOSPITALIDADE NO TURISMO

Ao comentar sobre o processo de desenvolvimento de destinos turísticos, Huang e Hsu (2009) destacam como essencial o entendimento dos processos de interação social já existentes. Para os autores, há três tipos de contato social em lugares turísticos: o primeiro envolve o contato entre o turista e o serviço procurado (hotel, restaurantes, receptivos, entre outros); o segundo, a relação entre turismo e comunidade local; e o terceiro, o contato entre turista e turista. Concentrando-se no segundo tipo de contato, aspecto que passou a ser mais estudado apenas a partir da década de 1990, foca-se os impactos provocados na comunidade receptora, aqui entendida sob a perspectiva da hospitalidade, doravante denominada comunidade anfitriã, e seus membros como anfitriões-residentes. Andereck e Vogt (2000) justificam que essa mudança de direcionamento das pesquisas ocorreu quando os destinos turísticos passaram a registrar um aumento no consumo de drogas e álcool, lotação de espaços públicos, vandalismo, degradação, mas, principalmente, o declínio da hospitalidade, afetando as suas dimensões de pertencimento e acolhimento.

O turismo é considerado de caráter social pela grande diversidade de atores envolvidos em uma relação de anfitrião-hóspede e porque o turista apresenta um

comportamento específico na presença de outras pessoas (PEARCE; MOSCARDO; ROSS, 1996). É de caráter social porque se fundamenta na representação social que os membros desta comunidade construíram em virtude de valores, ideias e conceitos articulados pelo processo de turistificação no próprio espaço em decorrência da perspectiva de mudanças nos níveis de qualidade de vida (OLIVEIRA, 2008). Por tudo isso, o turismo é considerado como um importante agente de transformação de uma comunidade; e proporciona que os visitantes-excursionistas e turistas de segunda residência estabeleçam diferentes relações de troca com os moradores (MAIO; BARRETTO; SANTOS, 2006). O turismo, portanto, é uma atividade que exige sempre um receber, sendo este o denominador comum entre os diversos tipos de turista e turismo (SCORSATO, 2006).

Para tanto, parte-se da compreensão de que, no relacionamento entre visitantes e visitados, hóspede e hospedeiro, não há apenas a troca, o valor atribuído à questão econômica, mas também se estabelecem vínculos não obrigatórios entre as partes envolvidas, coexistindo no mesmo tempo e espaço (ISSA, 2007). Desta maneira, além da participação do anfitrião-residente na ocupação dos empregos criados, deve-se considerar sua participação no desenvolvimento e na construção de políticas públicas locais, a consolidação de sua posição enquanto anfitrião (e corresponsável pela receptividade e hospitalidade ofertada), assim como a valorização de sua formação histórica e cultura ali arraigada. Pode-se ainda ampliar a análise e considerar as mudanças educacionais e de capacitação geradas pela atividade na localidade, o que afeta os anseios da comunidade e a construção e busca de seus ideais.

Entretanto, o viés econômico continua a ser o alicerce das decisões e de planejamento urbano (seja ou não em cidades turísticas), gerando diversos tipos de impactos. Apesar de os impactos sociais do turismo já terem sido expostos por Blackstock (2005), Wang e Xu (2015), Smith e Krannich (1998) entre outros, alerta Sharpley (2014) que muitas localidades ainda pensam apenas no crescimento econômico que a localidade poderá usufruir, esquecendo-se de que tais benefícios não serão conquistados sem custos, já que o desenvolvimento turístico acarreta diferentes níveis de impactos no espaço do destino e, particularmente, nas pessoas que ali vivem. Em geral, na ânsia de obter os benefícios divulgados que a atividade turística pode gerar, os representantes de órgãos públicos e organizações privadas se empolgam com o “potencial turístico” de uma localidade e passam a promovê-la

para aumentar o afluxo de visitantes sem planejamento turístico adequado (PIVOTT, 2006).

Lankford (1994) faz uma ressalva que governo e empresários têm forçado um ritmo de crescimento acelerado da atividade, estimulando-a constantemente, sem nenhuma evidência de que os turistas serão acolhidos ali no melhor sentido da palavra hospitalidade, de forma a se ter uma interação satisfatória a todos os envolvidos. Desta maneira, os residentes podem se tornar um instrumento de desencorajamento do turismo ao se opor ou ao exibir comportamentos hostis, já que o encontro entre anfitriões e convidados pode levar a experiências negativas (AP, 1992). Esta é a mesma perspectiva trabalhada por Barbosa (2005) quando pontua ser necessário considerar, além do interesse dos turistas em visitar a localidade, o interesse do residente que os recebe, já que este sofrerá os impactos que a atividade causa. Essa preocupação decorre do fato de que toda atividade turística acarreta uma modificação socioespacial; trata-se, portanto, de uma atividade transformadora, que necessita da existência de uma organização para que os resultados obtidos sejam favoráveis à economia, cultura e sociedade (BARBOSA, 2005).

Este cenário de mudanças provocadas pelo turismo é denominado por Cruz (2003) como a turistificação dos lugares. Em linha com a autora, Gondim (2015) explica que o homem provoca transformações no espaço geográfico, seja por meio da técnica (como o trabalho), seja pelo uso (como o lazer), criando-se uma segunda natureza, o que provoca alterações no “lugar” onde se realiza a produção da vida, ao mesmo tempo em que se criam as condições para a sua reprodução. A esta visão soma-se a colocação de Fortuna (1994), que discorre sobre o surgimento de novos signos culturais, responsáveis por uma contínua reinvenção das comunidades e tribos. Para o mesmo autor, esta situação gera uma nova problematização para a sociedade, pois, a partir daí, se faz necessário entender como se dá a relação dos sujeitos com o tempo e o espaço. Tarrus (2000) contribui com a discussão ao explorar as modalidades de articulação entre os chamados microlugares e macrolugares, que, por sua vez, ficam sujeitos a lógicas sociais complexas. Estas acabam por se organizar em níveis territoriais, formando estatutos de identidades das diversas coletividades presentes em um lugar, afetando/facilitando a identificação do morador com o novo espaço.

Das diversas modificações que ocorrem em um destino turístico, reforça-se a mudança gerada no residente e no seu processo relacional com o turista. Para

Carneiro, Eusébio e Caldeira (2017), a interação entre anfitrião e turista é frequentemente formal, breve, ambígua, temporária. No entanto, a existência de oportunidades para a interação oferece um importante contato social, podendo gerar benefícios (e também custos) para todos os envolvidos. Tal interação poderá ter reflexos nos futuros encontros entre residentes e novos turistas.

Como anteriormente apontado, Beni (2006) reforça que os impactos do turismo nas comunidades receptoras podem ser econômicos, psicológicos e ou sociais, aspecto já exposto também por De Kadt (1984). Este recomenda atentar para os efeitos do turismo e as mudanças de vida que poderão ocorrer a partir dessa prática comercial, já que esta atividade gera diversos impactos, podendo ser avaliados sob uma perspectiva positiva e até negativa. Para Carvalho (2009), as alterações na dinâmica sociocultural em virtude do turismo influenciam diretamente a percepção dos moradores em relação aos seus impactos sobre seus patrimônios e consequente preservação. Em sua pesquisa, a autora identificou pouca relação da comunidade local com os patrimônios da cidade, sendo esta uma relação apenas profissional, constatação também verificada na publicação de Silva e Sant'Anna (2015) e de Sperb e Queiróz (2012). Acrescenta-se ainda a publicação de Mendes, Cavenaghi e Wada (2020), que mostra a concentração dos momentos de interação do morador com a cidade em que habitam (marcada pelo turismo) na área compreendida como do morador. Eles avaliam que não ocorre, por parte dos moradores, uma interação com a área considerada do turista; com isso, surgem os *clusters*, que precisam ser pensados no processo de planejamento turístico.

Os encontros no turismo são compreendidos como encontros entre os atores, notadamente anfitriões e visitantes (CARNEIRO; EUSÉBIO; CALDEIRA, 2017). Uma atitude mais positiva dos residentes com o turismo e, conseqüentemente, com os turistas, pode, direta e indiretamente, influenciar a satisfação do visitante, principalmente pela interação com os moradores locais (WASSLER *et al.*, 2018). Eusébio, Vieira e Lima (2018) avaliam que, apesar de uma variedade de determinantes para esse encontro, apenas considerando a intensidade, a frequência e o período em que esses contatos ocorrem, será possível compreender a receptividade do residente e seu apoio ao turismo.

É neste contexto de turismo já massificado que Yazigi (2001) provoca o debate ao questionar o que seria, atualmente, a população local. Para o autor, a personalidade de um lugar já não é mais de seus primitivos habitantes, mas também

de todos os forasteiros agregados. “Nessas condições, a normal preferência pelos ‘habitantes do lugar’ e de seu cotidiano fica paradoxal, na medida em que hoje tais pessoas são expressivamente de fora” (YAZIGI, 2001, p.18). Para Cetin e Okumus (2018) não se deve falar em um único perfil de uma comunidade, mas sim de um novo perfil cultural, formado a partir das interações em um ambiente social no qual as pessoas de diferentes lugares se encontram. Assim sendo, essa constante atualização definiria a atual comunidade local. Esse é o contexto do termo “personalidade” explorado por Yazigi (2001, p.29), que o entende como “um conjunto de características, materiais ou não, que marcam um espaço geográfico, independentemente do que um observador possa qualificar como virtudes”.

Uma boa receptividade é essencial para a experiência do turista, como ressalta Lynch (2017); Griffiths e Sharpley (2012) concluem que a atratividade de um destino turístico se pauta nas oportunidades percebidas a partir de uma interação positiva mais intensa entre o residente e o turista, o que tem a capacidade de garantir experiências tidas como memoráveis. Para Cetin e Bilgihan (2015), essa procura por experiências marcantes e memoráveis se deve à competitividade entre os diversos destinos turísticos, já que os métodos tradicionais de diferenciação entre eles estão se tornando obsoletos, exigindo ações mais direcionadas à valorização da experiência local, sendo o componente humano essencial nessa etapa.

Para receber alguém, é preciso se abrir à diferença, um gesto caracterizado pela vulnerabilidade e exposição; são esses os riscos que fazem com que a hospitalidade se torne tão poderosa, envolvida por uma ética do cuidado. É simultaneamente um gesto de perdão do passado e um ato de confiança em relação às intenções honestas de hóspedes e anfitriões (KITSON, 2015). Ao estudar as experiências memoráveis do turismo, Kim (2014) reconhece a importância das características locais para se alcançar a experiência pretendida. Tais características são vitais para o processo de diferenciação dos destinos turísticos. Para ele, reconhecer esse amálgama de atributos é essencial, pois os turistas comparam os atributos dos destinos no momento da seleção, assim como esses atributos influenciam significativamente a formação da imagem de um destino. Em busca dessa diferenciação, Kastenholz, Carneiro e Eusébio (2015) destacam o aspecto social do turismo, considerando-o tanto como um fenômeno como um processo de interação social, sendo, portanto, fundamental para a dimensão da experiência turística. Para além do contato comercial, os autores citados apontam que uma conexão pode surgir

entre turistas e comunidade local, assim como relacionamentos mais próximos, que se estabelecem de forma muito mais interessante e agradável, e, desta forma, durável.

Kitson (2015) explica que o termo hospitalidade nomeia a ambígua relação de troca entre o seu e o do outro, anfitrião e hóspede, que em um encontro anônimo pela cidade, se abre à vulnerabilidade e hostilidade, aspectos negociados entre os envolvidos. É neste contexto que atos de hospitalidade em cidades desfazem noções de casa e identidade em uma escala geográfica, enfatizando-se a sociabilidade entre estranhos. Esse foi o campo explorado por Heuman (2005) que observou em sua pesquisa sinais de que os residentes procuram proteger os seus visitantes – desde que estes respeitem as expectativas dos moradores – gerando uma reciprocidade, pois o cuidado com o bem-estar do visitante resulta em um respeito às normas locais.

Segundo Cetin e Okumus (2018, p.1) a hospitalidade é o pilar da experiência turística, entendendo-a como “a cordialidade da população local e as atitudes da comunidade em relação aos turistas”. Faz-se necessário reforçar que, na presente tese, não se considera a cordialidade com o mesmo peso semântico do acolhimento e do pertencimento. Poulston (2015) vai um pouco além ao reforçar a interação entre o doador e o receptor, nomeando-a como hospitalidade interativa. Osman, Johns e Lugosi (2014) concebem a hospitalidade como um fenômeno espacial, envolvendo a produção e o consumo de materiais representativos de um espaço, além da mobilização de capital. Já Golubovskaya, Robinson e Solnet (2017) conceituam a hospitalidade como uma essência, um espírito, assim como um processo de serviço.

Em termos teóricos, a hospitalidade é um fenômeno multifacetado, demandando diferentes saberes para a sua compreensão (GRINOVER, 2019). Dependendo dos objetivos, ressaltam Cetin e Okumus (2018), a compreensão do que é ‘hospitalidade’ pode variar, principalmente quando se pensa na perspectiva comercial ou na perspectiva tradicional, assim denominada pelos autores. Essa diferenciação também se faz presente nos estudos de Heuman (2005), porém, ele considera que, se as interações ocorrerem em uma escala menor, é possível uma coexistência entre esses dois extremos. Poulston (2015) lembra a dificuldade de se entender e definir o fenômeno da hospitalidade, primeiramente por causa de sua natureza transacional que permeia a denominada ‘obrigação moral’; segundo, por causa da multifacetada natureza do aspecto comercial.

Diante de tais dificuldades, nos últimos anos, mais autores, motivados por uma reanálise da perspectiva unicamente mercadológica dos estudos e seu processo de gerenciamento, buscam ampliar a análise pautando-se em diversas disciplinas das ciências sociais, com foco em entender as diversas formas de interação “hospitaleira” (BELL, 2009; MOLZ; GIBSON, 2007). Bell (2009) reconhece a necessidade, nesse momento, de se rever a base destes estudos, retomando o significado e a definição de hospitalidade em si. Grinover (2019) sugere avaliar como se dá o incentivo ou a qualificação da prática da hospitalidade não só como virtude das pessoas, mas também de instituições e espaços públicos. Em linha, Wassall e Salles (2019) defendem um olhar para a hospitalidade como uma forma de recuperação de espaços (notadamente públicos) já que tais locais estão perdendo seu sentido tradicional de pertencimento, de reunião e de identificação entre as pessoas.

A hospitalidade em um destino turístico se refere a uma cordialidade da comunidade local, o que inclui a recepção calorosa, a boa vontade em oferecer informações aos turistas, e outras atitudes benéficas em relação ao turismo e aos turistas (DWYER; CHUKWON, 2003). Kim (2014) complementa que a hospitalidade se reflete no interesse em ajudar e compartilhar informações, o que gera memórias de longo prazo em seus visitantes. Osman, Johns e Lugosi (2014) ainda observam que o propósito da visita, os grupos de visitantes, o tempo e a disponibilidade financeira são vitais para a efetivação da hospitalidade em destinos turísticos. Por isso, Kastenholz, Carneiro e Eusébio (2015) complementam que a qualidade da experiência gerada aos envolvidos no destino turístico é necessária para se entender e explorar a competitividade e a manutenção do turismo em determinada localidade.

O significado do turismo tem uma direta relação com o indivíduo, já que a crescente popularidade dos lugares com potencial turístico traz a ele um contato direto com o setor, e se ele vive em um espaço turístico popular, ele se encontrará na ponta da cadeia da recepção (YOUNG, 1973). O turismo é essencialmente um fenômeno social definido pelas consequências do deslocamento de pessoas e seu tempo de permanência em determinada localidade, envolvendo a interação com outras pessoas e lugares, vivenciando experiências que poderão alterar suas atitudes, expectativas e opiniões (SHARPLEY, 2014).

Para Gursoy, Jurowski e Uysal (2002), o sucesso imediato no setor depende de atrações e serviços, mas a manutenção da atividade no longo prazo depende da hospitalidade por parte dos residentes. Discutir hospitalidade no turismo se justifica,

afinal, apesar de existirem diferentes tipos de turismo e os turistas possuírem diferentes razões para viajar, a atividade envolve algum tipo de interação entre os membros da comunidade local e os diversos hóspedes temporários naquele local (LAWSON *et al.*; 1998; DWYER; CHUKWON, 2003; CHANDRALAL; VALENZUELA, 2013; KIM, 2014).

Para Dwyer e Chukwon (2003) o apoio dos residentes torna o destino mais competitivo, sendo um dos principais fatores da análise macroambiental do turismo e de sua experiência. Para Osman, Johns e Lugosi (2014), à medida que os turistas se envolvem com o espaço social e material de um lugar turístico, diferentes espaços são percebidos como hospitaleiros ou inhospitais, fato que pode ser ampliado ao envolvimento dos anfitriões, percebendo os espaços como compartilhados ou não entre eles e turistas, o que acaba por afetar as relações de hospitalidade. Esse é o mesmo relato de Ko e Stewart (2002): por causa da frequência de interação entre os residentes e os turistas, o desejo dos primeiros em atender bem é crítico para o sucesso do turismo.

Defende-se, assim, que se o desejo é o de desenvolver uma atividade turística de longo prazo, os impactos do turismo precisam ser encarados sob a perspectiva da comunidade local, a comunidade anfitriã, e compreender como as relações estabelecidas são percebidas. Ap (1992) considera esse conhecimento essencial para o planejamento e desenvolvimento de políticas que minimizem os impactos negativos e potencializem os positivos. Além deste autor, Sharpley (2014); McCool e Martin (1994); Dwyer e Chulwon (2003); Cetin e Okumus (2018) sugerem como essencial para a construção de uma relação entre turistas e comunidade local a compreensão de como essa comunidade vem respondendo ao turismo. Entendem que uma relação de hospitalidade, tanto comercial quanto pública ou privada, sempre será marcada pela ação inicial de acolhimento.

No caso de Campos do Jordão, percebe-se uma mudança no turismo desde o início do seu desenvolvimento na década de 1980. A estadia, atualmente, gira em torno de 2 a 3 dias, com um crescimento intenso do turismo de um dia, o que faz com que as pessoas não tenham tempo para conhecer a cidade, apenas seus pontos principais. Os efeitos apontados por Andereck e Vogt (2000) já são evidenciados na cidade, principalmente no quesito trânsito e aglomeração em determinados locais, fatores que, aliados aos baixos salários comuns no eixo do turismo, acabam por afastar a população de seu papel como anfitriã – e esta se sente invadida. Outro

elemento de ruptura na hospitalidade da cidade são as pessoas com segunda residência, já que se consideram agora anfitriões da cidade, deixando evidenciar, pois, uma confusão de papéis, o que afeta diretamente a prática de recebimento e acolhida dos turistas. Contexto similar foi encontrado na pesquisa por Demirovic *et al.* (2018). Ao estudarem a Montanha Kopaonik (Sérvia), encontraram um processo intenso de construção, parcialmente irregular em áreas não planejadas, sem infraestrutura básica, tendo como desafios para o desenvolvimento do turismo a necessidade de maior infraestrutura turística e urbana, maior acessibilidade rodoviária e urbana. Tais características também são realidade no universo de Campos do Jordão com diversos bairros irregulares que sofrem com desmoronamentos¹¹ em épocas de maior chuva, além do trânsito e dificuldade de acesso nos períodos de alta temporada.

Diante de tantas mudanças (estruturais, sociais, psicológicas, culturais, entre outras), urge repensar toda a atividade turística. Ao olhar o problema pela perspectiva da hospitalidade, entende-se que, quando a visão que se tem de um visitante é alterada, passa-se de uma concepção de número para uma concepção mais humanista. Ao oferecer um conjunto de ações que faça o visitante sentir o lugar em que se encontra, ele o perceberá como um lugar mais “hospitaleiro” (PLENTZ, 2015), ou pelo menos um palco no qual serão desenroladas as cenas de hospitalidade, que perpassam pelo acolhimento.

Para Grinover (2019), os espaços de hospitalidade, intrinsecamente relacionais, tornam-se lugares de ação, ou seja, privilegiados de invenção prática, e sujeitos a serem impactados de diversas maneiras. Pesquisa de Maio, Barretto e Santos (2006) evidenciou que a distância entre os moradores e os turistas se dava em função da grande diferença de classe social entre eles. Resultado similar foi encontrado na pesquisa de Eusébio, Vieira e Lima (2018), ao mostrar que o modelo de desenvolvimento turístico adotado por uma cidade influencia muito a receptividade e a interação do residente-anfitrião com o turista, principalmente quando a localidade opta por utilizar-se de investimentos externos e de pouco incentivar a participação da comunidade local no processo de desenvolvimento.

¹¹ O desmoronamento mais recente ocorreu em 2019, como pode ser verificado na reportagem de 12 de dezembro de 2019. <https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2019/12/14/corpo-de-adolescente-e-encontrado-apos-deslizamento-de-terra-em-campos-do-jordao-sp.ghtml>. Acesso em: 15 jan. 2020.

Álvares, Silva e Cavalcanti (2006) explicam que todo processo de intervenção que tenha por objetivos promover mudança de comportamentos, apropriação de conhecimentos e desenvolvimento social e cultural de determinado grupo social deve partir do conhecimento de quem são os sujeitos aos quais a intervenção se destina. Para os autores, primeiramente é necessário levar em conta a necessidade de distinguir as necessidades formativas no que concerne à receptividade para a atividade turística, e no que concerne ao empreendedorismo nessa mesma atividade. Issa (2007) complementa o tema ao destacar que fazem parte das questões relativas à hospitalidade as condições de sobrevivência nos lugares pertencentes à comunidade local, e que qualquer mudança ocorrida neste espaço deve estar em sintonia com as particularidades, singularidades, mitos, ritos, cultura do morador, para que a mudança seja assimilada e haja a participação de todos no processo. Só assim podemos afirmar que a hospitalidade é uma grande aliada do processo de interpretação que facilita o bom convívio entre autóctones e visitantes (ROSA; FOGAÇA, 2015).

É neste contexto que se acredita que a perspectiva da Hospitalidade (pautada na dádiva), sob as suas dimensões de pertencimento e acolhimento, pode agregar uma compreensão maior acerca do envolvimento do residente-anfitrião no turismo e sua relação com o turista, pois se entende que, no momento em que se reconhecer e reconhecer seus conhecimentos e culturas, a população assumirá seu papel de anfitrião, deixando de ser um mero coadjuvante na atividade turística. A partir do reconhecimento, por parte morador local, do valor da cidade e de seus locais, ocorrerá uma ocupação capaz de transformar locais anteriormente descartados como espaços públicos, promovendo uma ressignificação no olhar dos residentes para a cidade. Espera-se (e acredita-se) que essa mudança de perspectiva faça com que moradores de cidades altamente turísticas possam se envolver com a atividade de turismo de forma a proporcionar relações de hospitalidade.

4 ESTÂNCIA DE CAMPOS DO JORDÃO

Este capítulo apresenta a formação histórica de Campos do Jordão (SP) e sua transformação em um destino turístico de montanha com base em sua constituição histórica, divisão espacial e características sociodemográfica e turística. Esta compreensão é essencial para que se entenda a necessidade de investigar o envolvimento da comunidade local com o turismo.

4.1 CONSTITUIÇÃO HISTÓRICA

Os primeiros relatos acerca da região onde se localiza Campos do Jordão ocorreram por volta de 1700. Paulo Filho (1988) e o Plano Municipal de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos (PMGIRS, 2013) descrevem que Gaspar Vaz da Cunha, conhecido por Oyaguara, e Miguel Garcia partem do Vale do Paraíba em direção às minas de Itagiba (Minas Gerais), atingindo as terras hoje pertencentes ao município de São Bento do Sapucaí. Contudo, é na figura de Inácio Caetano Vieira de Carvalho (1771), que seguindo os passos do primeiro sertanista, passa pela região e resolve estabelecer-se por lá, fundando a Fazenda Bom Sucesso, permanecendo em terras da futura Campos do Jordão por dezoito anos¹². O crescimento inicial foi atrelado às fazendas de pecuária, com várias sesmarias concedidas para tal manuseio (PMGIRS, 2013). Com sua morte, em 1825, seus herdeiros hipotecaram as terras ao Brigadeiro Manoel Rodrigues Jordão, que as adquiriu em 27 de novembro. Por ser uma data próxima ao período de celebração de Natal, o Brigadeiro nomeou-as como Fazenda Natal. Apesar do nome ilustrativo, suas terras ficaram mais conhecidas como os “campos do (seu) Jordão”. Um fato interessante nesta história é que, apesar de ser proprietário das terras, seus compromissos profissionais o impediam de visitá-las, falecendo em 1827 sem nunca tê-las visitado (PAULO FILHO, 1988; SILVA, 2004; YAZIGI, 2001). Fez-se, então, a divisão das terras em várias propriedades distribuídas aos seus herdeiros.

A região passou a ser mais frequentada e foi divulgada a excelência de seu clima, considerado saudável e benéfico para a cura de doenças respiratórias, assim

¹² Os relatos descrevem uma briga com seu vizinho mineiro, João da Costa Manso, da Fazenda São Pedro, lutando para manter as terras em território paulista, conforme carta de sesmaria do governador da capitania de São Paulo (PAULO FILHO, 1988)

como a paisagem de vales cobertos de mata e campos no alto dos morros (SILVA, 2004). Apesar disso, a história de Campos do Jordão só começa a ser oficializada a partir da chegada do português Matheus da Costa Pinto, morador de Pindamonhangaba. Segundo Prince (2017b), ele foi o primeiro a reivindicar uma sesmaria na Serra da Mantiqueira, abrindo o primeiro núcleo de exploração econômica, obtendo reconhecimento pelo Governo da Capitania em 29 de abril de 1874 – que passou a ser a data de fundação da cidade. Consta que o português Matheus subiu a serra a contragosto para curar-se de um mal no pulmão que vinha minando as suas forças. Após a cura, resolveu retribuir o milagre, investindo os seus recursos nas terras à beira do Imbiri, instalando uma vendinha, uma pensão de pouso, além de edificar uma escola e levantar a Capela São Matheus (PAULO FILHO, 1988).

Paulo Filho (1988) comenta que o português se tornou o maior propagandista das qualidades terapêuticas do clima jordanense, levando o conceituado fisiólogo Clemente Ferreira para conhecer o local. Ele também deu o seu testemunho público sobre a climatoterapia da cidade. A importância de Matheus da Costa Pinto também é destacada por Almeida (1913), que o cita como o maior benfeitor que a cidade já conheceu.

Inicialmente foi chamada de Vila de São Matheus do Imbiri, em homenagem ao seu fundador; sendo denominada, posteriormente, como Vila Velha, em contraposição ao nascimento da Vila Nova (PAULO FILHO, 1988). Posteriormente, os herdeiros de Matheus da Costa Pinto vendem as terras ao médico Domingos José Jaguaribe, que adquiriu propriedades também de outras pessoas. Após diversas contribuições e investimentos deste médico para o local, a região tem seu nome alterado para Vila Jaguaribe (PRINCE, 2017b), sendo esta considerada a Vila-Mater de Campos do Jordão. Vianna, Zanetti e Papali (2014) explicam que variados interesses do Dr. Jaguaribe foram inter-relacionados em propostas locais de desenvolvimento urbano e econômico, justificadas por preceitos de geografia médica, defendendo, inclusive, que a cidade se tornasse a capital do país. Em torno de 1893, explica Yazigi (2001), o município vivia da pequena lavoura: marmelos, pêssegos, uvas, ameixas-pretas; amêndoas, nozes, peras e maçãs, já tendo em suas terras alguns colonos da Suíça, Áustria e Alta Itália.

Em 29 de outubro de 1915, pela Lei Estadual nº 1.471, foi criado o Distrito de Paz de Campos do Jordão, na povoação descrita acima. Já a Vila Nova foi fundada por Robert John Reid, e nomeada a partir do novo ponto de parada da Estrada de

Ferro Campos do Jordão, pela qual chegavam diversos trabalhadores. Mais tarde, foi denominada Vila Abernèssia. Há duas versões para explicar a origem do nome Abernèssia: formado pela junção do nome da cidade de origem dos pais de Reid, ou seja, Aberdeen e Inverness (condado na Escócia), explica Prince (2017a); e a união de Aberdeeen, cidade onde John Reid nasceu, e Inverness, a cidade onde o pai nasceu, ressalta Paulo Filho (1988). O nome para a nova vila foi oficializado em 12 de novembro de 1919 com a inauguração do novo edifício da estação (PRINCE, 2017a). Destacam-se as presenças de Carlos Eckamn (autor da Vila Penteado, de São Paulo), com seu chalé de madeira importado da Suécia, e de Lasar Segall, de origem lituana, entre os primeiros formadores de opinião da cidade (YAZIGI, 2001).

Durante todo este período, a tuberculose tornou-se uma epidemia na Europa e a cura era prescrita por meio da climatoterapia (conciliando o ar gelado com o clima frio), incentivando a abertura de diversos sanatórios em regiões montanhosas, sobretudo na Suíça, com destaque para Chamonix, em 1840, e Davos, em 1890, unificando a tríade repouso, boa alimentação e ar puro (HAMMERL, 2011). Dessa forma, a montanha era considerada um local adequado para o tratamento da moléstia, pois era possível encontrar altos níveis de ozona, o que auxiliaria no processo de recuperação dos pulmões.

[...] o esforço físico que o doente faria para suportar as baixas temperaturas auxiliaria no seu processo de fortalecimento. Por isso, recomendava-se que nos tratamentos em regiões montanhosas o doente dormisse com as janelas abertas, que passasse boa parte de suas horas diárias em ambiente com boa ventilação, para que o organismo se esforçasse para compensar as diferenças de temperatura ao longo do dia, exercitando os brônquios e possibilitando que a ozona amenizasse os efeitos da doença, melhorando a capacidade de cicatrização.

Com a descoberta de Koch e afirmação da interligação da tuberculose com fatores ambientais e também relacionada a comportamentos do indivíduo, a doença, que até então era incurável, passou a ter no ambiente montanhoso uma opção de destaque no seu combate. Além dos benefícios para as condições físicas do indivíduo e aumento de sua imunidade, o ar puro era muito mais vantajoso do que o ar poluído dos grandes centros urbanos. Assim, recomendava-se dirigir-se a locais afastados das cidades, onde poder-se-ia tratar a doença, em um espaço onde a tuberculose não se desenvolvia (HAMMERL, 2016, p.110).

No Brasil, especificamente em São Paulo, o incremento da imigração europeia para a “terra do café” deu nova dimensão à ameaça tísica (BERTOLLI FILHO, 2001). Até então, a Legislação Sanitária Paulista, no final do século XIX, defendia os procedimentos de fiscalização e vigilância da população em geral, mas principalmente das classes menos favorecidas, e os doentes deveriam se sujeitar ao tratamento

higiênico, composto por três condições: respirar ar puro dos campos; repouso do corpo e do espírito; alimentação saudável, variada e abundante (PRINCE, 2017a). Meneghini (2018) faz a distinção de dois tipos de tratamento: aqueles mais voltados para a população de classe baixa e média, e outro em clínicas ou estâncias com infraestrutura luxuosa e tratamento diferenciado, prevalecendo o segundo na história geral.

Durante anos, definiu-se a trajetória de exclusão social dos tuberculosos; a transferência para as cidades-sanatórios (BERTOLLI FILHO, 2000). O tuberculoso era visto com temor e preconceito. As classes mais pobres apresentavam maior número de casos da doença e, por consequência, havia o receio de que contaminassem as classes superiores. Fez-se necessária, portanto, uma intervenção social, a medicalização das classes populares a fim de proteger os mais ricos (HAMMERL, 2016). Para Vianna, Zanetti e Papali (2014), sob os preceitos higienistas, engenheiros, médicos sanitaristas e educadores formularam planos e programaram ações de remodelação e intervenção urbana, orientados pelo conceito europeu de associação entre cidades e doenças. Apesar de tais exposições públicas, o Estado pouco atuou no controle inicial da tuberculose, comparado ao desempenho com relação a outras condições infectocontagiosas, como a febre amarela (VIANNA; ZANETTI; PAPALI, 2014), principalmente pelo fato de a tuberculose ter sido vista como uma doença ligada às camadas mais simples da sociedade, associando-a, ainda, a alcólatras e à falta de higiene.

O início da presença de tuberculosos na Serra da Mantiqueira remonta ao ano de 1879, quando os clínicos Francisco Romeiro e Gustavo de Godoy, discípulos da medicina germânica, patrocinaram a construção de alguns chalés para acomodar a eles próprios e alguns de seus pacientes infectados. Poucos anos depois, os doutores Clemente Ferreira e Luís Pereira Barreto percorreram a região, divulgando, por meio da imprensa paulista, a qualidade salutar e reconstitutiva dos ares do município de São Bento do Sapucaí, que na época tinha Campos do Jordão como um de seus distritos (BERTOLLI FILHO, 2001).

Apesar dos casos crescentes, poucas ações foram tomadas pelo governo para evitar novos contágios. A situação só é revertida quando, segundo Hammerl (2011), foi descoberto o bacilo causador da doença (1882), e a alta sociedade, que se via ameaçada pelo contágio, passou a agir, junto ao setor público, para sanar os problemas da classe operária. Bertolli Filho (2001) detalha que a apatia

governamental só foi quebrada em 1907, quando Oswaldo Cruz propôs ao Congresso nacional a aprovação de uma lei que estabelecia a obrigatoriedade clínica de notificação de casos de tuberculose.

Com o crescimento da tuberculose em São Paulo, o higienista Emílio Ribas convida o clínico carioca Clemente Ferreira para transferir-se para a cidade de São Paulo e iniciar a primeira campanha nacional contra a moléstia (BERTOLLI FILHO, 2001). A relação de ambos, tumultuada, foi marcada por afastamentos e aproximações (VIANNA; ZANETTI; PAPALI, 2011), como veremos no decorrer do capítulo. Prince (2017a) lembra que, com o crescimento das cidades no interior paulista, surgiu a necessidade de se evitar e se controlar as epidemias. Hammerl (2011) destaca que, a partir do momento em que a elite perde a sua “imunidade social” contra a tuberculose, se inicia uma filantropia higiênica mediante a criação de instituições filantrópicas responsabilizadas pelas políticas de controle da tuberculose.

Algumas medidas eram tomadas neste sentido. O isolamento do doente na sua residência era uma delas. Impedi-lo de circular nas ruas era uma das soluções. Contudo, a identificação de um doente na família acabava por trazer um constrangimento entre os residentes tornando-se um problema no ambiente doméstico. Assim, além do isolamento domiciliar, buscavam-se outras alternativas. Para os ricos, o “isolamento” se dava nas montanhas, nas afamadas estâncias climáticas, em sanatórios de alto padrão. Para os pobres, após o desdobramento do conhecimento clínico-epidemiológico sobre a tuberculose, os movimentos oficiais buscaram criar sanatórios populares, destinados àqueles que não poderiam pagar pelos tratamentos nas montanhas (HAMMERL, 2016, p.127).

Até a descoberta dos quimioterápicos na segunda metade do século XX, a climatoterapia, o descanso e a adequada nutrição compunham a principal estratégia de tratamento dos doentes e, idealmente, a terapia deveria ser aplicada em um sanatório, localizado num local propício, em uma estância (VIANNA; ZANETTI; PAPALI, 2014). No ano de 1920, a tuberculose ainda era a maior causa da mortalidade em todas as regiões da Capital e do Interior, situação que justificava a criação das Estâncias Climáticas de São José dos Campos e Campos do Jordão, localidades que já vinham recebendo doentes para tratamento há um tempo (PRINCE, 2017a), usando-se o termo “potencial sanitário” para descrever tais localidades (VIANNA; ZANETTI; PAPALI, 2014).

Defendiam-se as estâncias como locais ideais, modelos civilizados de urbanidade que se traduziam, objetivamente, nos traçados planejados e nos modernos estabelecimentos construídos, e, subjetivamente, pela identificação simbólica e cultural com o refinamento das estâncias europeias, em especial

francesas e suíças (VIANNA; ZANETTI; PAPALI, 2014). Para esses autores, o estabelecimento da Estância de Campos do Jordão se deu no momento precursor da organização dos serviços estaduais de controle da tuberculose, que se fortaleceram na década de 1930, com a criação da Seção de Profilaxia da Tuberculose. O interesse pela cidade cresceu com a chegada de aventureiros e portadores de doenças respiratórias, que tomavam conhecimento das possibilidades curativas da região, por meio dos relatos de proprietários de terras, que para lá enviavam seus escravos tuberculosos (PRINCE, 2017b). Entretanto, até meados das primeiras décadas do século XX, Campos do Jordão, embora com suas virtudes terapêuticas atestadas pela classe médica, ainda não dispunha de estrutura efetiva para receber os doentes; e muitos deles eram obrigados a tentar a cura em sanatórios estrangeiros (HAMMERL, 2011; PRINCE, 2017b).

Uma das principais razões para essa baixa estrutura era a dificuldade de acesso, já que não havia estradas; o acesso se dava a partir de Pindamonhangaba. Bertolli Filho (2001) conta que a ausência de estradas minimamente confortáveis impunha que os viajantes que partiam do Vale do Paraíba fossem transportados para Campos do Jordão em lombo de burro ou liteiras. Essa situação só começa a ser alterada quando, em 1908, os médicos Emílio Ribas e Victor Godinho requerem ao Congresso do Estado uma concessão para a construção de uma estrada de ferro. Pedido semelhante, não atendido, fora feito em 1898, por Domingos Jaguaribe, que chegou a doar terra ao Estado em troca da construção de tal estrada de ferro. Segundo Prince (2017b) e Paulo Filho (1988), o pedido dos médicos foi atendido pela Lei Estadual nº 1.221, de 28 de novembro de 1910, e da Lei Estadual nº 1.265, de 28 de outubro de 1911. No ano seguinte, os proponentes se organizaram e fundaram a Estrada de Ferro Campos do Jordão, para logo em seguida ser cravada a primeira estaca do empreendimento, com a ligação entre Pindamonhangaba e Campos do Jordão sendo concluída em 1914.

Almeida (1913, p. 202) já enumerava as dificuldades de se chegar a Campos do Jordão, lembrando a densa vegetação com seus pinheiros bravos, cansando e fatigando os viajantes que “galga(vam) a serrania (com) o horizonte vedado por densa vegetação”. Assim, como destaca Prince (2017b), a Estrada de Ferro Campos do Jordão assumiu uma importante função durante o processo de cura da tuberculose, ao viabilizar o acesso dos doentes à Estância de Tratamento Sanatorial. Segundo Bertolli Filho (2001), quando a estrada de ferro foi inaugurada, o povoado de Campos

do Jordão já contava com vários núcleos populacionais e aproximadamente uma dúzia de pensões – algumas de luxo, outras míseros barracões – que abrigavam centenas de fimatosos em busca da recuperação da saúde.

Com a consolidação da estrada de ferro, boa parte graças a investimentos privados, e das atividades das entidades filantrópicas, a estrutura urbana em terras jordanenses passou a imitar as técnicas de climatoterapia utilizadas nos principais sanatórios europeus (HAMMERL, 2001). Entretanto, diante das dificuldades financeiras vivenciadas por Emílio Ribas e Victor Godinho em função da Primeira Guerra Mundial, o empreiteiro Sebastião de Oliveira Damas se viu obrigado a construir, por conta própria, o leito da ferrovia até Campos do Jordão, forçando, posteriormente, o governo do Estado a encampar a empresa, o que se deu com a edição da Lei nº 486, de 15 de dezembro de 1915 (PAULO FILHO, 1988).

Com o início do transporte pela Estrada de Ferro (1941), novos interessados em adquirir terras surgem em Campos do Jordão. Em 1921, Macedo Soares, político e intelectual, inicia a aquisição de terras, primeiro, do Banco do Brasil, nomeando-as como Fazenda Santa Mathilde (nome de sua esposa) (PAULO FILHO, 1988). Adquiriu também as terras dos médicos Emílio Ribas e Victor Godinho, então em dificuldades, e de outros proprietários, tornando-se, posteriormente, um dos principais doadores de terras para a construção de sanatórios.

Entre as décadas de 1920 e 1930 são construídos sanatórios públicos e particulares, além de pensões, repúblicas e casas alugadas pelos tuberculosos, consolidando o município como estância climatérica e de repouso. Para organizar essa nova estrutura social, foi criada a Prefeitura Sanitária (Lei nº 2.140 de 1926) (HAMMERL, 2011). Segundo Prince (2017a), a campanha antituberculose ganha destaque a partir da ação quase que solitária do médico Dr. Clemente Ferreira, que ocupava a posição de Inspetor Sanitário do Serviço Sanitário da Capital. Vale lembrar que Dr. Ferreira vinha, desde 1899, defendendo a construção de sanatórios populares para o isolamento e tratamento de tuberculosos pobres.

Por muitos anos Dr. Clemente Ferreira foi ignorado em suas reivindicações pelo fato de a elite ainda não ter sido efetivamente atingida pela enfermidade. Contrariado com o desinteresse do governo e com a falta de apoio de seus colegas, ele funda a Associação Paulista de Sanatórios Populares (posteriormente denominada Liga Paulista contra a Tuberculose) para a construção de espaços voltados aos mais pobres, porém na cidade de Campos do Jordão, e não na capital, como propunham

Emílio Ribas e Victor Godinho (HAMMERL, 2011; PRINCE, 2017a). Este frágil empenho oficial (de governo) em intervir com eficácia na questão sanitária determinou que as iniciativas privadas e filantrópicas ocupassem a função primordial de tratamento e assistência material (BERTOLLI FILHO, 2001).

Até 1934, quando o próprio governo autorizou a fundação de uma povoação destinada à estância, a região que passaria a ser chamada Campos do Jordão pertencia ao município de São Bento do Sapucaí. Até aquele ano, era reconhecida como terrenos nos Campos do Jordão; Jordão, como já mencionado, era um brigadeiro e foi o primeiro a adquirir terras na região. Ao se emancipar, Campos do Jordão passa a contar “com o apoio e interesse do governo para o desenvolvimento do seu núcleo urbano” (HAMMERL, 2011, p. 65). O desenvolvimento local é potencializado quando o governo passa a se interessar pelo ainda incipiente setor do turismo, que poderia utilizar-se do acesso pela estrada de ferro.

Esse interesse fica mais evidente quando o Governo do Estado de São Paulo custeia a viagem de Victor Godinho para a Europa, com a missão de estudar os diversos tipos de sanatórios. Retorna ao Brasil compreendendo que a legislação social e as companhias de seguros eram as maiores responsáveis pelo crescimento do número de sanatórios europeus, realidade completamente diferente da nacional, já que não havia nem legislação social e muito menos interesse da iniciativa privada em patrocinar tais locais. Godinho se convence de que cabe ao governo a construção de tais sanatórios, mas defendendo que esses locais de tratamento fossem construídos nos arredores da cidade de São Paulo, cujas temperaturas, localização e acesso eram muito mais propícias para o amplo atendimento (PRINCE, 2017a).

Em 1926, o então presidente do Estado, Carlos de Campos, promulgou a lei Estadual nº 2.140, criando a Prefeitura Sanitária de Campos do Jordão, sendo o cargo preenchido por indicação, tentando minimizar o incômodo e a ameaça que os tuberculosos representavam. Pela primeira vez, assumia-se oficialmente que a cidade era, sobretudo, local de tratamento de pectários; havia vinte pensões autorizadas a hospedar os doentes pulmonares (BERTOLLI FILHO, 2001). O autor observa, ainda, que nessa época era impossível ocultar o fato de que a cidade havia se transformado no principal refúgio nacional dos “fracos de peito”, sendo denominada por Clemente Ferreira como a “Meca dos Tísicos”, pois cumpria com o seu papel de isolamento dos doentes.

O primeiro prefeito sanitário foi o Coronel Oscar Barcelos. Nomeado em 31 de maio de 1927, elaborou um Plano de Melhoramentos para a cidade, mas, diante da falta de apoio financeiro, pediu demissão do cargo nove meses depois. Nos dois primeiros anos de funcionamento desta prefeitura, os tributos eram arrecadados pela Coletora Estadual e recolhidos ao Tesouro do Estado. Apenas em 1929 a prefeitura sanitária local passa a arrecadar tais valores (PRINCE, 2017b). Os prefeitos seguintes ainda tiveram de lutar contra toda sorte de adversidades: ruas esburacadas, pântanos insalubres, ausência de serviços de saneamento básico nas áreas mais pobres e mais populosas, acrescidas do aumento das pensões e barracões construídos às pressas e alugados a preços altos, além das abusivas quantias exigidas pelos comerciantes para as roupas e alimentos indispensáveis aos forasteiros que peregrinavam pela região (BERTOLLI FILHO, 2001).

Embora a prefeitura tivesse sido criada, as condições para seu funcionamento eram bastante precárias. De acordo com o autor supracitado, a estratégia paliativa para contornar a falta de recursos públicos foi a criação de uma série de impostos locais que, somados, se revelavam pouco significativos. Apesar de o período de 1930 ser marcado pela centralização das políticas de saúde do Governo Vargas, percebe-se o excesso de discursos sanitaristas sem efeito prático, e a dependência de entidades filantrópicas para a construção de sanatórios populares. Assim Campos do Jordão se desenvolvia, contando com os investimentos do Estado em infraestrutura e a exploração de pensões pela elite paulistana, aspectos que deixavam Emílio Ribas e Victor Godinho felizes, diferentemente de Clemente Ferreira. Como dito anteriormente, ele acreditava que os sanatórios populares eram essenciais para o controle da epidemia de tuberculose, e acabou conseguindo apoio de diversas personalidades da elite paulistana para a abertura de tais empreendimentos (HAMMERL, 2011).

Campos do Jordão passa a receber uma atenção especial quando o turismo, até então restrito à elite, passa por um processo de popularização a partir de diversas mudanças políticas no mandato de Getúlio Vargas. Paixão (2005) explica que durante o “estado de guerra”, dois locais totalmente distintos recebiam pessoas importantes e pensadores da época: as cadeias e os hotéis-cassino. Essas pessoas se aproveitavam da Lei das Estâncias de Águas Hidrominerais, baseada no decreto nº 3.987 de janeiro de 1920, que concedia autorização temporária para que vigorassem os jogos de azar em clubes e cassinos das estações balneárias, termas e climáticas

(este decreto ainda previa que 15% dos lucros líquidos deveriam ser dedicados à saúde pública). Hammerl (2011) complementa que, durante o governo provisório (1930-1934), se organizou o Sistema de Interventores; para o Estado de São Paulo a escolha recaiu sobre Adhemar de Barros, figura essencial para a consolidação do turismo em Campos do Jordão, já que era possuidor de muitas terras na localidade, portanto, interessado na sua valorização. A partir da década de 1930, personalidades do mundo social e empresarial, principalmente vindas da capital do Estado, passaram a construir casas de veraneio na estância (PINTO; RICCI, 2006), impulsionando a representatividade da atividade turística.

Apesar deste interesse no turismo, a fase de construção dos sanatórios data da década de 1930, período em que a ferrovia já havia se infiltrado na cidade e a potência das locomotivas, incrementada. Segundo Prince (2017b), a construção desses locais se torna possível, pois com as novas locomotivas o transporte de material de construção, equipamentos e mobiliários foi facilitado. Masakazu (1985) destaca que todas as construções eram de iniciativa particular, construídas por entidades privadas, associações de classe, colônias estrangeiras ou congregações cristãs. Esses sanatórios caracterizavam-se por ambientes arejados, iluminados por balcões e terraços, alimentação saudável e espreguiçadeiras convidando ao repouso, fornecendo uma nova representação aos estabelecimentos assistenciais (VIANNA; ZANETTI; PAPALI, 2014).

Para organizar o cenário jordanense, em 1931, a administração aprovou leis e decretos que impunham a distância mínima de dez metros entre os prédios a serem construídos; a obrigatoriedade de escarradeiras em todos os edifícios de trânsito coletivo; e os bares, restaurantes e pensões disporem de equipamentos destinados à esterilização de pratos, copos e talheres. Também se exigiu que todos os habitantes e turistas que chegassem à serra se submetessem ao exame dos pulmões; os tuberculosos não poderiam receber abrigo nos hotéis destinados aos saudáveis, e teriam de assumir o compromisso de portar escarradeiras de bolso, apresentando-os aos inspetores sanitários sempre que assim fosse solicitado (BERTOLLI FILHO, 2001).

O crescimento do número de sanatórios continua no período de 1930 a 1939, graças às muitas terras doadas por Macedo Soares, responsável pelo desenvolvimento da região do Capivari, a partir da criação da Companhia de Melhoramentos Campos do Jordão. Ele assumiu a política de doar terrenos a todas

as entidades que apresentassem projetos para a construção de casas de saúde nas montanhas (BERTOLLI FILHO, 2001).

Macedo Soares se interessava pela organização da cidade, que, além de crescer desordenadamente, tinha agravadas as condições de salubridade pelo crescimento do número de doentes, prejudicando os investimentos de transformar a cidade em um destino de lazer (HAMMERL, 2011). Preocupado em manter a imagem turística, Soares determinou que a sua empresa direcionasse o processo de ocupação espacial jordanense e, em continuidade, estabeleceu as áreas reservadas ao funcionamento dos hospitais e pensões para enfermos e os lotes que deveriam ser de uso exclusivo dos turistas (BERTOLLI FILHO, 2001).

Além dos sanatórios, Campos do Jordão ainda contava com diversas pensões nas Vilas Abernóssia e Jaguaribe, para complementar a insuficiência de leitos para acolher os doentes que chegavam à cidade. Entre os anos de 1926 e 1941 havia 31 pensões sanatoriais, sendo 25 na Vila Abernóssia, 02 na Vila Jaguaribe e 04 na Vila Capivari. A maioria de seus ocupantes (97%) era de fora da cidade, proveniente de várias partes do Brasil. O número de óbitos diários era de dois a três, e os enterros eram quase sempre anônimos. O transporte dos corpos era feito em um furgão velho da Prefeitura, apelidado de “Charutinho” (PRINCE, 2017a; PRINCE, 2017c; MASAKAZU, 1985).

Ter os doentes perambulando pela cidade agravava a disseminação da doença; por outro lado, a construção de sanatórios era rentável, já que metade das vagas era ocupada por pagantes. Um exército de enfermos mendigos vagava pela cidade e sobrevivia à custa de esmolas, de pequenos furtos e do comércio ambulante, engrossando a população das favelas que rapidamente iam ganhando forma na estação da cura (BERTOLLI FILHO, 2001). Os mais abastados alugavam casas para o tratamento de seus familiares (principalmente na região do Capivari), enquanto os sanatórios e pensões mais populares, bem como aqueles destinados aos indigentes, estavam localizados na Vila Abernóssia e na Vila Jaguaribe. Membros da elite também financiavam as obras, o que reforça a ideia de filantropia higiênica (HAMMERL, 2011). Sendo assim, o município de Campos do Jordão possuía o título de “Cidade Enferma”, em virtude da demanda de tuberculosos que chegavam à cidade, e não pelo fato de seus habitantes serem tuberculosos, como se propagava na época (PRINCE, 2017c).

A instalação de leitos e o afluxo de médicos resultaram na intensificação da procura da estância, transformando-a em uma estranha e contraditória comunidade,

bem diferente daquela apresentada nos folhetos turísticos e na maior parte dos textos dos educadores. A localidade via seus problemas se potencializarem, principalmente quanto ao custo de vida na cidade. Visando minimizar os impactos da presença de tantos doentes na cidade, em 1935, o prefeito determinou a destruição de uma série de palhoças ocupadas pelos infectados pobres, ao mesmo tempo em que adquiriu um barracão situado na periferia da cidade que, após algumas reformas, ganhou o nome de Abrigo da Emergência para os Tuberculosos (BERTOLLI FILHO, 2001).

Até então a Companhia de Melhoramentos Campos do Jordão, de responsabilidade de Macedo Soares, ordenava a organização da cidade a partir, obviamente, dos interesses privados. Objetivando devolver a organização da cidade ao setor público, o interventor Adhemar de Barros define ser o poder público o único agente legalmente capacitado a definir as regras de convívio. Entretanto, ele cria, em 1940, uma lei de segregação dos enfermos, ideia já defendida por Macedo Soares. Esta lei determinava que as vilas Jaguaribe e Capivari se constituíssem áreas exclusivas para acomodação dos turistas, mantendo sem restrições a Vila Abernécia. A mesma lei fixou o prazo de um ano para que todas as pensões, hotéis e sanatórios que funcionavam nos terrenos residenciais das duas vilas restritas fossem transferidos para a vila dos infectados, a saber, Abernécia (BERTOLLI FILHO, 2001).

A partir de 1944, uma inovação quimioterápica permitiria o tratamento do doente de forma ambulatorial, levando, aos poucos, à desativação dos sanatórios e hospitais no país (PRINCE, 2017a). Entretanto, o passado sanatorial da cidade de Campos do Jordão se faz materialmente presente, já que é a cidade que ainda possui o maior número de leitos de tisiologia do Estado de São Paulo (VIANNA, ZANETTI, PAPALI, 2014), o que não impediu a realização de mudanças na tentativa de transformar a cidade em uma localidade turística, conectada ao imaginário de uma cidade europeia.

Em 1958 eram comuns as construções de pinho, de variados tipos e estilos, com material proveniente de Minas Gerais. Na década seguinte multiplicaram-se as casas de turistas em “estilo europeu”, ou ainda acompanhando os ditames da moderna arquitetura da época. Só em fins dos anos 1980 e início dos 1990 é que Campos do Jordão selaria, definitivamente, seu caráter para-alpino (YAZIGI, 2001).

A estrutura sanatorial e o reconhecimento nacional acerca de suas belezas naturais deram mais incentivo ao turismo e outros serviços acabaram surgindo; desenvolveram-se a indústria de souvenirs e a fabricação de doces e geleias. Em

1960, inicia-se a produção de malhas (ainda hoje vendida na cidade, mas não mais produzida); em 1970, surgem a indústria de chocolates e a fruticultura e silvicultura, com produtos como flores, pêssegos, ameixas, nectarinas, castanhas, framboesas, amoras e hortaliças. Lançadas nos rios de Campos do Jordão em 1966, as trutas continuam ainda hoje uma atração para pescadores e um dos símbolos gastronômicos da região, com destaque para a truta arco-íris, que se tornou mais resistente ao clima e às águas com menor teor de oxigênio (PMGIRS, 2013).

Com o aumento do fluxo de visitantes, a cidade, que já dispunha do Grande Hotel e do Palácio do Governo, frutos de investimento estadual, além do Parque Estadual, passou a investir mais na estância, instalando equipamentos turísticos e realizando eventos artístico-culturais. A Estrada de Ferro passou a operar trens de luxo para turistas; entraram em operação os bondes urbanos; em 1971 é instalado o teleférico do Morro do Elefante e o controle da ferrovia passa para a Secretaria de Turismo (PINTO; RICCI, 2006).

Silva (2004) explica que após a proibição dos jogos de azar, observou-se uma decadência generalizada nas estâncias, inclusive Campos do Jordão, que perderam um pouco do seu encanto; houve, então, ascensão de novas localidades para o turismo no litoral. O advento de novos tratamentos para a tuberculose provocou o declínio da terapia climática e o conseqüente abandono das instalações sanitárias. Entretanto, destaca a autora, o turismo é reaquecido no final da década de 1970 com uma série de eventos patrocinados por autoridades do governo, como a abertura do Palácio Boa Vista ao público (1969), a realização do primeiro Festival de Inverno (1970), a inauguração do auditório Cláudio Santoro (1979) e a construção de uma nova estrada ligando a cidade a São José dos Campos (1978).

Instigados pelas belezas locais e a fama construída de Campos do Jordão, a cidade passa por um verdadeiro *boom* imobiliário, em meados da década de 1980, com a construção de milhares de casas e prédios de apartamentos (SILVA, 2004). O crescimento de empregos no setor da construção civil, na prestação de serviços e no comércio trouxe um grande contingente de mão de obra não especializada, vinda de cidades do Vale do Paraíba, norte de Minas Gerais e de vários pontos do nordeste, modificando o território gradualmente, muitas vezes produzindo uma ocupação desordenada do território (MENEHINI, 2018). Em alguns pontos da cidade, principalmente entre Jaguaribe e Capivari, o adensamento populacional tem contribuído para a desfiguração da paisagem, tanto natural quanto urbana,

descaracterizando o processo de sua formação histórica (ROSA FILHO; CORTEZ, 2010).

O charme de Campos do Jordão continua sendo as extensões de verde e a quietude da natureza, porém com uma procura especial por moradia em uma das três vilas principais, em função de sua localização e facilidade de acesso ao centro comercial. Porém, tanto a Vila Capivari, quanto os bairros mais distantes, criados a partir da procura de turistas pela sensação de contato com a natureza, passam a ser ocupados por residências secundárias (ou condomínios) que desfrutam de um clima de ruralidade, ao mesmo tempo em que compromete a paisagem natural, principalmente nos cumes, local preferido para as residências de turistas (YAZIGI, 2001). A natureza já demonstrava a sua importância desde os primórdios da cidade, como descrito por Almeida (1913, p.36) ao expor como a natureza se comportou após uma fria noite: “[...] o sol surge no horizonte, sem uma nuvem, sem uma sombra, em meio de um azul puríssimo e docemente claro, a substituir as adoráveis noites das constelações scintillantes, dos lampadarios luminosos que a mão da eternidade suspendeu na amplidão imensa do infinito”.

A história da ocupação do território mostra a presença de homens importantes desde a fundação da cidade, homens que elegeram esta localidade como promotora de saúde e de cura, e em seguida o turismo, atraindo pessoas em busca de uma vida melhor, mas que não participaram das políticas públicas locais de forma a cuidar de toda a população jordanense e a promover uma ocupação territorial de forma organizada (MENEGHINI, 2018). No passado, a forma de implantação das antigas três vilas configurou-se como eixo irradiador de urbanização de todo o vale, espraiando-se em direção às encostas e morros. A avenida à beira-rio, principal via de acesso e um prolongamento da estrada SP-50, tornou-se o novo tronco de circulação de onde partem as ramificações de outras vias, hierarquizando e concentrando todo o sistema viário local, situação que causa congestionamentos durante a alta temporada (SILVA, 2004). A autora ainda destaca que a cidade passa cada vez mais a utilizar o apelo turístico de conforto de uma estação de inverno dentro de um cenário europeu ao alcance dos turistas. Yazigi (2001) explica que é possível detectar tentativas de cópia de mansões ricas, alpinizantes, nos cumes da cidade. Ao mesmo tempo, os bairros mais populares contradizem a ideia de Suíça pela pobreza explícita, caracterizada pela alta densidade dos bairros, construção em lugares íngremes, dejetos de lixo em córregos e fossa a céu aberto. Esta divisão espacial é

resultado de uma gama de ações políticas que visavam atenuar o conceito de enfermidade atrelado à cidade, potencializando seus aspectos turísticos, utilizando-se de suas belezas naturais. Tal processo de divisão será detalhado com mais atenção a seguir.

4.2 DIVISÃO ESPACIAL DA CIDADE

Ao analisar Campos do Jordão, percebe-se uma grande diferença entre os dois extremos: a Vila Abernécia e a Vila Capivari. Notam-se calçamentos diferentes, iluminação pública diferente, assim como diferente o processo de ocupação territorial – a primeira, caracterizada pelo comércio local, e a segunda, pela estrutura turística, com diversos meios de hospedagem e restaurantes. Para Silva (2004), a paisagem urbana de Campos do Jordão é, à primeira vista, um conjunto homogêneo pontuado com locais mais cenarizados, ou seja, mais elaborados na sua intenção da reprodução de um cenário europeu. Analisando-se os diversos bairros, constata-se que a aparente homogeneidade esconde setores distintos e demarcáveis segundo tipos de paisagem diferenciados; a principal divisão não está em lugares mais ou menos “europeizados” e sim entre os bairros para turistas, nos quais se estabelecem a segunda residência, e os bairros da população local.

Beni (2018) é enfático ao comentar que as “segundas residências” em nada contribuem com o turismo e com a cidade em si. Caso esse público vá superando em número o turista habitual, gastos com restaurantes, supermercados, passeios deixam de existir, já que costuma levar tudo de suas residências oficiais e realiza as mesmas atividades quando chega ao destino (o pesquisador cita como exemplos similares as regiões de Acapulco e Puerto Balarca).

Cabe, neste momento, a observação de Yazigi (2001, p.34) sobre o papel de destaque que a paisagem costuma assumir, já que, como externalidade, resulta sempre do casamento entre o que uma sociedade herda e se apropria e aquilo que suas necessidades levam-na a praticar: “é o conjunto de formas num dado momento e por isso mesmo algo que está sendo sempre refeito na mesma matriz”. É neste cenário que este estudo tenta compreender como se deu a ocupação territorial da cidade, partindo-se das três vilas principais, iniciadoras do desenvolvimento local. Paulo Filho (1988) afirma que as Vilas Abernécia, Jaguaribe e Capivari são, de fato, três irmãs siamesas, interligadas pela linha férrea. Contudo, pode-se perceber uma

grande diferença entre essas localidades, provocada por ações políticas determinadas durante a formação e constituição da cidade. Como esta divisão continua a afetar a cidade, nesta presente análise, optou-se por separar as decisões que levaram a essa dissociação espacial e social, principalmente.

A Vila Abernécia foi fundada em 1915, como exposto anteriormente, sendo este o nome dado por Robert John Reid às terras que recebera como pagamento na ação de divisão judicial da Fazenda Natal, berço de Campos do Jordão; já a Vila Capivari, fundada em 1922, foi nomeada a partir do rio que a serpenteia, e projetada segundo os parâmetros sanitários da época; a Vila Jaguaribe, por sua vez, era considerada um vilarejo-dormitório, tendo de um lado a concentração operária, e, de outro, recanto turístico, local do início da cidade de Campos do Jordão (PAULO FILHO, 1988).

A constituição e organização da Vila Jaguaribe se devem às ações do Dr. Domingos Jaguaribe, que já visualizava a possibilidade de crescimento local a partir da construção de uma estrada de ferro. Tendo adquirido diversos lotes na região, e se interessando pelas características do clima como potencial atrativo para viajantes, iniciou sua divulgação, convidando pessoas a visitarem a região, assim como fez com o Dr. Clemente Ferreira. Para Meneghini (2018), desde esse período existiu a ideia de vender a imagem de “Suíça Brasileira”, mas sua constituição como tal foi acontecendo de forma dividida, criando uma classe de trabalhadores, que ocupava os morros, uma classe média, que investia na cidade, e a população rica, consumidora. Foi o Dr. Jaguaribe que iniciou, em 1898, a discussão sobre a construção de sanatórios nas suas terras. Ele sugeriu a divisão de sua propriedade, e doou parte dela ao Estado com a garantia da execução de uma estrada de ferro, até então não projetada (VIANNA; ZANETTI; PAPALI, 2014). Os autores enfatizam ainda que, antes de a tuberculose se tornar questão de Estado, Domingos Jaguaribe Filho explorou o argumento de aspectos natural e climático de Campos do Jordão em sua articulação política e econômica (para atrair investimentos), e como base técnica para a divulgação desses atributos como identidade urbana.

Apesar de todo o potencial, Campos do Jordão demora a desenvolver sanatórios populares; como demonstrado anteriormente, não havia interesse público nem privado em cuidar da doença e preveni-la, pois era uma enfermidade até então associada à condição de vida dos menos favorecidos. A luta para a construção de estabelecimentos populares se deve a Dr. Clemente Ferreira, que buscou apoio e

fundou uma associação para garantir o tratamento adequado a todos, enfrentando sempre a resistência dos demais envolvidos na questão sanitária paulista, como os médicos Emílio Ribas e Victor Godinho, que, a despeito de sua postura/visão “mais elitizada” diante da enfermidade, se tornaram mais conhecidos na cidade do que o primeiro clínico. Para Prince (2017b), este reconhecimento se deve à ideia de construir uma estância de saúde voltada à elite. Esta ideia nasceu após viagem aos Estados Unidos e Europa, no qual puderam estudar a profilaxia da tuberculose. Em parceria, os médicos compraram uma grande parcela de terras, estruturando essa nova vila, dividindo os terrenos para a construção de um hotel, um grupo escolar, um teatro, uma igreja, uma residência de verão do presidente do Estado, vários jardins e praças, além de um vasto campo de desportos.

Em 12 de janeiro de 1918 foi elaborada uma escritura de Ratificação e Retificação, permitindo que os médicos Ribas e Godinho transformassem em Vila Sanitária as terras por eles adquiridas, como explica Prince (2017b). Entre as cláusulas desta escritura, destaca-se a isenção de impostos municipais para as cem primeiras casas construídas. Para a correta construção dessa Estância – destinada às pessoas que não sofriam de moléstias contagiosas e para evitar o contágio – chamou-se o engenheiro civil Henrique Ruffin, que, depois de um estudo do terreno, analisou a orientação das ruas e das casas, de modo a obter o máximo de luz, assim como o planejamento de canalização de águas e esgotos (PRINCE, 2017b). Nesta área não eram admitidos doentes tuberculosos, já que os que ficavam na região alegavam estar em busca de tratamento para resfriados fortes, e não para a tuberculose (PAULO FILHO, 1988).

Entretanto, diante do alto investimento na construção da estrada de ferro, não sobrou nada para os médicos Emilio Ribas e Victor Godinho investirem na efetivação da Vila Sanitária, o que os levou, segundo Prince (2017b), a dividirem as terras que possuíam, vendendo lotes ou doando-os. Suas terras são compradas pelo Dr. José Carlos de Macedo Soares, por intermédio da Companhia Campos do Jordão em 1920, transformada em 1944 na Companhia de Melhoramentos de Campos do Jordão, promovendo o desenvolvimento desta área que, até então, se resumia a um vasto matagal e um punhado de casas (PRINCE, 2017b). José Carlos de Macedo Soares foi um dos responsáveis pela divisão espacial da cidade nas três grandes vilas: Abernêssia, Jaguaribe e Capivari. Segundo Hammerl (2011), apesar de não declarado oficialmente, havia uma preocupação em preservar a área na qual estava inserida a

sua residência de veraneio, assim como de demais outros membros da elite paulistana. Bertolli Filho (2001) complementa que coube à empresa criada por Macedo aplicar as primeiras regras de segregação dos enfermos.

Influente, o embaixador direciona as áreas para as quais devem ser construídos os sanatórios populares, bem como as ações da prefeitura sanitária que aprovam o desenvolvimento dos mesmos. Nota-se, portanto, a preocupação com a consolidação de uma segunda função para a cidade: destino de veraneio e repouso para a elite e intelectuais que frequentam a Vila Capivari (HAMMERL, 2011, p.82)

Segundo a orientação estabelecida por Macedo Soares, os lotes situados nas Vilas Jaguaribe e Capivari foram reservados para os compradores endinheirados, enquanto a Vila Abernécia ficou destinada à ocupação da população pobre e enferma. A cidade acabou por atrair a alta sociedade paulista, que buscava desfrutar os períodos de férias, apesar das suspeitas de que se dirigiam as montanhas para, discretamente, tratar de parentes e amigos contaminados pelo Bacilo de Koch (BERTOLLI FILHO, 2000). Com os constantes melhoramentos, nota-se o início de uma divisão da cidade, pois os sanatórios, construídos em lugares doados por Macedo Soares, localizavam-se estrategicamente nas Vilas Jaguaribe e Abernécia, enquanto a Vila Capivari era reservada às casas de veraneio da elite, tornando-se este um espaço de repouso, fato atrelado aos interesses e organização dos políticos citados (HAMMERL, 2011).

Como a prefeitura sanitária tinha poucas condições financeiras (de 1926 a 1934 nada recebeu de apoio), registrou-se a sua “[...] inoperância oficial, (abrindo-se) as portas para que a Companhia de Melhoramentos Campos do Jordão mantivesse o monopólio das decisões sobre a estância” (BERTOLLI FILHO, 2001, p.145). Com o poder nas mãos, Macedo Soares realizou diversas obras de melhoramentos e embelezamento da estância em parceria com o governo estadual, na figura de Adhemar de Barros (que, além de terras, ainda era dono de empreendimentos na cidade, como a Sociedade Belfruta Ltda.) (HAMMERL, 2011). Cotta (2008), ao analisar a história de Adhemar de Barros, relembra que o mesmo foi acusado de enriquecimento ilícito e, para se livrar das acusações, decidiu fazer uma declaração pública de seus bens em Campos do Jordão: uma residência de temporada e diversos terrenos, embora sem precisar quantidade ou extensões, e ações do Hotel Rancho Alegre. Apesar desta ação, a autora lembra que tal declaração pública não citou sua sociedade na Belfruta Ltda., já em nome de seus filhos.

Dando continuidade aos investimentos na região de interesse, a Companhia de Melhoramentos de Campos do Jordão, depois de montar uma olaria, contratou os engenheiros Otávio Aranha, Alexandre Marcondes Machado e o empreiteiro Simão Cirineu Saraiva, que iniciaram o plano de urbanização da Vila Capivari, permitindo que a região começasse a perder o aspecto de fazenda e adquirisse a feição de uma vila (PRINCE, 2017b).

Diante do estado caótico das demais vilas da cidade, a primeira operação administrativa da prefeitura sanitária foi instalar no cargo apenas prefeitos clínicos com o conhecimento de higiene pública. Com esta medida, a partir de 1931, foi indicado o médico Antônio Gavião Gonzaga, que estabeleceu o zoneamento da área como primeiro ato de sua administração. Seguindo as orientações estipuladas pela Companhia de Melhoramentos, o novo prefeito – que se manteve no cargo até meados de 1938 – ratificou os limites do território que deveria ser exclusivo dos sadios e os terrenos destinados à construção de sanatórios, assim como exigiu o imediato cadastramento de todos os habitantes (BERTOLLI FILHO, 2001).

Em maio de 1933, Campos do Jordão recebeu autonomia política, desvinculando-se de São Bento do Sapucaí. A mesma lei que criou o município estabeleceu também o código orientador de edificação de sanatórios, hospitais gerais e pensões, além de reforçar a vigilância higienista sobre os enfermos. Com isso, buscava-se controlar eficientemente a presença dos infectados na cidade, ditando regras arquitetônicas e comportamentais que objetivavam inibir a disseminação da moléstia pulmonar entre os habitantes e os turistas sadios que percorriam a região (BERTOLLI FILHO, 2001, p.145).

O decreto nº 11.781, de 30 de dezembro de 1940, do interventor Adhemar de Barros, definiu o zoneamento da cidade em duas divisões: região de sanatórios e tratamento; e a região ou zona do turismo (PRINCE, 2017c; COTTA, 2008). De acordo com este decreto, as vilas Capivari e Jaguaribe não poderiam receber mais pensões e casas de habitação coletiva de doentes portadores da tuberculose, e os proprietários de tais estabelecimentos tinham um prazo de doze meses para providenciarem a sua transferência para a Abernédia. Também foi autorizado que a Prefeitura Sanitária entrasse nos empreendimentos, interditando os locais que funcionassem nas vilas Capivari e Jaguaribe (PRINCE, 2017b).

O comércio deslocou-se com maior força para a Vila Abernédia, impulsionado pela chegada dos trilhos da Empresa Ferroviária Campos do Jordão. Nesta vila os doentes seriam tratados, enquanto a Vila Capivari se delineava como área nobre da

cidade, potencializada pelo Decreto nº 11.850 de 26 de fevereiro de 1941, que determinava a delimitação das zonas urbanísticas (PRINCE, 2017b).

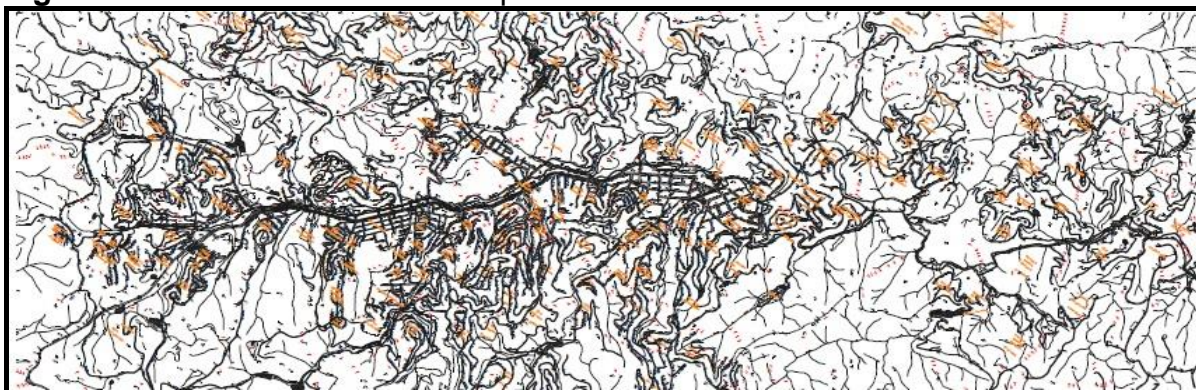
A presença de grupos influentes – como as famílias de Adhemar de Barros, Conde Matarazzo, Ermírio de Moraes, entre outras – junto aos governos estadual e federal, fez com que a região, especialmente as áreas onde se aglomeravam os ‘turistas’ ricos, ganhasse benefícios públicos e privados. Caberia à Companhia liderada por Macedo Soares instalar as redes de água e esgoto, além da rede elétrica e coleta de lixo, enquanto o setor público se ocuparia do serviço de correio e a abertura de uma estrada de rodagem (BERTOLLI FILHO, 2001).

Como até então o tratamento demorava entre dois e cinco anos, muitos pensionistas acabaram se integrando à comunidade e não mais retornando à terra de origem após a cura (MASAKAZU, 1985), ocasionando o crescimento populacional da localidade jordanense. Ademais, toda a infraestrutura montada para a fase sanatorial servira como base para a transformação da cidade como estância voltada ao turismo (PRINCE, 2017b).

Longe da área turística, não houve a mesma preocupação com a arquitetura e a organização da estrutura local. Duarte, Barbosa e Bruna (2007) comentam que a improvisação com que foram (e são) construídas as casas mais populares tem formado um cenário típico dos bairros periféricos dos grandes centros urbanos, aumentando a ocupação clandestina de áreas de encostas, que pelas leis de proteção ambiental deveriam estar cobertas de florestas, um cenário que não combina com a procura turística, mas que fez parte deste processo de transformação. Na constituição de Campos do Jordão percebe-se um aniquilamento do lugar, onde a assimetria entre a classe trabalhadora e a turística é muito forte, cooperando para uma população trabalhadora ocupar áreas verdes sem estrutura geológica para a construção de casas (MENEGHINI, 2018). Uma das razões para essa situação, segundo Almeida (2006), é a expansão das chácaras de veraneio em ambientes rurais, provocando o encarecimento das terras pela especulação imobiliária gerada com o turismo. Pivott (2006) confirma que os problemas socioambientais de Campos do Jordão são considerados histórico-estruturais. Isso porque já na década de 1940 havia ações contra o meio ambiente, não podendo, aqueles que privilegiam os interesses individuais em detrimento do coletivo, alegar ignorância das atividades e das suas consequências desde então.

Apesar de tais problemas, a cidade se consolidou como uma opção turística na serra, baseando-se, como expõem Duarte, Barbosa e Bruna (2007), num cenário europeu, com uma arquitetura típica e programação cultural muito diferente daquelas praticadas nas demais cidades. Neste cenário, os autores completam, o turista passa a procurar não apenas o frio, mas o conforto urbano e a variedade de serviços. Para Almeida (2006), essa fase aconteceu a partir da década de 1980, coincidindo com a introdução das noções de preservação ambiental e busca por áreas verdes no imaginário social, surgindo demandas para o turismo de natureza, rural e de aventura, propícios de serem estimulados naquelas paisagens pouco alteradas.

Figura 1 - Mancha urbana de Campos do Jordão



Fonte: Secretaria de Planejamento da cidade (2018).

A partir dos interesses de um grupo, como exposto acima, a cidade segue o seu projeto original a partir das três vilas citadas, desenvolvendo uma mancha urbana concentrada (Figura 1). Avaliando-o da perspectiva da esquerda para a direita, identifica-se a Abernóssia e suas ramificações, seguida do Jaguaribe (área que mais se expandiu já que esta é a *vila-mater* da cidade), finalizando com a Vila Capivari. Entende-se esse espaço como a área urbana da cidade, caracterizada por uma alta densidade populacional e uma vasta construção humana em comparação com as áreas que as rodeiam; e “o significado de urbano está muito mais relacionado com a dimensão social de uma cidade¹³” (OGUZTIMUR; AKTURAN, 2016). As demais extensões surgem posteriormente quando as pessoas buscam se aproximar das áreas verdes da cidade, expansão limitada em função das áreas de proteção ambiental. É importante ressaltar que as representações do espaço e, baseadas

¹³ Tradução livre do trecho “the meaning of urban is much more related with the social dimension of a city itself” (tradução da autora)

nelas, as imagens-síntese (selecionadas) e os discursos sobre as cidades fazem parte, pela mediação do político, dos processos de intervenção espacial para a renovação/organização urbana (SÁNCHEZ, 2001).

A partir de interesses de um grupo que havia adquirido terras na região do Capivari, inicialmente projetada para ser uma Vila Sanitária, decretos e ações políticas foram sendo definidos para delimitar a área de circulação dos doentes e a área de circulação turística. Tais iniciativas provocaram uma divisão espacial e social na ocupação, perceptível assim que se amplia o olhar sobre Campos do Jordão. Durante este processo, para poder atrair cada vez mais turistas, foco de interesse do grupo descrito anteriormente, uma série de imagens começou a ser associada ao contexto jordanense, como será explorado a seguir.

4.3 CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO

As cidades que possuem recursos naturais, históricos e culturais, como Campos do Jordão, tornam-se foco das atenções e dos esforços dos poderes públicos e privados para desenvolver o turismo (PINTO; RICCI, 2006). Mumford (1961) afirma que, no passado, ir além das muralhas da cidade era a busca por um distanciamento das regras da própria cidade, uma procura por vantagens para a saúde e vida familiar e uma tentativa de conseguir liberação das convenções usuais e compulsões da sociedade urbana. Ao se analisar a formação histórica de Campos do Jordão, percebe-se como foi intensa essa relação entre os interesses públicos e os de grupos privados, refletindo o processo de ocupação territorial e divisão social. Tal formação afeta a atividade turística na localidade, assim como as relações de hospitalidade que ali se estabelecem (ou não), sendo esta perspectiva tratada no decorrer da tese.

Para o processo de transformação, a mídia, em seu papel de mediadora entre os cidadãos e a cidade, é estratégica para os governos locais, pois realiza a espetacularização da cidade e molda as representações acerca de sua transformação, produzindo signos de bem-estar e satisfação no consumo dos espaços, criando comportamentos e estilos de vida e promovendo a valorização de lugares bem como os usos, “celebrando os novos lugares transformando-os em espetáculo” (SÁNCHEZ, 2001, p.36), como é o caso da cidade em questão.

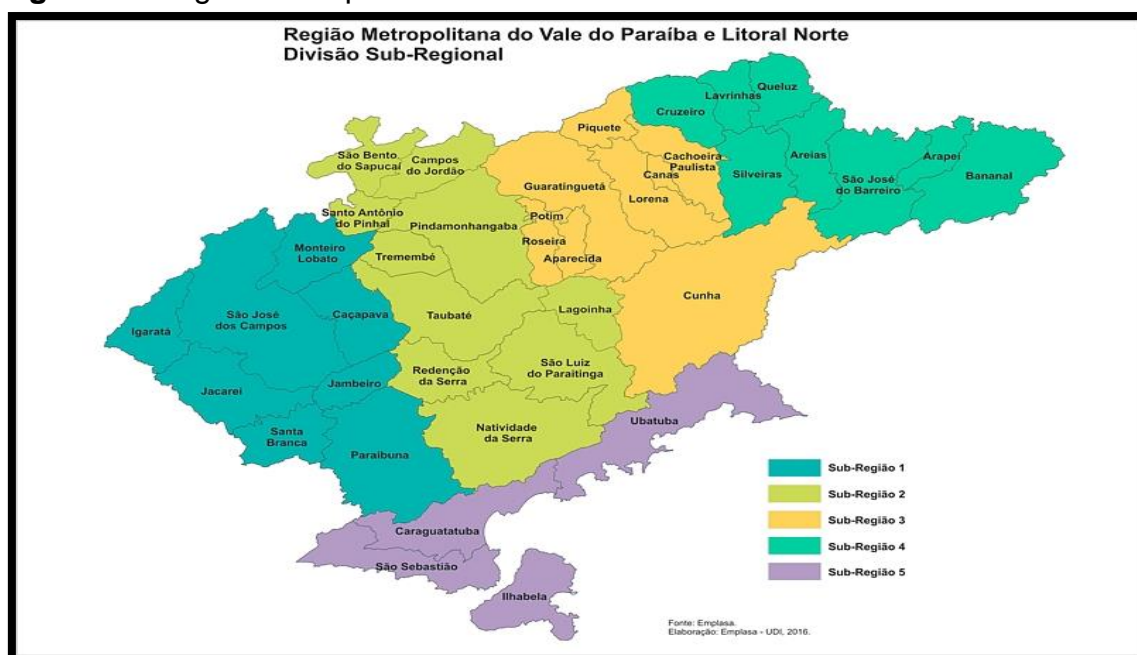
Yazigi (2001) explica que a região da Mantiqueira atua como divisor de águas de duas bacias: a do Vale do Paraíba, no Estado de São Paulo, e a do sul de Minas

Gerais. Com mais de cem quilômetros, abriga a quase totalidade das estâncias climáticas e hidrominerais do país. Quanto às características ambientais de Campos do Jordão, a vegetação se distribui em dois grandes tipos: a mata e a vegetação campestre, ambas profundamente modificadas pela influência do homem. Do ponto de vista paisagístico, se tem a presença da floresta de *Araucaria-Podocarpus*, dentre as formações naturais, e extensos reflorestamentos de coníferas, dentre as antropogênicas (SCHIAVETTI; ROBIN; MORAES, 1997).

O relevo dominante de Campos do Jordão é montanhoso, com declives curtos e vales em "V"; e drenagem moderada. O quartzo é o mineral preponderante. O Rio Capivari é o mais importante do município; suas nascentes se localizam no bairro Umuarama, próximo a uma Unidade de Conservação, responsável pelo abastecimento de toda a cidade. Este rio recebe, em seu curso, diversos tributários, entre eles os rios Perdizes e Salto, que nascem na região da Serra da Mantiqueira, próximo à divisa dos Estados de Minas Gerais e Rio de Janeiro (SCHIAVETTI; FORESTI, 1999).

Campos do Jordão pertence à sub-região 02 da Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte, a exemplo dos municípios Lagoinha, Natividade da Serra, Pindamonhangaba, Redenção da Serra, Santo Antônio do Pinhal, São Bento do Sapucaí, São Luiz do Paraitinga, Taubaté e Tremembé (Figura 2).

Figura 2 - Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte



Fonte: EMPLASA (2016).

Em termos de concentração, Campos do Jordão apresentou, em 2017, um total de 51.454 habitantes, com uma densidade demográfica de 177,11 (hab/km²), e um PIB de R\$ 1.093.067 (EMPLASA, 2018). O município é tipicamente de classe média (47,24% da população têm renda entre 02 e 05 salários mínimos), adulta (34,15% estão na faixa etária entre 20 e 39 anos) e urbana (taxa de urbanização de 99,38%) (PMGIRS, 2013).

A área do município de Campos do Jordão está legalmente protegida por diversos regimes jurídicos sobrepostos, dentre eles as declarações de APA da Mantiqueira, em âmbito federal; da APA Estadual de Campos do Jordão; e da APA Municipal (Lei n. 1484/85, regulamentada pelo Decreto Municipal n. 1850/88 (SCHIAVETTI; FORESTI, 1999). No âmbito federal, foi reconhecida pelo seu caráter turístico pelo Decreto nº 91.304, de 03 de junho de 1985. Sua história permeia a medicina, com uma ocupação que gerou reflexos até os dias atuais. Isso se deve, como explica Meneghini (2018), ao fato de que o planejamento urbano da cidade não deu conta de formular estratégias para o desenvolvimento de habitação, apenas mantendo disseminada a representação da Suíça Brasileira. Para a autora, há um paradoxo já que guarda na sua história a corrida pelo ouro, o enfrentamento da tuberculose, a expansão do turismo, porém, sem pensar na população que se foi constituindo. Este processo constituinte não difere das observações de Holanda (1990), ao expor que a ocupação e o planejamento não fizeram parte da organização do território brasileiro, já que a colônia foi um simples local de passagem, inclusive dificultando a ocupação do interior do país, numa tentativa de manter a povoação no litoral.

Duarte, Barbosa e Bruna (2007) lembram que a grande procura pela cidade causou mudanças na paisagem: de uma cidade pequena para uma maior e com problemas, como favelização de áreas sem interesse para o mercado imobiliário. Como os terrenos planos são muito procurados e vigiados, as populações pobres acabam se confinando em vertentes, e o fenômeno da favelização é extremamente visível em Campos do Jordão, ficando as construções sujeitas a deslizamentos, assoreamentos e problemas sanitários, etc. Na montanha, a urbanização do turismo, incluindo residências secundárias, apresenta-se como manchas espalhadas (YAZIGI, 2001). Ainda segundo este autor, o perigo mais presente nas montanhas é o da estepização da paisagem, na obstinação particular e oficial de sempre querer um terreno plano, defendendo manter a percepção da montanha, com mais espaços

livres, mediante um microzoneamento capaz de prever os usos desejáveis para este e outros tipos de topografia (o que não ocorreu na cidade objeto de análise nesta tese).

Pivott (2006) afirma que Campos do Jordão, além de instalada em área imprópria para a urbanização teve os recursos naturais extraídos de maneira intensa e inadequada nos séculos XIX e XX. Rosa Filho e Cortez (2010) confirmam que a urbanização se deu de forma mais precária na década de 1940, e que, a partir dos anos 1970, tiveram início as grandes invasões nas áreas verdes, áreas de lazer dos loteamentos e áreas particulares, todas nos morros da cidade; muitos desses locais, segundo esses autores, foram ocupados com o incentivo das autoridades, cujo papel seria o de coibir tal prática. Yazigi (2001) avalia que o turismo tem sido apresentado como responsável pelo crescimento desordenado de muitas cidades, assim como é apontado em Campos do Jordão. A seu ver, ignora-se muitas vezes o aspecto conjuntural específico de cada realidade, acarretando um jogo de culpabilização, sem efetiva ação.

Cruz (2003) alerta, ainda, que as lógicas que movem a apropriação dos espaços por um e outro ator social – nesse caso, turista e residente –, têm naturezas muito diferentes e, por isso, quase sempre conflitantes. A diferença entre os objetivos enquanto turista e enquanto residente move as estratégias de desenvolvimento pensadas pelo setor público e iniciativa privada. Pinto e Ricci (2006) afirmam que a cidade de Campos do Jordão é marcada pelo contraponto entre riqueza e pobreza, e tais estratégias visam fortalecer a economia do turismo, não havendo enfrentamento da questão social, num contexto de crescimento populacional em meio à pobreza. Os autores ainda citam os problemas de planejamento da demanda turística em vários aspectos: na mobilização do setor, a ocupação irregular de moradores gerando um grande número de favelas – devido à ilusão da fácil empregabilidade, o problema da sazonalidade, da preservação ambiental e da mobilização do poder público e privado. Sobre a realidade de Campos do Jordão, Beni (2018) destaca, ainda, a falta de preservação da história da cidade que remete ao período da tuberculose. Muitos prédios, como antigas pensões e sanatórios, foram destruídos e/ou abandonados para dar lugar a um novo perfil de turismo.

Buscando compreender mais a situação de Campos do Jordão e sua relação com o anfitrião, morador local e trabalhador, foram investigados, para este estudo, os aspectos da formação histórica de Campos do Jordão. Vários documentos divulgam

a iniciativa, empírica, de Pedro Paulo Filho. Apaixonado pela cidade, esse advogado criou uma metodologia para explicar a constituição de Campos do Jordão. Segundo ele, foram quatro ciclos: o primeiro, Ciclo do Ouro, contemplaria o período de 1703 a 1874, abordando as primeiras ocupações do espaço que seria reconhecido como Campos do Jordão. Porém, sua história e formação foram influenciadas pelo segundo ciclo, o da Cura, de 1874 a 1940, seguido pelo Ciclo do Turismo, de 1940 a 1980, até o Ciclo Atual, do Meio Ambiente, a partir de 1980. Apesar de bem difundida, esta tese não adota esta classificação por dois motivos: a concomitância dos ciclos, principalmente do segundo e do terceiro; e por não concordar com o término do terceiro e início do quarto ciclo. Assim, a opção nesta tese foi descrever a constituição histórica da cidade de Campos do Jordão, sua evolução e essência, sem se ater a períodos específicos.

Campos do Jordão é uma das muitas cidades brasileiras que se destacam pela paisagem e clima, inseridas no imaginário nacional a partir de filmes e propagandas. Yazigi (2001) explica que Campos do Jordão se firmou, antes de tudo, como lugar de tratamento de doenças pulmonares independentemente de classe social. Só mais tarde é que se expande para lugar turístico por excelência, e passa a ter essa identidade. Esta visão é essencial para se entender as características locais, marcada por uma contraposição entre a atividade de cura e a atividade turística, visto que o município era composto de sanatórios e ao mesmo tempo de hotéis, acabando por criar duas cidades com cenários divergentes e que, por muitos anos, conviveram lado a lado, como explicam Duarte, Barbosa e Bruna (2007).

Em consequência de sua altitude elevada, Campos do Jordão, no século XIX, possuía um clima frio e seco, com pouca nebulosidade e muita insolação, o que era considerado propício para o tratamento da tuberculose e até para a sua cura (PRINCE, 2017b). Foi considerada a mais importante estância climática para o tratamento da doença, enquanto a outra opção, São José dos Campos, era recomendada àqueles que não contassem com pecúlio suficiente para se sustentar na cidade jordanense (BERTOLLI FILHO, 2000). É justamente a elevação do planalto e a individualização climática que criaram uma paisagem de exceção em meio a terras tropicais, com suas montanhas, geadas e ventos (YAZIGI, 2001).

Contudo, a imagem daquele pequeno e pobre povoado em nada se assemelhava às glamorosas e burguesas estâncias europeias, como explicam Vianna, Zanetti e Papali (2014), porém se justificava, pela via sanitária, o apoio do

Estado ao propósito colonizador e empreendedor de uma elite visionária, contexto aprofundado no decorrer deste capítulo. Maffesoli (2001) pontua que o imaginário é o estado de espírito de um grupo, de um país, podendo estabelecer um vínculo, gerando um cimento social, e por isso não pode ser avaliado de modo individual, mas sim coletivo.

Em 1921, pela Lei nº 1.833, a cidade de Campos do Jordão é reconhecida como estância climatérica paulista; e em 1926, pela Lei nº 2.140, recebe o título de Estância Hidromineral. Embora tenha recebido esse título, as águas radioativas na cidade só serão lembradas em fins da década de 1940, quando Adhemar de Barros tenta desapropriar a fonte “Água Santa” para o aproveitamento terapêutico das águas, sendo que o maior interesse nessa classificação era receber os benefícios financeiros atribuídos às estâncias paulistas (HAMMERL, 2011). Em 1986, pela Lei nº 5.091, a cidade é novamente reconhecida como estância climática, classificação que permanece até os dias atuais, apesar de, também, ser propagada como estância turística. Como dito, até a década de 1920 Campos do Jordão era uma estação de cura da tuberculose, e seus hotéis e pensões destinavam-se ao repouso. Foi somente a partir dos anos 1940, com investimentos do Governo de São Paulo e setor privado, que se começa a estruturar o espaço turístico da cidade. Atualmente, de acordo com informações do Governo do Estado de São Paulo (2019), Campos do Jordão é classificada como estância hidromineral, climática e turística, o que acaba por provocar diversas confusões em publicações.

Um dos primeiros pontos a se destacar sobre o planejamento turístico de Campos do Jordão é que o mesmo se inicia por iniciativa de entidades civis. Instituições como a Companhia de Hotéis de Campos do Jordão, Centro de Planejamento de Campos do Jordão e Associação de Amigos de Campos do Jordão são representativas destes grupos sociais. Sendo assim, observa-se que diferentemente dos processos de planejamento turístico tradicionais em que o “controle” é assumido pelas instâncias públicas e precariamente absorvido pelas demais instâncias sociais, no caso do objeto de estudo observa-se que é o “poder civil” que condiciona o surgimento de um “poder público” [...] (HAMMERL; SILVEIRA, 2013, p.15).

A construção da estrada de ferro e, posteriormente, das estradas de rodagem contribuiu para alterar ainda mais o cenário local. Almeida (2006) explica que a construção de tais estradas permitiu a expansão das residências secundárias naquelas áreas, levando à valorização do espaço e com isso a criação de infraestrutura e serviços especializados a um público consumidor exigente. Hammerl e Silveira (2013, p.13) complementam que “o acesso da via Dutra (1951) foi o maior responsável por aumentar o fluxo de turistas no município”, influenciados por uma

intensa propaganda turística. Atualmente, Campos do Jordão é reconhecida pela sua temporada de inverno e pelo espaço denominado como “Capivari”, local de encontro e de oferta de diversas opções de entretenimento e restauração. Contudo, a configuração de seu espaço e ocupação se dá a partir da epidemia da tuberculose e por influências políticas, como será exposto neste capítulo.

O desenvolvimento de Campos do Jordão seguiu o mesmo padrão de outras estâncias, ou seja, sofreu uma transição de destino de saúde para um destino de lazer, influenciado pela construção de um ideário, a partir de decisões políticas e interesses particulares de alguns membros da sociedade. Hammerl e Silveira (2013) confirmam que a localidade foi modelada como destino turístico graças a ações políticas e de planejamento de uma elite paulistana articulada com a esfera federal.

Diante deste cenário, fez-se necessário ao município o desenvolvimento turístico planejado, estimulando, qualificando e conscientizando sobre a oferta e uso dos recursos turísticos, visando maximizar os aspectos positivos e minimizar os negativos advindos do crescimento da atividade e gerar emprego e renda (PINTO; RICCI, 2006). Almeida (2006), ao analisar a realidade de Campos do Jordão, aponta como grande desafio para a cidade contrabalançar os diferentes interesses: empresários desejam mais lucros, a população requer mais empregos e renda, os administradores precisam de mais impostos. Como conciliar, nesses ambientes receptivos, tais interesses, pessoais e de grupos, diante da necessidade de se estabelecer limites como o de capacidade de carga, é a questão a ser equacionada.

Avançando um pouco mais nesta questão, o presente estudo procura ir um pouco além e explorar a perspectiva da hospitalidade não sob o olhar do turista, mas sob o olhar do anfitrião, do morador, ator essencial para a efetivação de uma relação de hospitalidade. Para tanto, é essencial conhecer aspectos complementares da cidade, como perfil do morador, empregos, zoneamento, leis, entre outros aspectos.

Abitante (2016) realizou uma análise sobre a dinâmica urbana de Campos do Jordão confrontando os turistas/proprietários e os moradores (Quadro 7), considerando as condições econômicas, as áreas de risco ocupadas e a configuração urbana, como também a acessibilidade, o sistema viário e o subcentro. De modo simplificado, o quadro demonstra os diferentes processos de ocupação realizados por moradores e por turistas, mesmos que esses sejam donos de imóveis na cidade, reconhecidos como imóveis de segunda residência.

Quadro 7 – Dinâmica urbana de Campos do Jordão

	TURISTAS PROPRIETÁRIOS	MORADORES	OBSERVAÇÃO
Condições econômicas	Alto poder aquisitivo (Renda mensal: Imensurável e visivelmente superior à dos moradores)	Baixo poder aquisitivo (Renda mensal média de até 4 salários mínimos)	Há uma grande desigualdade entre renda mensal dos moradores e a renda mensal dos turistas.
Áreas de risco	Algumas áreas passíveis de inundação	3985 moradias em área de risco. Áreas passíveis de escorregamento, inundação, erosão e solapamento	Muitas vezes são ocupadas por invasão ou por falta de possibilidade econômica de adquirir outras opções de lotes. As classes de alto poder aquisitivo têm possibilidade de escolha
Configuração urbana	Concentração em regiões gerais com homogeneidade interna.	Concentração em regiões gerais com menor homogeneidade interna. Porém habitam todo o território.	A diferença se deve as dimensões do lote, dimensões da residência, recuos, qualidade das vias e passeios públicos.
Subcentros	Utilizam as 3 centralidades do eixo viário principal (Vilas Abernéssia, Jaguaribe e Capivari).	Utilizam os subcentros próximos a suas residências.	As principais centralidades atendem a todos que circulam pela cidade.
Acessibilidade	Viabilizada por possuir veículo próprio	Possuem melhor acessibilidade pela localização central da residência.	Diferentes modos e necessidade de acesso aos equipamentos urbanos
Sistema viário	Utilizam	Utilizam	O sistema viário possui 52% de vias não pavimentadas e 48% de vias pavimentadas. Apenas os moradores pagam IPVA.

Fonte: Abitante (2016)

A população jordanense se constitui enquanto classe trabalhadora, atrás do sonho capital de uma vida melhor; aceita prender-se ao espaço, mesmo que em condições nada boas de moradia, com suas casas dependuradas em morros. (MENEHINI, 2018). Em geral, na ânsia de obter os benefícios divulgados que a atividade turística pode gerar, os representantes dos órgãos públicos e organizações privadas se empolgam com o potencial turístico de uma localidade e passam a promovê-la, sem pensar nas consequências, que aparecerão mais tarde, causando desconforto aos visitantes e aos moradores (PIVOTT, 2006).

Segundo o Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (2013), entre 2000 e 2010, a população de Campos do Jordão cresceu a uma taxa média anual de 0,77% (contra 1,17% registrada no Brasil no mesmo período), totalizando 47.789 habitantes (baseado nos dados do último censo, 2010). Os dados mais atualizados são do IBGE

(2019): população estimada de 52.088 habitantes distribuídos em uma área de 290,65 km².

O Atlas (2013) expõe que entre 2000 e 2010 a taxa de atividade da população de 18 anos ou mais (ou seja, população economicamente ativa) passou de 74,20% em 2000 para 74,43% em 2010. O mesmo documento mostra o aumento da renda per capita média na cidade, de R\$ 555,86, em 1991, para R\$ 741,15, em 2000, e para R\$ 911,40, em 2010. Contudo, o IBGE (2017) destaca que o salário médio mensal da população jordanense é de dois salários mínimos e somente 28% da população total tem ocupação. Esta realidade, potencializada pelo processo de desenvolvimento, faz com que a população seja majoritariamente composta por pessoas de baixa renda ocupando áreas de risco em bairros com pouca infraestrutura urbana.

Quadro 8 – Índice de Desenvolvimento Humano e seus componentes de Campos do Jordão (SP)

IDMH e Componentes	1991	2000	2010
IDMH Educação	0,260	0,501	0,648
• % de 18 anos ou mais com fundamental completo	24,35	36,44	51,76
• % de 5 a 6 anos na escola	27,87	69,37	95,77
• % de 11 a 13 anos nos anos finais do fundamental REGULAR SERIADO ou com fundamental completo	45,31	83,87	88,70
• % de 15 a 17 anos com fundamental completo	21,90	56,51	65,36
• % de 18 a 20 anos com médio completo	12,34	25,06	39,58
IDMH Longevidade	0,735	0,762	0,852
• Esperança de vida ao nascer	69,12	70,69	76,10
IDMH Renda	0,682	0,728	0,761
• Renda Per Capita	555,86	741,15	911,40

Fonte: Atlas (2013)

Apesar desses números do IBGE, os dados do Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (2013) apresentam Campos do Jordão (em 2010) com um Índice de Desenvolvimento Humano (IDHM) de 0,749, situando o município em uma faixa de desenvolvimento considerada alta. A dimensão que mais contribui para o IDHM do município é Longevidade, com índice de 0,852, seguida de Renda, com índice de 0,761, e de Educação, com índice de 0,648. Campos do Jordão ocupa a 562^a posição entre os 5.565 municípios brasileiros cujo detalhamento está no Quadro 8.

A evolução da desigualdade de renda entre 1991 e 2010 pode ser descrita através do Índice de Gini, que passou de 0,52, em 1991, para 0,54, em 2000, e para 0,59, em 2010 (quadro 9). O índice de Gini é um instrumento usado para medir o grau de concentração de renda ao apontar a diferença entre os rendimentos dos mais pobres e dos mais ricos.

Quadro 9 – Renda, Pobreza e Desigualdade em Campos do Jordão

	1991	2000	2010
Renda per capita	555,86	741,15	911,40
% de extremamente pobres	1,96	0,95	1,63
% de pobres	13,44	7,19	5,41
Índice de Gini	0,52	0,54	0,59

Fonte: Atlas (2013)

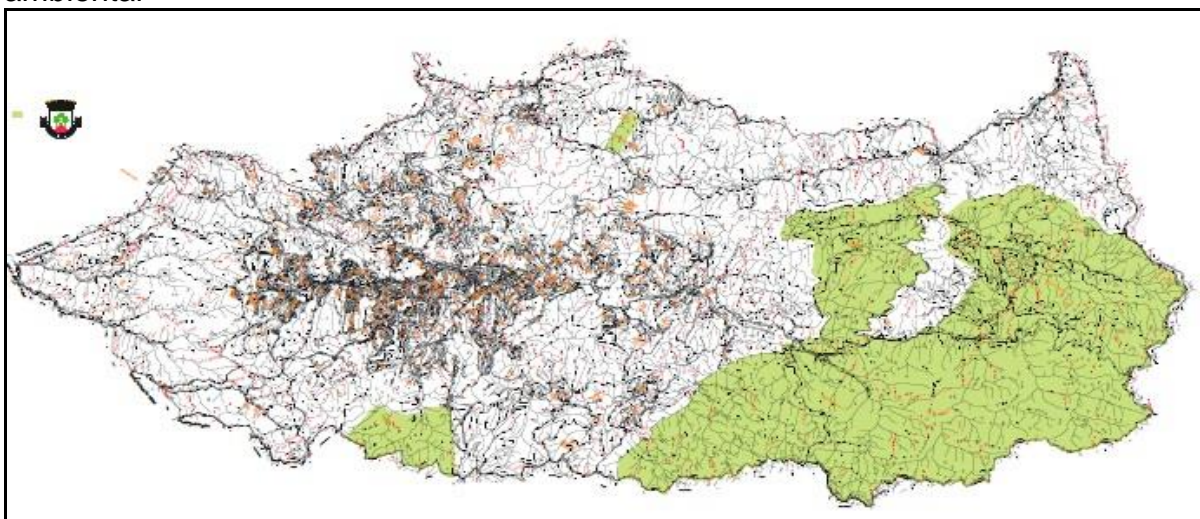
Segundo o Atlas (2013), entre 2000 e 2010, a razão de dependência no município caiu de 52,66% para 42,80%. Esta razão refere-se ao percentual da população de menos de 15 anos e da população de 65 anos e mais (população dependente) em relação à população de 15 a 64 anos (população potencialmente ativa). Já a taxa de envelhecimento (razão entre a população de 65 anos ou mais de idade em relação à população total) subiu de 5,83% para 7,36%, com expectativa de vida de 76,1 anos (em 2000, era de 70,7 anos).

O indicador Expectativa de Anos de Estudo sintetiza a frequência da população em idade escolar ao apontar o número de anos de estudo que uma criança que inicia a vida escolar no ano de referência deverá completar ao atingir a idade de 18 anos. Entre 2000 e 2010, ela passou de 9,73 anos para 10,35 anos, no município, enquanto no Estado de São Paulo passou de 10,23 anos para 10,33 anos (ATLAS, 2013).

Segundo Yazigi (2001), Campos do Jordão conheceu seu primeiro plano diretor nos anos 1960. Apesar da elaboração e aprovação deste plano, diversas ocupações irregulares ocorreram, geralmente como condomínios para os turistas, que almejavam a sensação de contato com a natureza, ocupando as partes mais altas dos diversos morros existentes na cidade. Yazigi (2001) denomina esses tipos de ocupação de 'malhada', pois se configuram como ilhas de interesse turístico ou de residências secundárias, polinucleadas. Geralmente os interessados fazem suas escolhas levando em conta as melhores vistas; o microclima; a presença de vegetação; o tipo de vizinhança; e, claro, a qualidade da infraestrutura urbana.

Para garantir a preservação da natureza em Campos do Jordão, o Plano Diretor da cidade contém a área de preservação ambiental, que pode ser analisada na Figura 4. A mancha em verde representa tal área, e boa parte desta corresponde ao Horto Florestal da cidade. Com 8.341 hectares, o Parque Estadual de Campos do Jordão, criado em 27 de março de 1941, compreende aproximadamente um terço do município da estância, que se localiza na face ocidental das encostas da Serra da Mantiqueira, junto à fronteira entre São Paulo e Minas Gerais (SCHIAVETTI; ROBIN; MORAES, 1997). A mancha urbana, já evidenciada na Figura 1, pode ser reavaliada na Figura 3, reforçando o processo de concentração territorial nas três vilas já especificadas. Entretanto, pode perceber algumas dispersões no território, reflexo do número de segundas residências na cidade.

Figura 3 - Campos do Jordão com sua mancha urbana e áreas de preservação ambiental



Fonte: Secretaria de Planejamento (2018).

Diante deste crescimento, Yazigi (2001) cita algumas leis criadas com vistas à organização territorial. A Lei 1.095/78 trata sobre o parcelamento do solo ao Código de Uso e Proteção da Paisagem; a Lei 1.296/81 instituiu o Código de Posturas (questão estética e higiene pública); a Lei 1.484/85 instituiu a APA, área de preservação ambiental englobando toda a área urbana e toda a área rural. Já a Lei 1.538/85 dispõe sobre o zoneamento, prevendo baixa ocupação territorial na zona especial de preservação ambiental (com nenhuma edificação viável a menos de 15 metros de lagos, rios, córregos, cachoeiras); e a Lei 1.734/89 trata da ZTRU (zona especial de transição rural para urbana), destinada ao uso residencial de baixa

ocupação. Disposições posteriores estabeleceram o gabarito máximo de seis andares em todo o município, assim como o uso obrigatório de madeirame na fachada, a fim de criar o estilo de ambientes alpinizantes (YAZIGI, 2001).

Schiavetti e Foresti (1999) observam que o planejamento da cidade já era campo de estudo nos anos 1990; no plano diretor do município previa-se a abertura de novos atrativos turísticos na cidade, mas sem considerar o devido planejamento da coleta de lixo, estação de tratamento de esgotos, contratação de recursos humanos. Estudo sobre o impacto sonoro da atividade turística na cidade, realizado por Brito e Barbosa (2014), confirma que a própria formação natural do meio urbano de Campos do Jordão gera dificuldades na dispersão da energia sonora. As principais vias de tráfego e os bairros comerciais estão localizados nas partes mais baixas e planas, enquanto os bairros residenciais, de alta, média e baixa renda, nas partes mais altas (tal formato de concha favorece a concentração da energia sonora próxima às residências, diz o estudo).

Segundo Beni (2018) o que falta em Campos do Jordão são políticas públicas e o envolvimento federal. O pesquisador aborda a questão das estâncias de governança, como a prefeitura, assim como o Conselho Municipal de Turismo, característicos da estância oficial pública. Os empresários, a hotelaria, restaurantes e entretenimento representam a segunda estância de governança. E a terceira estância, representada pelos moradores, que deveria ter voz ativa, inexistente.

Dados do Observatório de Turismo da cidade de Campos do Jordão (2018) mostram crescimento do fluxo de visitantes: em 2014, 3.533.223 pessoas visitaram Campos do Jordão e, em 2017, 4.552.463. Os picos de visita ocorrem em julho (de 2017), com 636.992 chegadas, com o mês de junho, o segundo mês a receber o maior número de visitantes, atraindo 464.852. Apesar do crescimento, a taxa de ocupação hoteleira varia de 27,78% (mês de fevereiro) até 45,25% (mês de julho), resultando em uma taxa de ocupação (média) anual de 35,75% - 84% procuram a cidade apenas para o passeio de um dia, aproveitando-se da viagem feito para Aparecida, reconhecida pelo seu turismo religioso. No geral, o visitante caracteriza-se por ser de São Paulo, com permanência de dois dias na cidade, motivados pelo lazer, utilizando-se, sobretudo, do automóvel como meio de transporte.

A ressalva quanto aos dados fornecidos pelo Observatório do Turismo recai sobre o fato de ser um compilado de dados obtidos por diversos centros de informação, cada um seguindo uma metodologia diferente, sem informações

referentes ao período de coleta de dados, ao processo da coleta, ao grau de confiabilidade, à margem de erro, entre outros aspectos. Apesar de terem a sua importância quanto à compreensão do turismo local, tais dados precisam ser avaliados com cautela. Enquanto uma metodologia única de análise não for definida e um período de coleta for definido, há riscos de interpretações equivocadas serem realizadas, sugerindo-se não serem consideradas como norteadoras para a definição de políticas públicas ou planejamento do setor turístico.

Em reportagem sobre o Festival de Inverno de 2019, Oliveira (2019) comenta sobre os mais de R\$ 131 milhões arrecadados com o evento; foram gerados 1.844 novos empregos, além do recolhimento de R\$17.4 milhões em impostos estaduais. Com base no estudo de impacto econômico realizado pela Fundação Getúlio Vargas, o autor cita que o investimento no evento foi de R\$7,84 milhões oriundos de patrocínios e iniciativa privada, sem a necessidade de investimento público. Para a Prefeitura Municipal de Campos do Jordão (2019) o segmento alimentício movimentou R\$ 44,6 milhões; o comércio vem em seguida, com R\$ 22,3 milhões; na sequência, hotelaria, com R\$ 20,4 milhões; atrativos, R\$ 19,7 milhões; transporte, R\$ 6,98 milhões; e outras áreas, R\$ 4,6 milhões.

Segundo Oliveira (2019), para cada real investido, o festival gerou R\$16,7 para a economia local, recebendo entre os dias 29 de junho e 28 de julho mais de 150 mil espectadores, em 133 apresentações. Para a Prefeitura Municipal de Campos do Jordão (2019), a média de visitantes foi de 134 mil por fim de semana. Destes, 34,6% confirmaram que o Festival de Inverno foi o principal motivo da viagem; 54,3% declararam ter sido uma das principais razões para visitarem a cidade; enquanto 11,1% disseram que o evento não influenciou a decisão. O número de visitantes foi 6,7% maior que no mesmo período de 2018 e a ocupação hoteleira cresceu 10 pontos percentuais, de 85%, em 2018, para 95% em 2019. Como os números mostram, eventos como o Festival de Inverno atraem muitos visitantes e têm reflexos positivos na cidade, mas é preciso reconhecer também que o turismo provoca impactos, tanto ambientais e culturais, quanto sociais.

O Plano Diretor do Turismo (PDT, 2018-2020) pauta-se nos dados do Observatório do Turismo, anteriormente citado – e por isso justifica a análise de todos os documentos selecionados, pois um acaba por influenciar o outro. Em seu diagnóstico destaca que o sistema de gestão institucional e a comunicação entre os agentes são falhos, inclusive enfatizando a falta de dados sobre oferta e demanda

turística, além da divulgação ser falha. O crescimento desordenado da atividade e a falta de conscientização da população são citados como empecilhos para o desenvolvimento sustentável do turismo local. A pouca exploração do setor de eventos e o baixo desenvolvimento de atividades voltados aos turistas também são destacados. Em relação a mobilidade, a dificuldade de deslocamento do fluxo turístico e da sazonalidade afetam a experiência do visitante.

A partir deste diagnóstico, quatro diretrizes são usadas: destino turístico inteligente e uma cidade melhor para viver; uma oferta turística que ama o que faz; valorização da nossa terra e da nossa cultura; geração e valorização do trabalho, renda e estímulo ao empreendedorismo. Tais diretrizes levaram a quatro objetivos: gestão eficiente da atividade turística; mais recursos financeiros para o turismo; oferta turística profissional; fluxo turístico adequado. Com isso foram criadas doze ações, a saber: fortalecer a base normativa; fortalecer as instituições como COMTUR, Secretaria do Turismo; elaborar os instrumentos de planejamento e gestão; desenvolver a gestão compartilhada por meio de parcerias; informar e capacitar os envolvidos; aumentar a dotação orçamentária do FUMTUR; aumentar a previsão de investimentos do Estado; aumentar o investimento privado; aumentar a oferta turística; qualificar a oferta turística; modernizar a oferta turística; melhorar a infraestrutura básica.

A ressalva recai em dois aspectos. Primeiro, a metodologia adotada para o levantamento de dados. Assim como ocorreu no observatório, não se estabeleceu uma única metodologia de coleta de dados, apoiando-se em dados levantados com outros intuitos. Para exemplificar, cita-se os dados para a demanda turística, obtidos no Portal de Campos do Jordão ou no Posto de Informações Turísticas que funciona na sede da Secretaria de Turismo. Apenas as pessoas que pararam em tais locais para pedir informação e que aceitaram preencher a ficha de visitantes fizeram parte do quantitativo, totalizando 3.185 no ano de 2016 (dois anos antes da produção do PDT, o que já gera um número possivelmente equivocado). Ao compararmos esse número com o total de visitantes recebidos em 2016, de acordo com o Observatório do Turismo, encontramos um número de 3.947.083 visitantes, a amostra utilizada para o diagnóstico corresponde a apenas 8% dos visitantes.

A segunda ressalva recai na ausência de metas e ações projetadas para curto, médio e longo prazo. Também não está claro como pretendem alcançar cada uma das ações definidas, por exemplo, aumentar o investimento privado. Alia-se a ressalva

ao fato de pouco explorarem ações para organizar o mercado turístico existente. Exemplifica-se com o fato de os dados terem sido coletados em documentos enviados pela prefeitura como inventário da oferta turística de outros anos, estudos turísticos, guias turísticos impressos, mapas municipais, cadastro de contribuintes municipal e pesquisas em sites da internet. Estes dados forneceram a informação de que existem 228 meios de hospedagem cadastrados, sendo que apenas 58 foram inventariados. Contudo, não seria esse um momento propício para investigar quantos não estão cadastrados na prefeitura e incentivar a regularização? Ignorou-se, ainda, o mercado de aluguel por temporada, como os espaços do Airbnb. Ao ler o material, a impressão é de que focou mais na organização burocrática e propaganda e marketing. Outro ponto que poderia ter sido trabalhado, já que apareceu no diagnóstico, foi o envolvimento da população local. A resistência dos moradores em relação ao turismo foi destacada, mas nenhuma ação foi desenvolvida para atenuar essa situação. E ainda o próprio referencial utilizado para apoiar as decisões datam de 1989 a 2003, ignorando-se produções importantes da área e que poderiam enriquecer a análise.

O plano de Mobilidade (2018) apresenta uma extensa descrição dos meios de transporte disponíveis na localidade, itinerários do sistema público de ônibus, entre outros aspectos. O destaque para este artigo recai no serviço de transporte ferroviário, operado pela Estrada de Ferro Campos do Jordão. Apesar de existirem nove estações, apenas três encontram-se em operação, distribuídas no eixo central da cidade, paralela a principal avenida que conecta a entrada da cidade com o centro turístico mais conhecido. Atualmente atua exclusivamente como transporte turístico, e não se integra a nenhum outro modo de transporte. Os taxis também foram avaliados no plano destacando a carência de padronização que facilite a sua identificação, a concentração na área mais popular da cidade, a falta de infraestrutura para atendimento de pessoas com deficiência. Um Plano de Ação é apresentado para uma gestão integrada da mobilidade urbana, dividida em seis sistemas, a saber: circulação de pedestres; circulação de ciclistas; viário de circulação (principal e expansão); transportes; segurança viária e gestão da mobilidade.

Sugerem a requalificação das rotas turísticas, contemplando: sinalização Viária de regulamentação e advertência; denominação das diferentes rotas existentes e criação de padronização das placas orientavas ao longo das rotas; projeto de Orientação de Tráfego (POT) contemplando todos os pontos de visitação; definir padrão e implantar sinalização indicando as entradas dos pontos de visitação turística;

prever áreas de embarque e desembarque de turistas nos pontos de visitação; sinalizar e dimensionar corretamente as áreas destinadas ao estacionamento e circulação de veículos em estacionamentos de atrativos turísticos, sem utilização de manobristas.

Apesar do Plano apresentar uma ampla visão sobre o sistema de transporte da cidade (público e privado), a ressalva recai no Plano de Ação apresentado. Em suas diversas sugestões, pautando-se em exemplos bem-sucedidos em outras localidades, não se levou em consideração a dependência de uma única avenida para a circulação dos veículos, o excesso do tráfego nos finais de semana e a dependência de um turismo concentrado em três meses do ano. Para exemplificar tal ressalva, utiliza-se a sugestão de incentivar e regulamentar a implantação de Parklet, implantação de espaços públicos de convivência, utilizando áreas originalmente destinadas a vagas de estacionamento em via pública. Esta sugestão seria possível em apenas uma das vilas da cidade, já estruturada para o turismo e com espaços direcionados para a circulação segura do pedestre. Nas demais vilas, não há possibilidade de implantar tal sugestão por não ter como eliminar e diminuir o espaço do tráfego na única avenida da cidade. Ainda sugerem restringir o estacionamento na via principal nos horários mais críticos, o que geraria um caos na localidade em função das demais estruturas viárias da cidade.

Também citam, por causa do volume significativo veicular e de travessias de pedestres, a necessidade de sincronizar os equipamentos semaforicos tanto veiculares quanto de pedestres para garantir fluidez. O detalhe recai no fato de que a cidade não possui tais semáforos, sendo essencial o respeito a faixa de pedestres. Também sugerem o estacionamento para os ônibus de turismo, o que exige uma área considerável, além de infraestrutura para a permanência dos motoristas e equipe de bordo. Porém, um importante detalhe foi ignorado neste item: não há ligação com os outros meios de transporte disponíveis na cidade e os poucos existentes (como táxis e carros de passeio turístico não estão operando no horário em que tais ônibus chegam na cidade, normalmente de madrugada).

Apesar da falta de um planejamento ordenado, é a 10ª cidade mais procurada do país, com cerca de 4,5 milhões de turistas/ano (sendo 1,5 milhão deles apenas no inverno) e quer se tornar uma das melhores referências de destinos turísticos do Brasil, aumentando sua oferta ao longo de todo o ano. Para tanto, a Agência Brasileira de Engenharia turística (ABET) se tornou a responsável pelo *Place Branding* de

Campos do Jordão, buscando a identidade única da cidade, inspirada em elementos que são tidos como forças da cidade, representando sua natureza exuberante (simbolizada pela araucária e pelas montanhas), aliados a traços minimalistas, que transmitem todo o estilo da cidade mais alta do Brasil (são 1.628 metros de altitude)¹⁴ (ABET, 2021).

Já a pesquisa do CIET/SETUR SP (2021¹⁵), utilizada como apoio pela ABET, se destacou por buscar a opinião do morador local em relação ao turismo. A pesquisa foi realizada através de um link divulgado em redes sociais, sites oficiais e de notícias e em grupos de troca de mensagens. A pesquisa teve seu início em 24 de novembro de 2020 e foi finalizada em 08 de janeiro de 2021. A Estância Turística de Campos do Jordão obteve um total de 274 respostas. O nível de confiança da pesquisa para o município é de 95%, com margem de erro de 5,90%, considerando uma população de 50.118 habitantes. A maioria dos respondentes têm entre 30 a 39 anos (26,64%) e entre 40 a 49 anos (20,80%), do gênero feminino (55,56%), com ensino superior completo (35,77%), e renda familiar de até 3 salários mínimos (35,58%). São empresários (25,64%), assalariados (23,08%), autônomos (16,12%), sendo que 50% trabalham com o turismo e 44,89% atuam em outros setores.

A percepção geral da população sobre o turismo é positiva, tanto para o município quanto para a comunidade local. Acreditam se beneficiar com a atividade, já que o setor propicia empregos e melhora a economia local. Acreditam que há uma melhora na qualidade de vida, assim como há uma maior preservação da cultura e por isso se interessam por um aumento do turismo na localidade nos próximos dez anos. Alguns pontos foram avaliados negativamente pelos respondentes. Acreditam que o movimento de turistas dificulta para a população local aproveitar os atrativos, assim como exerce um impacto negativo sobre os recursos naturais. Ainda acreditam que é difícil para a população local encontrar moradia, assim como a mobilidade urbana.

Apesar de ser uma pesquisa interessante, alinhada com as teorias que envolvem a comunidade local e sua percepção em relação ao turismo, há quatro ressalvas importantes. A primeira refere-se à aplicação da pesquisa pela internet, cujo acesso é restrito para boa parte da população, seja por uma questão financeira ou por

¹⁴ Até a data de 30 de setembro de 2021 não houve divulgação oficial de como será a nova marca da cidade

¹⁵ Resultado encaminhado para a pesquisadora por um dos representantes do COMTUR de Campos do Jordão

uma questão instrumental. Ao compararmos o perfil desta pesquisa – pessoas com ensino superior – com o Índice de Desenvolvimento Humano (ATLAS, 2013) da cidade, há uma discrepância, já que o índice apresenta que apenas 40% da população possui ensino médio completo. O mesmo apontamento vale para a questão salarial e para o caráter empregatício, conflitantes entre si. A segunda ressalva refere-se à impossibilidade de cruzamento de dados, já que os resultados divulgados foram apenas pela porcentagem. A terceira refere-se ao fato de que qualquer pessoa pôde responder ao questionário; apesar de haver um recado enfatizando que o questionário era voltado aos moradores da cidade, não havia uma pergunta selecionadora do perfil desejado do entrevistado, permitindo que qualquer um, mesmo que não correspondesse ao perfil, pudesse respondê-lo. Agrega-se, ainda, que muitos donos de segunda residência mudaram para a cidade procurando um local mais reservado durante a pandemia, o que também pode ter afetado os resultados. E a quarta ressalva envolve o quantitativo de questionários necessários para atingir os 95% de confiabilidade divulgados. Considerando a população projetada pelo Centro de Pesquisa de 50.118 habitantes, seriam necessários 381 e não os 274 questionários aplicados e validados¹⁶.

O turismo em Campos do Jordão, de caráter regional, aproveitando-se de sua proximidade com os grandes centros urbanos, precisa ser estudado de forma a possibilitar informações que auxiliem no processo de planejamento turístico. Assim sugere-se uma união da análise turística com as políticas públicas locais e com o setor imobiliário também, permitindo um amplo mapeamento da cidade e suas ações.

Obter dados sobre como moradores veem a atividade turística e o que esperam dela é primordial para o planejamento realmente eficaz, afinal, a receptividade e o acolhimento proporcionados aos visitantes afetam a impressão que os turistas terão do destino. Em outras palavras, o envolvimento da comunidade é o que garantirá a sustentabilidade e manutenção do turismo, especialmente quando a realidade local é de um turismo massificado, como demonstram os dados acima. Um perfil de turismo como o evidenciado em Campos do Jordão pode causar prejuízos para os moradores locais e para a cidade e, conseqüentemente, afetar essa mesma relação de

¹⁶ Considera-se a seguinte fórmula para o cálculo de amostragem mínima: $[z^2 * p(1-p)] / e^2 / 1 + [z^2 * p(1-p)] / e^2 * N$. sendo N para o tamanho da população (praticado como 50118), z como o escore z (1,96 para 95% de confiabilidade), e para margem de erro (usado 0,05) e p para o desvio padrão (usado 0,5). O tamanho da população difere do que consta no IBGE (52.045) ou ainda no PDT (51.454)

hospitalidade que poderia se estabelecer entre os visitantes e os moradores, considerados estes os anfitriões da cidade. A hospitalidade é decisiva do princípio ao fim do processo turístico – é ela que vai determinar o surgimento e sua manutenção, ou seja, o conseqüente êxito de qualquer espaço que se queira turístico, mas é ela também que pode impor a sua derrocada.

5 METODOLOGIA

Este capítulo expõe a metodologia adotada para compreender como as relações de hospitalidade, pelas dimensões do pertencimento e do acolhimento, são percebidas pela comunidade anfitriã de Campos do Jordão (SP). A pesquisa é caracterizada pela sua ontologia, epistemologia, paradigma e axiologia, seguindo os parâmetros de Saccol (2009). Destaca-se, ainda, o método e as técnicas adotadas no decorrer da tese para a coleta e análise dos dados.

5.1 CARACTERIZAÇÃO E POSICIONAMENTO DA PESQUISA

Saccol (2009) enfatiza a importância de se compreender e tornar claras a ontologia, a epistemologia e, conseqüentemente, o paradigma de pesquisa que fundamentam o trabalho proposto, aspectos essenciais para se definir o método de pesquisa utilizado. Nesse contexto, a perspectiva ontológica adotada foi a interação sujeito-objeto, já que as percepções do mundo que compartilhamos em sociedade resultam em uma construção social, culminando nessa realidade intersubjetiva (SACCOL, 2009). Nessa perspectiva, “a realidade social é produto da negociação e compartilhamento de significados entre as pessoas, isto é, ela resulta de uma construção social (realidade intersubjetiva, criada numa instância coletiva)” (SACCOL, 2009, p. 253).

McGehee e Andereck (2004) destacam que os primeiros estudos do turismo se basearam em uma perspectiva ontológica que considerava a comunidade como homogênea, cujos habitantes em sua totalidade só poderiam ter uma posição, sem meio termo: apoiar ou não apoiar o turismo. Com o avanço dos estudos, os pesquisadores começaram a entender que este não era o caso, já que as sociedades são marcadas pela heterogeneidade, apresentando diferentes atitudes em relação a uma mesma situação. Sob esse olhar, se exigiria um novo posicionamento ontológico, por isso justifica-se a ontologia intersubjetiva de percepção do mundo, neste caso, a percepção dos residentes em relação ao turismo e seus impactos.

Aliada ao pressuposto ontológico interação sujeito e objeto, a epistemologia adotada para a tese em questão é a do construtivismo social, enfatizando as influências que a interação humana com o objeto provoca na construção do sentido de algo/situação. Para Saccol (2009, p.258) essa epistemologia parte da

compreensão de que não “existe uma realidade objetiva esperando por ser descoberta; verdades e significados só passam a existir a partir do nosso engajamento com o mundo”.

Com base nas decisões anteriores, deve-se definir o paradigma, uma visão diferente de mundo, uma instância filosófica que irá informar o método da pesquisa (SACCOL, 2009). Só a partir da definição do paradigma é que poderão ser definidas as estratégias capazes de permitir aos pesquisadores encontrarem o que acreditam ser a verdade (PERNECKY; JAMAL, 2010). Para este estudo, adota-se o paradigma da fenomenologia, ciência que se aplica ao estudo dos fenômenos, dos objetos, dos eventos e dos fatos da realidade, buscando o retorno aos dados primordiais da experiência (ANDRADE; HOLANDA, 2010). Para tanto, considera-se que a palavra dos sujeitos pesquisados é o principal insumo do processo de pesquisa, com a ênfase recaindo no significado da experiência vivida, sendo antes o modo como o conhecimento do mundo acontece na visão que o indivíduo tem do mundo (GARNICA, 1997; MAISONNAVE; PINTO, 2007; SURDI, 2008).

Em relação à axiologia, compreendida como os valores assumidos, compreende-se que não há neutralidade da pesquisadora quanto ao assunto e ao objeto de estudo. Há influências derivadas do aspecto de a pesquisadora morar na localidade, assim como da sua atuação profissional como professora (com formação acadêmica na área educacional, carregando um repertório pedagógico no olhar e na análise dos resultados).

Ao considerar os objetivos da pesquisa, pode-se ainda classificar o estudo pela sua natureza qualitativa, com um caráter explicativo, já que visa compreender a percepção das relações de hospitalidade, em sua dimensão de pertencimento e acolhimento, pela comunidade anfitrião de Campos do Jordão (SP); e ao mesmo tempo com um caráter descritivo, pois explora os impactos sociais do turismo e percepções da comunidade em relação ao turismo e ao turista.

É importante ressaltar que este estudo parte da concepção de que as transformações que o turismo vem causando nas comunidades mais tradicionais despertam questionamentos sobre a validade dos seus efeitos nas culturas locais, e a necessidade de se buscar métodos que abarquem a subjetividade dessas relações. O turismo deve ser entendido como um fenômeno porque é o estudo de uma ação humana, de valor subjetivo, por meio da qual se vivenciam inúmeras experiências, associadas às interpretações produzidas pelas ações metodológicas de outras

ciências estruturantes (geografia, história, sociologia, antropologia, entre outras). Por isso é que a fenomenologia vem sendo usada como um caminho teórico para descrever ou entender a experiência e a vivência entre turistas e anfitriões, provedores de serviços locais e outros segmentos que fazem parte do fenômeno do turismo (PERNECKY; JAMAL, 2010; NITSCHKE, 2007; HORODYSKI; MANOSSO; GÂNDARA, 2014).

Vale ressaltar que foi feito um recorte de cunho metodológico ao focar-se na comunidade local de um destino turístico já massificado, inclusive para atingir o processo de redução fenomenológica. Contudo, em uma pesquisa futura, é essencial pesquisar o outro ator envolvido nas relações: o turista. Sem este, não há atividade turística, precisando ser compreendido também durante o processo turístico.

Diante da amplitude de caminhos possíveis e mantendo a fenomenologia como norte, pauta-se esta tese nos estudos de Maisonnave e Pinto (2007, 2008), Masberg e Silverman (1996), Braun e Cupchik (2001), Gougeon, Hutton e McPherson (1990). Contrariando a visão dicotômica usualmente aplicada à ciência, esses autores utilizam-se de técnica quantitativa para complementar a qualitativa no paradigma fenomenológico. Maisonnave e Pinto (2007) avaliam que essa organização permite a prática da *époche* e os julgamentos e pressupostos suspensos, pautando-se no método integrativo, como será explorado a seguir.

5.2 MÉTODO DE PESQUISA INTEGRATIVO

No processo de comunicação e compreensão dos fenômenos, a comunidade se forma quando cada membro aceita a comunidade como lugar de seu movimento individual e, assim, se forma uma nova personalidade, que é a comunidade (BELLO, 2006). A partir desta compreensão, qual caminho seguir para considerar o individual em uma comunidade influenciada/afetada pelo fenômeno do turismo? Como a comunidade percebe as relações estabelecidas? Haveria um único caminho que pudesse se aproximar de tais respostas em uma comunidade receptora? Com tais questionamentos, esta tese buscou identificar as pesquisas sobre a relação da comunidade local com o turismo e turistas. Ressalta-se que esses questionamentos estão alinhados com os apresentados inicialmente na introdução desta tese.

Especificamente sob os impactos sociais provocados pelo turismo nas comunidades locais, faz-se necessário ampliar o olhar do processo de pesquisa, não

compactuando com a dicotomia estabelecida entre técnicas qualitativas e quantitativas, mas considerando o potencial de cada uma. Para Marujo (2013), chegou o momento de a área do turismo considerar as técnicas como complementares, dado que cada uma delas permite acrescentar informações ao quadro geral de uma investigação. Desta forma, a integração se torna um caminho interessante para que os debates possam ser aprofundados, principalmente no campo dos impactos sociais do turismo.

Para Silva (2015), a definição de métodos integrativos – ou mistos, plurais – ainda carece de consenso, mas genericamente trata-se da combinação de técnicas qualitativas e quantitativas em um mesmo estudo. Como principais críticas, destacam-se a possibilidade de superficialidade da análise se comparados aos estudos tradicionais, assim como a sua fragilidade em responder de onde se origina essa prática e a que tipo de construção de conhecimento ela serve (KIRSCHBAUM, 2013; TURATO, 2005; LANDIM *et al.*, 2006).

Apesar das ressalvas, acredita-se, assim como Gunther (2006, p.10), ser possível unir as técnicas neste processo integrativo sem necessariamente implicar “algaravia metodológica”. Esta é a mesma compreensão de Silva (2015), segundo o qual os métodos integrativos têm a possibilidade de superar as divergências, conjugando suas vantagens. Landim *et al.* (2006) complementam que, em muitas circunstâncias, a utilização de única técnica pode ser insuficiente para abarcar toda a realidade observada. Deve-se, assim, deixar o confronto entre quantitativo e qualitativo apenas no campo dos quadros teóricos que os informam, enquanto a relação prática entre as técnicas deve ser de diálogo e complementaridade, beneficiando uma melhor e mais correta interpretação do mundo em que vivemos.

Gougeon, Hutton e McPherson (1990) acrescentam que a qualidade dos dados obtidos irá variar dependendo de como o método foi pensado, compreendendo que resultados diferentes poderão ser obtidos com cada uma das técnicas, mas que somados, garantirão uma validade e profundidade à pesquisa. Segundo Gunther (2006), à medida que perguntas de pesquisa são frequentemente multifacetadas, comportam mais de uma técnica, portanto, deve-se considerar a competência específica do pesquisador, que inclui a consciência de se valer de técnicas nas quais seja realmente hábil, ou seja, de não realizar uma pesquisa por extrapolar determinadas habilidades, ao invés de modificar a pergunta em função da sua

competência. Para Silva (2015), enquanto a combinação de práticas for útil para a evidência daquilo que o pesquisador deseja, o procedimento plural se sustenta.

Os métodos integrativos são mais pragmáticos em combinar materiais com o objetivo de alcançar um equilíbrio entre as duas técnicas. Estudos quantitativos completados por estudos qualitativos podem fornecer maior potencial de interpretação dos fenômenos, principalmente ao agregar a percepção dos indivíduos no desenho de pesquisa. O inverso garante uma generalização para além do contexto específico de análise, o que implica maior amplitude do estudo (KIRSCHBAUM, 2013).

Desta forma, considerando o objetivo desta tese – compreender como as relações de hospitalidade, pelas dimensões do pertencimento e do acolhimento, são percebidas pela comunidade anfitriã de Campos do Jordão (SP). -, o método integrativo é o mais indicado. Para representá-lo, foram escolhidas as técnicas de questionário e grupo focal, apresentadas a seguir.

5.3 TÉCNICAS DE PESQUISA

Para caracterizar o método integrativo escolhido para a presente tese, utilizou-se a técnica de questionário, com o objetivo de eliminar pressupostos que pudessem inviabilizar a prática da *époché* (suspensão provisória das atitudes, crenças, preconceitos, teorias, deixando o fenômeno falar por si mesmo) (MENEGUEL; TRICÁRIO, 2019; BORBA, 2010; SURDI, 2008; NITSCHKE, 2007). A partir da análise dos dados obtidos nesta etapa, novas perguntas foram feitas, pautando-se no processo interacional dos grupos focais.

5.3.1 Etapa 1: Questionário

Geralmente utiliza-se o questionário em pesquisas de tipo *survey* para conhecer determinados comportamentos e obter dados sobre características, ações ou opiniões de determinado grupo de pessoas, indicado como representante de uma população-alvo, e essas informações/dados são descritos e analiticamente explicados. A precisão do que é dito depende da capacidade do respondente de se lembrar, de sua honestidade e, fundamentalmente, do formato das perguntas incluídas no questionário (VEAL, 2011; RAMPAZZO; CORRÊA, 2008; FREITAS *et al.*, 2000; CENDÓN; RIBEIRO; CHAVES, 2014).

Optar pelo questionário como técnica de pesquisa se deve ao interesse de produzir generalizações acerca uma população, com implicações na forma como os dados são coletados, analisados e interpretados, fornecendo informações relativamente complexas de forma sucinta e de fácil compreensão. Quantificação, economia e rapidez são as principais vantagens no uso do questionário para o conhecimento direto da realidade. Como desvantagens destacam-se a pouca profundidade no estudo e a limitada apreensão do processo de mudança (VEAL, 2011; RAMPAZZO; CORRÊA, 2008; FREITAS *et al.*, 2000).

Barbosa (2008), Freitas *et al.* (2000), Veal (2011) e De Matos e Trez (2012) não endossam as diferenças entre formulário e questionário propostas por Dencker (2001), Rodrigues (2006), Cervo, Bervian e Da Silva (2007), Rampazzo e Corrêa (2008), pois consideram o formulário como um questionário usado para a entrevista pessoal, dependendo apenas do método da comunicação utilizado para fazer a distinção. Este estudo compartilha da opinião desses autores e adota o termo questionário, apesar de sua aplicação ter sido pessoal, face a face, como o seria na perspectiva formulário. Segue também o que diz Veal (2011): quando o questionário é completado pelo entrevistador, há um roteiro para a entrevista; o entrevistador lê as perguntas para o respondente e registra as respostas no questionário.

Com o objetivo de eliminar pressupostos que pudessem prejudicar o processo de *époche*, esta etapa da tese caracterizou-se por seu propósito exploratório, considerando as orientações de Freitas *et al.* (2000). Como a coleta de dados ocorreu em um único momento, classificou-se esse momento também como um corte transversal. Uma amostra do tipo não probabilística, aleatória, foi utilizada, além da chamada sondagem de rua, conforme considerações de Veal (2011), pois buscou-se um local (ou locais) onde se esperava encontrar um corte transversal da comunidade, sendo selecionados os três principais bairros da cidade de Campos do Jordão (SP): Abernêssia, Jaguaribe e Capivari. Vale reforçar que as abordagens ocorreram nas ruas principais de cada bairro, em espaço aberto, respeitando um limite seguro no momento da aproximação.

Com uma população estimada em 2019 de 52.405 habitantes de acordo com o IBGE (2010)¹⁷, mas com um total de 47.789 habitantes conforme o último censo (2010), se buscou um perfil desejado de respondentes entre 15 e 79 anos, totalizando

¹⁷ IBGE. Campos do Jordão. 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/campos-do-jordao/panorama>. Acesso em: 20 out. 2020.

uma população de 35.751 habitantes (IBGE, 2010¹⁸). A idade mínima foi estabelecida por ser a idade média que as pessoas começam a atuar como jovem aprendiz na cidade, além de ser uma das faixas etárias trabalhadas pelo IBGE. Para limitar a idade máxima, também se utilizou das informações disponibilizados pelo Instituto.

O questionário foi dividido em quatro seções (apêndice A). A primeira, denominada Características Populacionais e Demográficas, como o próprio nome enuncia, explora as características populacionais e demográficas, ou seja, o sexo, a escolaridade, o estado civil e a idade. Ainda considerou como aspecto influenciador para a análise se a pessoa nasceu ou não na cidade de Campos do Jordão (SP), o tempo de residência, conforme pesquisas de Huh e Vogt (2016) e de Pavlic, Portolan e Puh (2019), e a relação de trabalho com o setor do turismo, pessoal ou familiar, segundo a pesquisa de Lankford (1994).

A segunda seção, nomeada Percepções da Comunidade em relação a Campos do Jordão, aborda as percepções gerais da comunidade, explorando a dimensão do pertencimento com base nas pesquisas Alrwajfah, Almeida-García e Cortés-Macías (2019), McCool e Martin (1994), e a perspectiva do envolvimento do cidadão com as decisões acerca da cidade, com base em Meimand *et al.* (2017) e Demirovic *et al.* (2017). Nesta seção, trabalhou-se com a Escala Likert de cinco pontos, a saber: 'discordo totalmente', 'discordo', 'indiferente', 'concordo' e 'concordo totalmente'.

Já a terceira seção, Percepções da Comunidade em relação ao Turismo em Campos do Jordão, procura identificar a opinião dos moradores em relação ao turismo pela dimensão do acolhimento. Nesta etapa, baseou-se nas pesquisas de Andereck e Vogt (2016); Huh e Vogt (2016); McGehee e Andereck (2004); Willians e Lawson (2001) e King, Pizam e Milman (1993). Em relação aos aspectos orgulho e modo de vida considerou-se os estudos de Demirovic *et al.* (2017) e de Pestek *et al.* (2019). Para esta seção, aplicou-se também a escala Likert de cinco pontos. Nas questões um a nove utilizou-se 'discordo totalmente', 'discordo', 'indiferente', 'concordo' e 'concordo totalmente'. Para a questão dez, utilizou-se 'deveria diminuir consideravelmente', 'deveria diminuir', 'indiferente', 'deveria aumentar' e 'deveria aumentar consideravelmente'. Já na questão onze utilizou-se 'totalmente contra', 'contra', 'indiferente', 'a favor', 'totalmente a favor'.

¹⁸ IBGE. Pirâmide Etária de Campos do Jordão. 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/campos-do-jordao/panorama>. Acesso em: 20 out. 2020.

A quarta seção, Percepções da Comunidade em relação ao Turista em Campos do Jordão, foi elaborada para identificar como o morador se sente em relação ao turista sob a dimensão do acolhimento com base nas pesquisas de King, Pizam e Milman (1993); Lankford (1994); Teye, Sonmez e Sirakaya (2002), McGehee e Andereck (2004) e de Woosnam (2012). A primeira questão obedece à escala de três pontos, a saber: 'contanto constante', 'algum contato', 'nenhum contato'. Já a segunda questão aplicou a escala Likert de cinco pontos: 'totalmente contra', 'contra', 'indiferente', 'a favor', 'totalmente a favor', enquanto a terceira questão trabalhou com as escalas de 'muito diferentes', 'diferentes', 'indiferente', 'parecidas', 'muito parecidas'. As demais questões (da quarta à catorze) retornam às seguintes escalas: 'discordo totalmente', 'discordo', 'indiferente', 'concordo' e 'concordo totalmente'.

Para a aplicação dos questionários, optou-se por focar a aplicação nos três bairros principais de Campos do Jordão: Abernécia, Jaguaribe e Capivari. Estes foram selecionados em função da história e da concentração de pessoas, incentivados pelo comércio local e pelo turismo. Importante também salientar que em julho de 2020 foi realizado um pré-teste com 115 respondentes, possibilitando melhorar o questionário, modificando palavras, ordem de questões, entre outros aspectos.

A pesquisa ocorreu nos dias 30 e 31 de outubro de 2020, contando com o apoio de 14 estudantes de cursos técnicos e tecnológicos ligados ao eixo da Hospitalidade. Montou-se três equipes, divididas entre os bairros selecionados como eixos norteadores. Cada estudante recebeu uma prancheta, 40 questionários impressos (média de vinte por dia), duas canetas, um sistema de controle de abordagem/recusa, além de um lanche (uma garrafa de água, dois pacotes de amendoim, duas paçoquinhas, uma pipoca por dia) e o pagamento de uma diária de R\$50,00 (podendo ser usado a critério do contratado). Todos passaram por um treinamento durante a semana, recebendo orientações de abordagem, tempo de resposta esperado, entre outros aspectos.

Os questionários foram aplicados das 9h às 13h de forma concomitante nos três bairros. Como essa etapa da pesquisa ocorreu em período pandêmico, sem ter iniciado o período vacinal (que só se daria em janeiro de 2021), todos os envolvidos na aplicação do questionário estavam devidamente protegidos com máscara e munidos de álcool gel, caso necessário, com aplicação exclusiva em ambientes abertos, abordando as pessoas nas ruas principais dos três bairros selecionados como foco de aplicação dos questionários. A abordagem ocorreu com transeuntes,

informando o motivo da pesquisa e o tempo para responder (uma média de cinco minutos para o total de 44 perguntas, questionário disponível no Apêndice A). No total, foram 616 abordagens; destas, três questionários foram invalidados; 55 pessoas não eram moradores de Campos do Jordão – critério seletivo e fator de exclusão; 78 não aceitaram responder, totalizando 480 questionários. Considera-se o erro amostral inferior a 5%, nível de confiança de 95% e distribuição homogênea de 50/50. Para a tabulação e realização dos cálculos estatísticos foi utilizado o programa Excel® 2010, SPSS22® e R.

Apesar das restrições estaduais e da campanha “Fique em Casa”, a cidade continuou a receber muitos visitantes. Se por um lado esse fluxo garantiu uma certa movimentação nos meios de hospedagem e no setor de restauração, por outro, a movimentação de visitantes sem o uso adequado de máscaras e preocupação com os cuidados básicos, gerou um certo descontentamento da população, principalmente no período de dezembro 2020 a fevereiro de 2021, com o aumento de casos de Covid-19 na cidade e na região. Diante dessa realidade, é oportuno citar que o longo período da pandemia pode ter afetado algumas respostas, com possível influência sobre a percepção positiva sobre o turismo e os turistas, assim como a consideração da atividade como essencial para o futuro da cidade.

5.3.2 Etapa 2: Grupo Focal

Após a aplicação do questionário, e análise das respostas obtidas, os pressupostos da pesquisadora foram revistos para que a *époche* pudesse ser alcançada, complementando o método integrativo com a técnica do grupo focal. Esta técnica consiste em coleta de dados que, a partir da interação grupal, promove uma ampla problematização sobre um tema ou foco específico. Pode-se, desta forma, argumentar que se trata de uma entrevista em grupo, na qual a interação configura-se como parte integrante do método (BACKES *et al.*, 2011). Veal (2011) compartilha o mesmo posicionamento ao destacar que o objetivo do processo é o mesmo que o da entrevista em profundidade, mas, nesse caso, os “sujeitos” interagem entre si tanto quanto com o pesquisador.

No grupo focal, as pessoas dialogam entre si sobre um tema em particular ao receberem estímulos apropriados para o debate o que possibilita a identificação de percepções, sentimentos, atitudes e ideias dos participantes, dando a oportunidade

de interpretação de crenças, valores, conceitos, conflitos, confrontos e pontos de vista, assim como o sentido dos valores, dos princípios e motivações que regem os julgamentos e percepções das pessoas; pode ser usada para examinar não somente o que as pessoas pensam, mas como elas pensam e por que pensam assim. Em uma vivência de aproximação, permite que o processo de interação grupal se desenvolva, favorecendo trocas, descobertas e participações comprometidas, de maneira descontraída para os participantes responderem as questões em grupo (RESSEL *et al.*, 2008; BACKES *et al.*, 2011; DIAS, 2000; COSTA, 2006).

Dias (2000) alerta que, diferentemente de outras técnicas de reunião, o objetivo do foco grupo focal é a sinergia entre as pessoas, e não o consenso. Assim expõe Costa (2006) quando destaca que a maior busca é a compreensão do que ali se passa, e não a inferência ou a generalização. Em pesquisas fenomenológicas, o objetivo é aprender como os participantes interpretam a realidade, seus conhecimentos e experiências, acrescenta Dias (2000). Flick (2009) reforça que a marca dessa técnica é o uso explícito da interação do grupo para a produção de dados e insights que seriam menos acessíveis sem a interação verificada em um grupo; esta técnica pode ser um método em si mesmo ou uma combinação com outros métodos – levantamentos, observações, entrevistas individuais.

Considerando a compreensão de Costa (2006) de que os grupos focais tem como objetivo perceber os aspectos valorativos e normativos de um grupo em particular, busca-se a compreensão (e não a inferência ou generalização). Desse modo, pelo processo de interação social controlada, um grupo (heterogêneo), pela discussão a respeito do turismo e a cidade em que vivem, permitiu-se a compreensão de como os moradores lidam com o turismo, inclusive pela obtenção de insights ou opiniões não esperadas no início da técnica.

A própria pesquisadora assumiu a posição de moderadora das discussões, seguindo um roteiro semiestruturado (apêndice B). A par com as definições de Fern (2001 *apud* GONDIM, 2003), o grupo proposto teve o caráter clínico, pois este visa à compreensão das crenças, sentimentos, comportamentos, com ênfase na intrassubjetividade; vale destacar que, se levada em consideração a classificação proposta por Morgan (1977 *apud* GONDIM, 2003), o grupo seria classificado como autorreferente, uma vez que pretende aprofundar e definir questões de outras bem conhecidas, como são os casos dos impactos sociais do turismo, sob a perspectiva da hospitalidade.

A partir das diretrizes de Costa (2006), elaborou-se a sequência de perguntas iniciando com as mais amplas e desestruturadas; na metade do roteiro têm-se as perguntas focais, convergentes; e, finalizando, as perguntas genéricas, amplas, totalizando o máximo de doze questões norteadoras. Importante ressaltar que as perguntas sofreram alterações após a análise dos questionários, já que estes possuem o papel de eliminar pressupostos enraizados da pesquisadora (apêndice B).

Lervolino e Pelocioni (2001) destacam que o grupo focal não trabalha com amostras probabilísticas e nem visa estudar a frequência com que determinado comportamento ou opinião ocorre. Trata-se de utilizar o grupo focal no entendimento de como se formam e se diferem as percepções, opiniões e atitudes acerca do morador de Campos do Jordão em relação à cidade, ao turismo e ao turista. Para Bomfim (2009), a realização dos grupos deve ocorrer em espaços apropriados, de preferência em território neutro e de fácil acesso aos participantes, podendo ser residências, escritórios, salões de igreja, escolas entre outros. Lervolino e Pelocioni (2001) destacam os mesmos espaços, enfatizando a necessidade de ser um local neutro, acessível, silencioso (fator importante para a obtenção de fitas bem gravadas), não movimentado. Considerando-se tais observações, os grupos focais ocorreram no Instituto Federal de São Paulo, Campus Campos do Jordão. A autorização para a utilização do espaço foi concedida pelo diretor do Campus, sendo de fácil acesso a todos os participantes. Importante ressaltar que, além dos aspectos citados cima, o local para realização dos grupos foi escolhido por conveniência por ser local de trabalho da pesquisadora, além de ser um espaço amplo e arejado.

Optou-se por cadeiras dispostas em forma circular (BOMFIM, 2009; LERVOLINO; PELOCIONI, 2001), mantendo o distanciamento recomendado pelo Ministério da Saúde em função do período de pandemia da Covid-19. Como o período vacinal havia começado em janeiro de 2021, a maioria dos participantes não haviam tomado a vacina em março, tornando-se obrigatório o uso de máscaras por todos os participantes. Também foi disponibilizado um lanche, não de forma coletiva como se espera em um grupo, mas embalado individualmente. Foi ofertado, ainda, o pagamento de qualquer gasto com transporte. Adotou-se o uso de gravadores e de filmagem, com autorização expressa dos participantes. A pesquisadora atuou como moderadora, contando com um psicólogo para acompanhar as discussões e realizar observações de interação posteriormente. Apesar da recomendação de se ter um

observador (ou mais) junto ao grupo, optou-se por manter a equipe ao mínimo para evitar número excessivo de pessoas no espaço escolhido.

Estabeleceu-se como critério de seleção básico para a composição dos grupos que o participante tivesse ensino fundamental completo, entre 15 e 79 anos, morador na área urbana da cidade, empregado/desempregado, homem/mulher, formando um perfil mais heterogêneo. Para Lervolino e Pelocioni (2001), o recrutamento de voluntários pode se dar: de modo aleatório pelo telefone; através de um breve questionário; por anúncio de jornal; através de indicações sucessivas de pessoas pertencentes à população alvo do estudo; através de informantes-chave da comunidade em questão. A partir desses direcionamentos, e visando abordar a população de Campos do Jordão, assim como foi feito com o questionário, inicialmente utilizou-se de anúncio em três grupos do *facebook*. A opção pelos grupos 'Notícias positivas de Campos do Jordão'¹⁹, 'Campos do Jordão de todos'²⁰ e 'Notícias e Informações no Reclame Aqui Campos do Jordão'²¹, ocorreu por envolver pessoas que, ao solicitarem o ingresso em cada grupo, demonstram estar preocupadas com a cidade e que, de alguma forma, procuram participar para a melhoria.

Contudo, após quinze dias das primeiras publicações, apenas pessoas que já foram alunos da pesquisadora entraram em contato sinalizando o interesse na participação. Considerando o momento da pandemia, uma opção pela participação de ex-alunos foi realizada. Porém, manteve-se, ainda, a procura por pessoas que não tivessem participado das aulas com a pesquisadora, utilizando-se da técnica bola de neve, isto é, abordar pessoas que pudessem indicar outras para participar do encontro. Considerou-se a recomendação de convidar cerca de 20% a mais de pessoas do que realmente seria necessário (LERVOLINO; PELOCIONI, 2001), pois apesar de alguns confirmarem presença, não comparecem no momento da realização do grupo (BOMFIM, 2009). Com o objetivo inicial de contar com oito pessoas em cada grupo focal, com a realização de dois grupos, totalizando 16 participantes, foram convidadas 25 pessoas. Como desse total, 22 pessoas aceitaram o convite, decidiu-se compor três grupos focais, formados por ex-alunos e por indicações, nomeados

¹⁹ Tem como objetivo de mostrar o lado bom da cidade, seja por notícias, eventos, entretenimento. <https://www.facebook.com/groups/2289470214618336/about>

²⁰ Tem como objetivo de trazer notícias e informações atuais para os moradores da cidade de Campos do Jordão. <https://www.facebook.com/groups/765907117469386>

²¹ Tem como objetivo apresentar as reivindicações, denúncias, acompanhamento, sobre problemas da cidade em geral. <https://www.facebook.com/groups/199186378345388>

segundo a relação com a autora: a) misto, composto por ex-alunos e indicados; b) relacional, composto só por ex-alunos; c) não-relacional, composto só por indicados (Quadro 10).

Quadro 10 – Caracterização dos grupos focais

Data	Caracterização	Observação
25/03/2021	Presencial, duração de 1h30 aprox.	Misto: 5 ex-alunos e 4 indicações
26/03/2021	Virtual, duração de 1h20 aprox.	Relacional: 6 ex-alunos
27/03/2021	Presencial, duração de 1h10 aprox.	Não-relacional: 7 indicações

Fonte: a autora, 2021

Considerando o período pandêmico entre fevereiro e março de 2021, com início do processo vacinal apenas em janeiro de 2021 e inexistência do passaporte da vacina, cogitou-se realizar apenas grupos *on-line*, assim como executado por Abreu, Baldanza e Gondim (2009). Os autores destacam, como vantagens, a conveniência, custo reduzido e rapidez para coletar e registrar as informações, além da participação de pessoas de áreas geográficas distintas; como desvantagens, a diminuição da comunicação não-verbal, a relação e a identidade do grupo, falta de habilidade na digitação de alguns. Apesar da ideia ser interessante, ao ser ofertada aos candidatos, apenas seis escolheram essa opção, enquanto 16 participantes optaram pelo encontro presencial (muitos alegaram não ter computador e acesso à internet condizente ao necessário para a participação em tempo real). Vale salientar que os participantes assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (apêndice C).

O grupo focal A contou com a participação de sete mulheres e dois homens, entre 22 e 48 anos, com uma intensa relação com o turismo, seja como empregador, seja como colaborador em hotéis, restaurantes e lojas (apenas uma pessoa sem ocupação profissional atual). O grupo focal B foi formado por três homens e três mulheres, entre 21 e 45 anos, com a maioria destacando ter uma relação intensa com o turismo, principalmente como colaboradores no setor (um entrevistado sinalizou ter alguma relação e o outro não está empregado). O grupo focal C foi formado por seis mulheres e um homem, entre 33 e 71 anos, sendo que quatro indicam ter uma relação intensa com o turismo e o restante alguma relação com o turismo.

Como o período da realização dos grupos focais ocorreu em um período anterior a liberação da vacina para o público geral²², cuidados extras foram tomados para garantir a segurança de todos os envolvidos. A organização do espaço diferenciada, com o distanciamento necessário, assim como a obrigatoriedade do uso de máscaras e o cancelamento do lanche coletivo afetaram o processo de interação e de interpretação da comunicação não-verbal, representando uma limitação da técnica escolhida.

Para minimizar tal limitação, e seguindo as orientações de Costa (2006), optou-se pelo processo de categorização formado por: *respostas espontâneas*, que refletem de forma mais fiel a percepção do participante; *respostas socialmente aceitas*, que refletem a pressão do grupo, a conformidade; e *respostas-pistas*, que ensejam continuidade da investigação. Em alguns momentos da análise foram selecionadas falas com o objetivo de ilustrar determinados posicionamentos, demarcadas com aspas simples.

5.4 MATRIZES CONCEITUAL E METODOLÓGICA

A fim de orientar a elaboração da matriz conceitual, retoma-se a questão focal da tese: Como as relações de hospitalidade são percebidas pela comunidade anfitriã em cidades turísticas? Na tentativa de responder esta pergunta norteadora, pautou-se nos estudos do turismo e seus impactos, notadamente nas comunidades locais. Evidenciou-se o caráter econômico do processo de turistificação dos lugares, uma vez que este impacta a organização socioespacial, como é o caso das estâncias, mais especificamente a situação de Campos do Jordão, objeto de estudo. Identificou-se, ainda, o uso, nos estudos das últimas décadas, da perspectiva sistêmica para compreender o turismo, seus atores, seus impactos e sua estruturação.

Como qualquer outra atividade, o turismo deve ser planejado de forma a garantir a sustentabilidade, maximizando os impactos positivos e minimizando os negativos (já que se considera que nenhuma atividade deixe de provocar impactos). Esta seria uma via de mão dupla, já que um planejamento geraria benefícios para a

²² O público prioritário começou a ser vacinado em janeiro de 2021, o público geral em março de 2021, com avanço da vacinação nos adolescentes a partir de setembro de 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-07-19/calendario-de-vacinacao-contr-a-covid-19-no-estado-de-sao-paulo-e-na-capital.html>

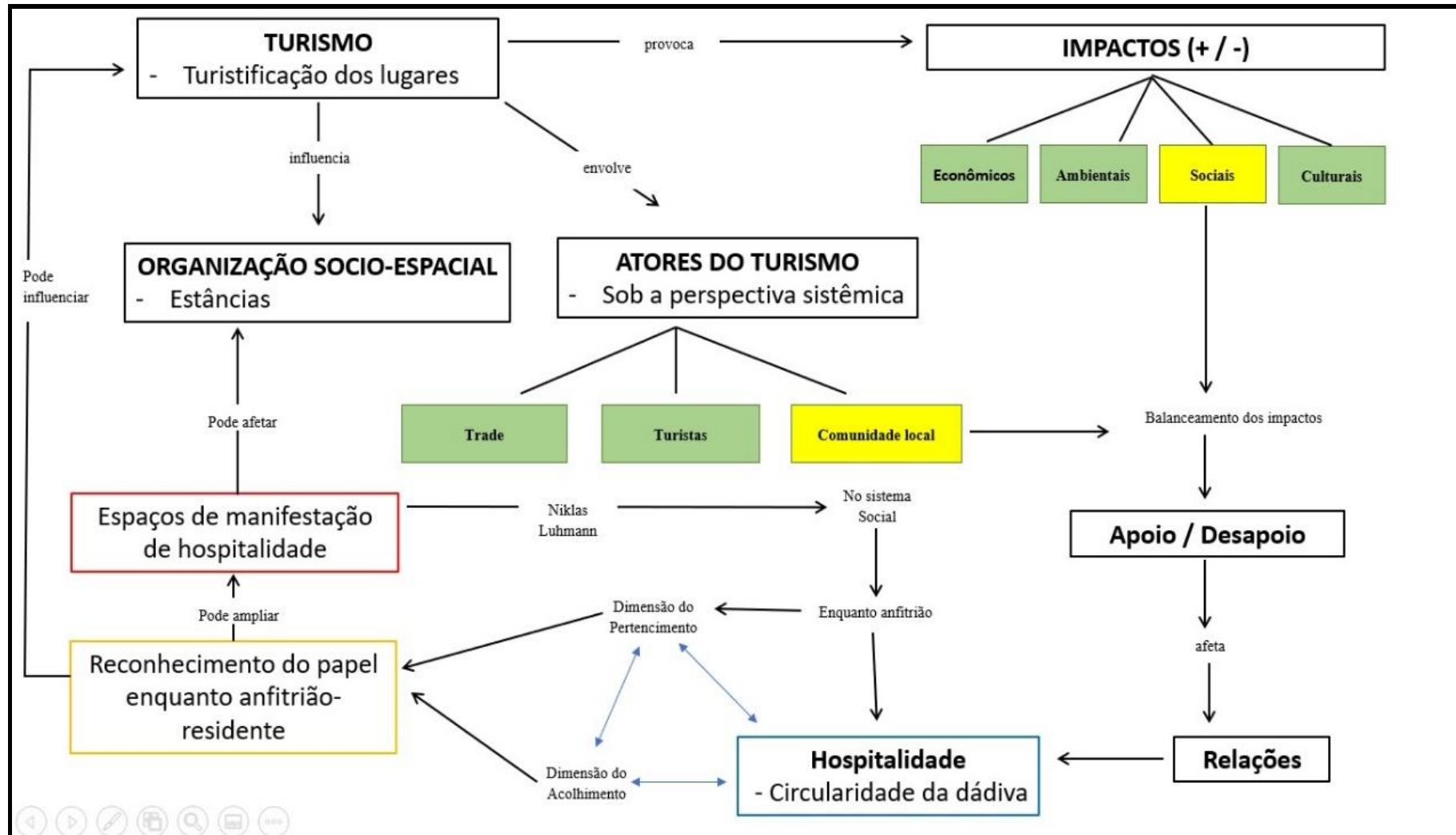
atividade turística e, conseqüentemente, pelo retorno satisfatório, geraria mais e mais planejamento, garantindo sua perpetuidade. Contudo, poucos são os casos de planejamentos que visam à sustentabilidade da atividade; o mais comum têm sido ações de curto prazo com foco no lucro imediato. Neste processo, à medida que uma localidade descobre e desenvolve sua vocação turística, fica sujeita a impactos; os negativos se acentuam principalmente nos espaços onde se faz intensa a atividade. Com o avanço do turismo, dificilmente se impediria o surgimento de reflexos negativos na localidade. Se esses impactos forem ignorados, pode haver um isolamento da população local em relação a decisões políticas, que, por sua vez implicaria alterações no processo de apropriação dos espaços na cidade e, conseqüentemente, afetaria as relações de hospitalidade, tão decisivas para o êxito da atividade.

Para a avaliação dos muitos impactos que o turismo pode provocar, este estudo optou por assumir a definição apresentada por Gjerard (2005), segundo a qual os impactos sociais incluem dualismo social, aumento da hostilidade aos turistas, crescimento de atividades indesejáveis, tratamento da cultura como um produto comercial, e absorção dos efeitos de demonstração, ou seja, momento em que a comunidade passa a reproduzir em seu cotidiano comportamentos e atitudes dos turistas.

Tais impactos sociais são decisivos para o apoio (ou não) à atividade, obviamente determinando o tom das possíveis relações entre a comunidade local (anfitriã) e o turista (hóspede). A permanecer em segundo plano o aspecto das relações entre turista e comunidade no desenvolvimento de estudos sobre os impactos do turismo, serão cada vez mais comuns a hostilidade e a inospitalidade, com um possível aumento nos casos de agressividade, desinteresse e formação de *clusters* (áreas de moradores X áreas de turistas).

Ao avaliar os impactos sociais do turismo a partir das relações entre os envolvidos no processo, evoca-se a perspectiva da Hospitalidade. A Hospitalidade é compreendida na presente tese sob a perspectiva da circularidade da dádiva, com suas dimensões de pertencimento e acolhimento. O processo conceitual utilizado para o desenvolvimento da tese é esquematizado na Figura 4. Acredita-se que a comunidade local só assumirá sua posição enquanto anfitriã se sentir envolvida com a estrutura e organização da cidade, portanto, ativa e proativa nas decisões e rumos da atividade turística.

Figura 4 - Matriz Conceitual, 2021.



Esse reconhecimento de seu papel anfitrião é o que vai decidir o seu nível de disposição ao acolhimento dos visitantes, podendo gerar boas lembranças a todos os envolvidos. Ao agir como anfitrião-residente (termo proposto por Ap (1992), ele passaria a enxergar qualquer espaço como propício à sociabilidade, afetando a organização socioespacial; e, como consequência, passaria a ocupá-los, reinventando o processo de turistificação dos lugares. Com o resgate dessa visão, novas demandas serão exigidas no planejamento, o que afetará a constituição do lugar turístico, porém, agora, como um lugar propícia para que as relações de hospitalidade se concretizem. Ressalta-se, entretanto, que esse anfitrião-residente precisa se reencontrar, pois seu papel atual está mais atrelado a de um trabalhador do que a de um cidadão ativo no planejamento local, quiçá planejamento do turismo.

Considera-se a Teoria de sistemas sociais de Niklas Luhmann como um dos caminhos para unificar todos os conceitos expostos na matriz acima, ou seja, turismo, impactos, atores e as suas relações com a hospitalidade, culminando em uma proposta de Sistema Social de Hospitalidade com foco em destinos turísticos.

Sob o ponto de vista metodológico, procurou-se respostas para os três principais questionamentos da matriz conceitual apresentada anteriormente, ou seja, o quê (*what*), como (*how*) e por que (*why*), sendo, “what” referente à percepção das relações de hospitalidade pela comunidade; “how” corresponde ao método integrativo, que se pauta nas técnicas de questionário e grupo focal para se alcançar as bases da fenomenologia; já o “why” diz respeito aos efeitos do turismo, entendidos pelos mais jovens como perigosos, uma vez que veem a atividade não como algo agregador, mas ameaçador, acarretando um distanciamento da atividade (tanto pessoal quanto profissional). Para que este olhar não se torne um empecilho à atividade em uma cidade dependente do turismo para a sobrevivência, exige-se desenvolver ações que resgatem o orgulho e o papel de anfitrião da comunidade.

Para expor de forma mais clara e direta o que se projetou como caminho metodológico, elaborou-se uma Matriz de Amarração Metodológica. É Telles (2001) quem explica a consistência metodológica proposta por Mazzon (1981): constitui-se a partir de um instrumento de análise focalizado na questão da aderência e da compatibilidade entre modelo de pesquisa, objetivos da pesquisa e técnicas de análise planejadas para tratamento dos dados em termos qualitativos. Conceitualmente, essa Matriz de Amarração compõe-se de uma estrutura matricial, comparando as decisões e definições de pesquisa (TELLES, 2001), como exposto no Quadro 11.

Quadro 11 - Matriz de Amarração Metodológica

	Objetivos da Pesquisa	Conceito-Chave	Contextualização da Pesquisa	Instrumento e Técnica de Análise
Geral	Compreender como as relações de hospitalidade, pela dimensão do pertencimento e do acolhimento, são percebidas pela comunidade anfitriã de Campos do Jordão (SP).	Hospitalidade (dimensão do acolhimento e pertencimento) Turismo (impactos sociais)	Os impactos sociais do turismo em comunidades locais e seus reflexos nas relações de hospitalidade.	Questionário (corte transversal, não probabilístico, sondagem de rua, com tratamento quantitativo dos dados) Grupo Focal (com Análise de Categorização, com padrão de Costa, 2006)
Específicos	Descrever os impactos sociais percebidos pela comunidade anfitriã em relação ao turismo.	Turismo (impactos sociais)	A percepção da comunidade local em relação aos impactos sociais provocados pelo turismo	Grupo Focal (com Análise de Categorização, com padrão de Costa, 2006)
	Examinar a percepção da comunidade anfitriã em relação ao turismo	Hospitalidade (dimensão do acolhimento e pertencimento) Turismo (impactos sociais)	A percepção da comunidade local em relação ao turismo e a sua participação ativa no processo de desenvolvimento e manutenção do turismo	Questionário (corte transversal, não probabilístico, sondagem de rua, com tratamento quantitativo dos dados) e Grupo Focal (com Análise de Categorização, com padrão de Costa, 2006)
	Examinar as relações entre comunidade e turista sob a perspectiva do anfitrião	Hospitalidade (atores da hospitalidade)	Percepções em relação ao turista e ao turismo	Questionário (corte transversal, não probabilístico, sondagem de rua, com tratamento quantitativo dos dados)
	Compreender como o sentimento de pertencimento à cidade afeta o acolhimento aos turistas	Hospitalidade (dimensão do acolhimento e pertencimento)	Pertencimento em relação à cidade e acolhimento em relação ao turista e ao turismo	Questionário (corte transversal, não probabilístico, sondagem de rua, com tratamento quantitativo dos dados)
	Propor um sistema social de hospitalidade centrado nas funcionalidades das relações sociais a partir da perspectiva do residente-anfitrião em cidades turísticas montanhosas.	Hospitalidade (dimensão do acolhimento e pertencimento) Sistema Social (Niklas Luhmann)	Construção de um sentido da hospitalidade em lugares turísticos	Reflexão acerca dos dados quantitativos e qualitativos obtidos, aliados ao referencial bibliográfico

Fonte: Adaptado de Mazzon (1981) e Telles (2001), 2021

A matriz metodológica possibilita uma visualização concreta do trabalho e o encadeamento de ações para uma apresentação mais efetiva de resultados (TELLES, 2001). Desta forma, no quadro 11, foram enfatizados os objetivos (geral e específicos), correlacionando-os com o respectivo conceito-chave, contextualizando-os e enfatizando o instrumento selecionado e a técnica de análise adotada. A partir desta visualização sistematizada, os próximos capítulos detalham os resultados encontrados com as duas técnicas adotadas: questionário e grupo focal.

6 PERCEPÇÕES DO ANFITRIÃO-RESIDENTE DE CAMPOS DO JORDÃO

Esta etapa apresenta os resultados principais obtidos com a técnica de questionário, possibilitando provocar a *époche* para a etapa seguinte, qualitativa. Os resultados foram organizados de acordo com as quatro seções do questionário, possibilitando uma ampla visão do que o anfitrião-residente de Campos do Jordão sente em relação ao turismo e ao turista, além da relação com a própria cidade (etapa quantitativa). O número amostral (480) é representativo e, portanto, inferencial, para os residentes da cidade.

6.1 CARACTERÍSTICAS POPULACIONAIS E DEMOGRÁFICAS

Do total de respondentes (480), divididos equilibradamente entre indivíduos do gênero masculino (n=235) e feminino (n=243), a maioria (86%) está na faixa etária entre 15 a 58 anos, sendo 24,8% entre 15 - 25 anos, 22,5% entre 26-36 anos, 21,3% entre 37 e 47 anos, e 17,5% possui idade entre 48 e 58 anos (Quadro 12). Vale ressaltar que a amostra corresponde a pirâmide etária de Campos do Jordão apresentada pelo IBGE (2010), com concentração da população maior entre os 15 e 19 anos, e entre os 20 e 34 anos. É importante, ainda, ressaltar que a representatividade dos mais jovens na pesquisa também pode ter sido decorrente do período pandêmico vivenciado (com aumento dos casos na cidade), com o incentivo de que os mais velhos ficassem em suas residências.

Quadro 12 – Faixa Etária dos respondentes

Idade	Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido 15 - 25	119	24,8	24,8	24,8
26 - 36	108	22,5	22,5	47,3
37 - 47	102	21,3	21,3	68,5
48 - 58	84	17,5	17,5	86,0
59 - 60	44	9,2	9,2	95,2
70 - 79	23	4,8	4,8	100,0
Total	480	100,0	100,0	

Fonte: a autora, 2021

Em relação ao Estado Civil dos respondentes, 41,5% (199) se consideram solteiros, 40,8% casados (196), 10,4% separado/divorciado (50) e 7,3% (35) outros. Já sobre a Escolaridade, 22,92% (110) sinalizam ter o ensino fundamental; 52,71%

(253) o ensino médio; 21,04% (201) o ensino superior e 3,33% (16) outros (como ensino técnico, analfabeto, entre outros).

A partir do critério de exclusão – se a pessoa era moradora de Campos do Jordão -, pode-se verificar que 68,13% (327) são nascidos na cidade. O restante, 31,87% (153) são oriundos de diversas cidades do Estado de São Paulo com destaque para: São Paulo (29), São Bento do Sapucaí (12), Taubaté (7), São José dos Campos e Santo Antônio (3 cada). Destaca-se, também, outros Estados como: Minas Gerais (39), Rio de Janeiro (9), Paraná (8), Pernambuco e Paraíba (4 cada), e Rio Grande do Norte e Alagoas (3 cada).

Para os que mudaram para Campos do Jordão, e seguindo as orientações de Hug e Vogt (2016), Pavlic, Portolan e Puh (2019) e de Harril (2004), foi questionado o tempo de residência na cidade. Dos 153 respondentes considerados para esta questão, 83% (127) moram há mais de cinco anos na cidade, 10,45% (16) entre 3,1 e 5 anos; 4,57% (7) menos de um ano e 1,96% (3) entre 1,1 e 3 anos. De acordo com as três pesquisas citadas acima, o tempo de moradia superior a um ano já começa a provocar reflexos no envolvimento dos moradores com a cidade, por isso projetou-se o tempo mínimo de moradia. Contudo, é importante salientar que, dos 127 respondentes sinalizados como moradores há mais de cinco anos, 102 moram há mais de 15 anos na localidade.

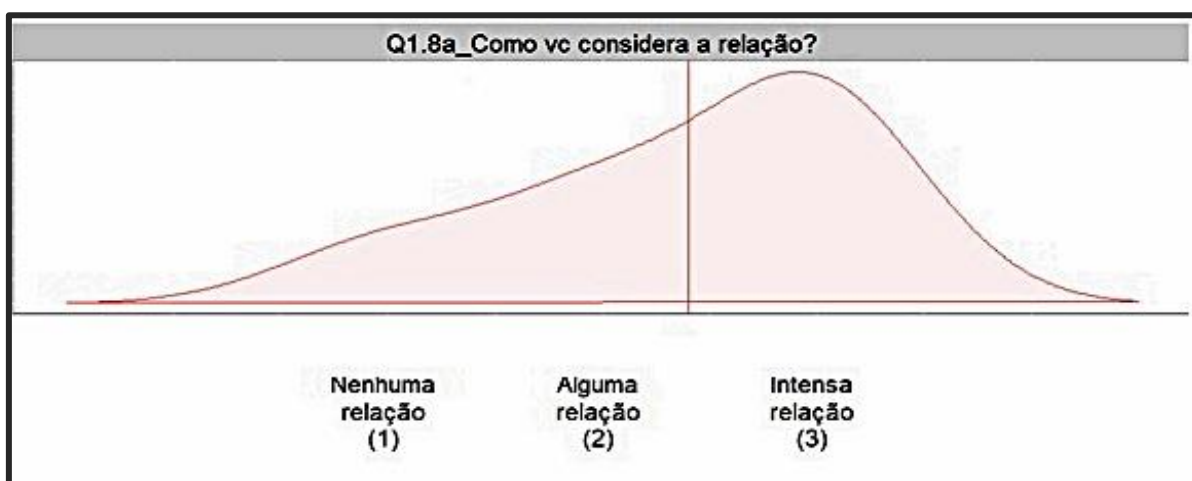
Para completar o perfil dos respondentes, considerou-se importante identificar o bairro de moradia. A representatividade de bairros foi interessante, sendo entrevistados moradores de 74 bairros (14 respondentes não sabem o bairro no qual moram, o que pode ser mero esquecimento ou falta de relação com o bairro/cidade). Dos bairros mais citados, destacam-se Jaguaribe (43), Vila Sodipe (31), Santa Cruz (28), Vila Santo Antônio (25), Vila Nadir (23), Capivari (22), Vila Paulista (19), Jardim Marcia e Vila Albertina (cada com 17), Abernêssia (15), Britador, Monte Carlo, Fracalanza, Vila Britânia (cada com 13), Floresta Negra, Vila Eliza, Vila Matilde (cada com 10), Céu Azul, Vila Ferraz, Vila Nova Suíça (cada com 8), Pica-Pau (7), Alto do Capivari e São Francisco Xavier (cada com 6) Vila Telma, Morro Bela Vista, Jardim Floriano Pinheiro, Vila Dubiex (cada com 5). Outros 46 bairros foram anotados, com variação entre um a quatro respondentes, optando-se por não os citar para evitar sobrecarga de informação.

Completando o perfil populacional, questionou-se a área de trabalho, sendo que a maioria, 28,1% (135) trabalham com venda/comércio, 10,8% (52) na área de

restauração; 5,6% (27) são autônomos, 4,6% (22) trabalham em meios de hospedagem, 3,5% (17) são aposentados, 3,3% (16) atuam com construção civil e 3,1% (15) são funcionários públicos. Outras 63 profissões foram citadas, como diarista, marceneiro, caseiro e desempregado, entre outras.

Sobre a relação do trabalho do respondente com o turismo, a maioria com 56,33% (270) sinaliza ser intensa, seguido por alguma relação para 27,7% (133) e nenhuma relação para 16% (77) dos respondentes. Considerando a densidade das respostas, como exposto na Figura 5, a distribuição dos valores representa uma assimetria para a direita, sendo que a linha vertical representa a média do grupo.

Figura 5 – Curva de distribuição – Q1.8



Fonte: a autora, 2021

Os indivíduos que não têm nenhuma relação com o turismo (77) são aposentados (14), professores (8), donas de casa (7), autônomos (6), funcionário público (6), diaristas (5), desempregados (4), construção civil (3), saúde (3), estudante (3), informática (2), administração (2), além de um registro para venda, limpeza pública, caseiro, *free lancer*, taxi, restaurante, advocacia, supermercado, banco, *pet-shop*, e quatro registros não informados.

Os indivíduos que sinalizam terem alguma relação com o turismo (133) atuam com venda/comércio (23), restaurantes (12), saúde (9), autônomos (8), serviços gerais e construção civil (7), funcionário público e diarista (5), educação e taxi (4), hotel, administração e caseiro (3), aposentado, carpinteiro, farmácia, segurança, babá, informática, imobiliária, mecânico, pintura, secretária (2), além de registros unitários para limpeza, portaria, motorista, atrativo turístico, *free lancer*, jardinagem, advocacia,

eletricista, estudante, reciclagem, feirante, salão de beleza, gráfica, guardador de carro, lavador de carro, hostess, banco (soma-se ainda três registros para atuação não informada).

O restante dos entrevistados (270) declaram que o trabalho deles apresenta uma intensa reação com o turismo, sendo a maior parte em venda e comércio (113), restaurantes (39), hotel (19), autônomo (13), em atrativos turísticos (8), construção civil (6), funcionário público, caseiro, imobiliária, artesanato, taxi (4), diarista, professor, administração, estacionamento (3), carpintaria, serviços gerais, segurança, guia, saúde, decoração, mecânico, pintura, supermercado (2), além de uma sinalização para aposentado, farmácia, *promoter*, jardinagem, elétrica, coveiro, estética, locutor de rodeio, salão de beleza, açougue, guardador de carro, adestramento, eventos, assistente social, copeiro, telecomunicações e arquiteta (além de cinco que não forneceram a informação solicitada).

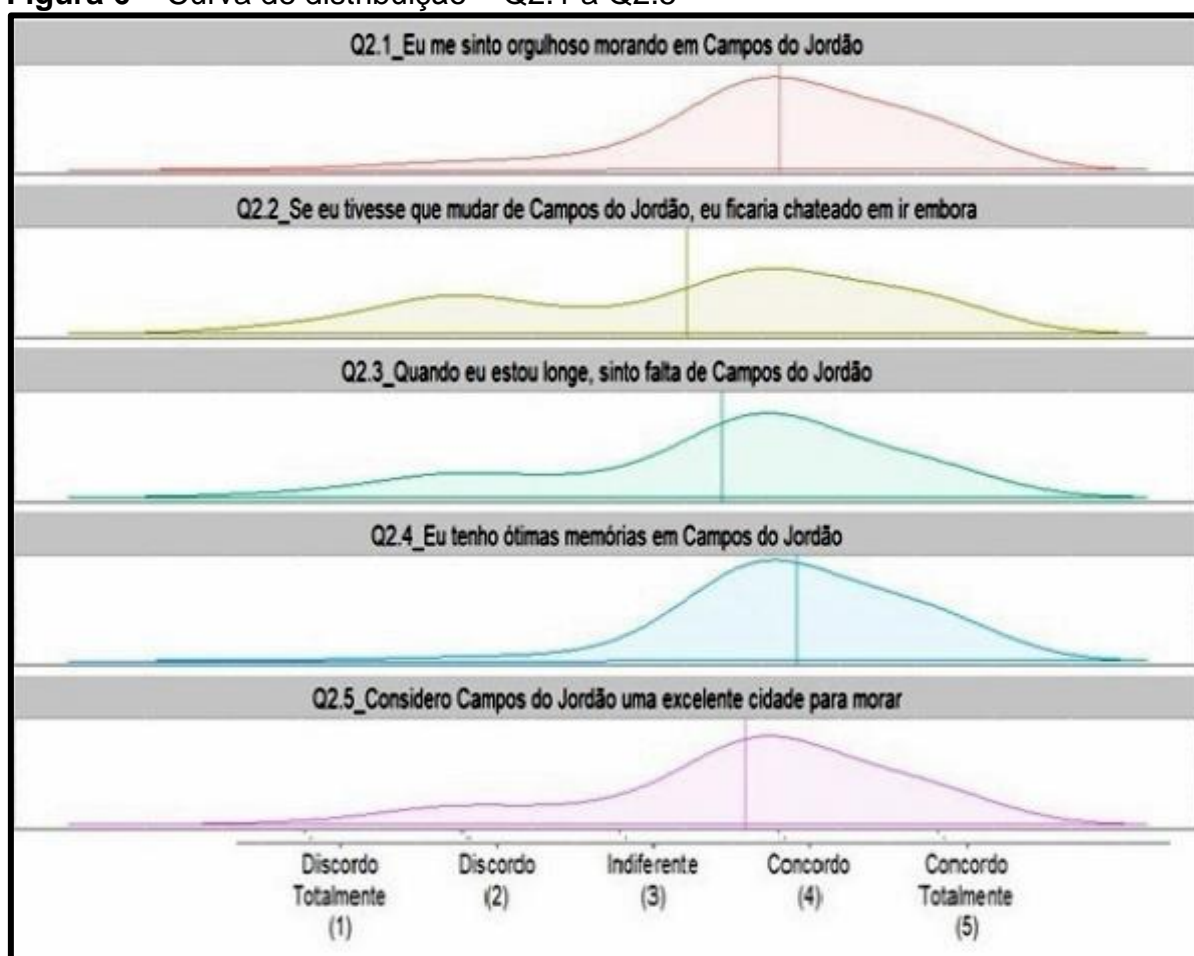
6.2 PERCEPÇÕES SOBRE A CIDADE

As percepções da comunidade em relação à cidade caracterizam a dimensão pertencimento. Reforça-se a importância desta dimensão da hospitalidade para compreender como tornar, conforme destaca Baptista (2008), os jordanenses mais do que moradores, mas sim cidadãos. Nesse sentido, consideraram-se dez variáveis para análise das percepções dos jordanenses sobre Campos do Jordão, subdivididas entre variáveis referentes à moradia (Q2.1 a Q2.5) e variáveis referentes à infraestrutura (Q2.6 a Q2.10). Para melhor apresentação dos resultados, optou-se pela Curva de Distribuição das respostas constitutivas de cada variável, assim como a disponibilização completa da análise estatística no Apêndice D.

O orgulho de morar em Campos do Jordão está atrelado ao sentimento de pertença ao local. Os resultados obtidos demonstram que 55,63% (267) concordam e 31,25% (150) concordam totalmente com a afirmação apresentada, sendo possível observar na Curva de Distribuição (Figura 6, Q2.1), uma assimetria à direita. Investigou-se se a pessoa sentiria falta da cidade caso tivesse que mudar para outra localidade. A curva da Figura 6 (Q2.2) destaca uma leve assimetria para a direita, mas com ressalvas, já que para 23,33% (112) dos respondentes, a discordância quanto à afirmação foi selecionada (mesmo valor para os que concordaram totalmente), contrabalanceado por 38,33% (184) que concordam com a afirmação.

Buscou-se identificar os sentimentos mais próximos ao cotidiano, questionando se a população sente falta da cidade quando está em outra localidade. Do total dos respondentes, 51,25 % (246) concordam e 21,67% (104) concordam totalmente, mas 14,38% (69) discordam e 9,79% (47) são indiferentes, caracterizando a curva exposta na Figura 6 (Q2.3), com uma assimetria à direita. Importante salientar que muitos respondentes completaram a resposta alegando que o clima faz com que eles sintam falta da cidade, aspecto muito utilizado pelo setor do turismo como fator diferenciador.

Figura 6 – Curva de distribuição – Q2.1 a Q2.5



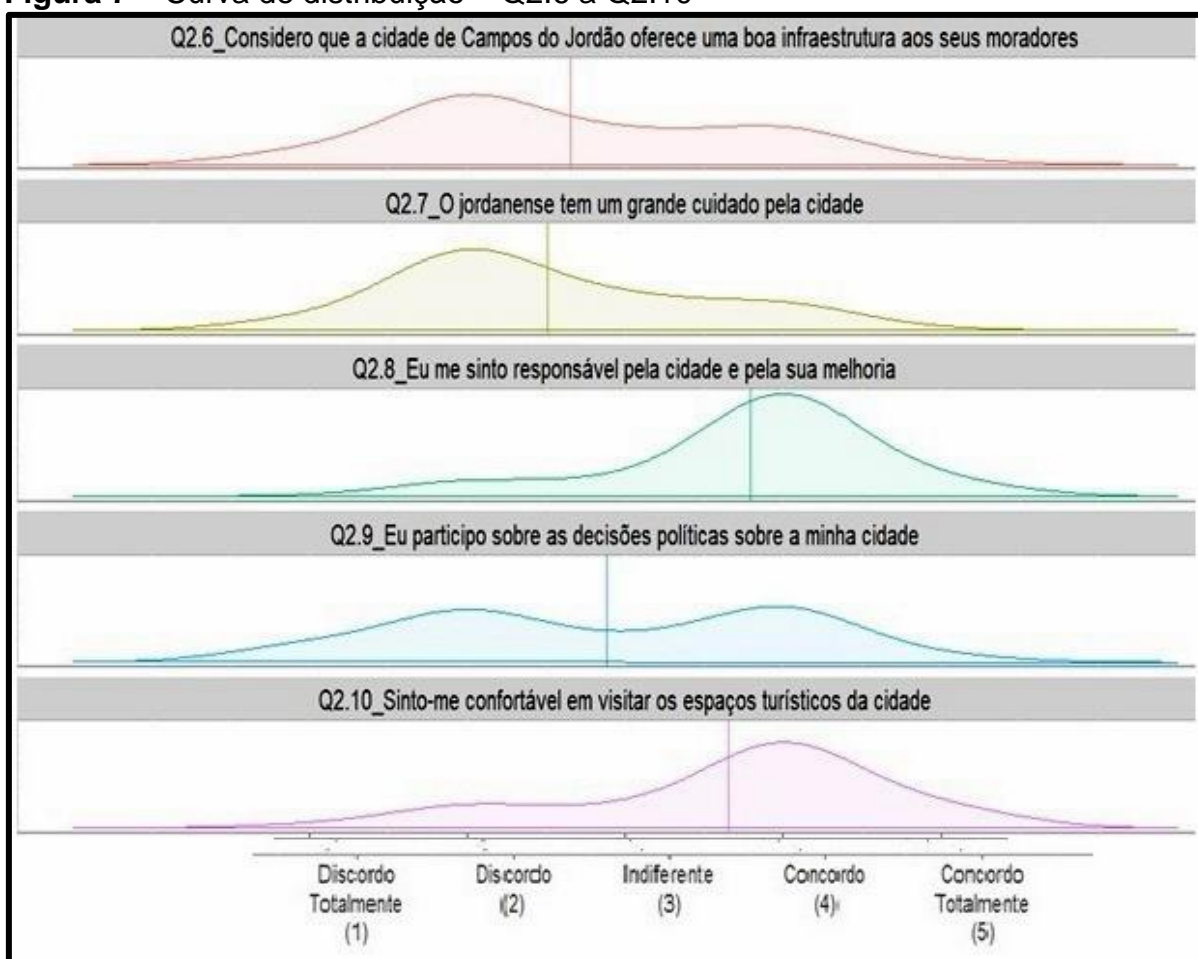
Fonte: a autora, 2021

A construção de memórias na cidade é um fator essencial para a sua valorização. Desta forma, a memória do jordanense em relação a cidade caracteriza uma leve assimetria para a direita na curva da Figura 6 (Q2.4). Destaca-se, contudo, a existência de uma discordância nesta questão, demonstrando uma crescente dificuldade em construir memórias na cidade.

A opinião sobre a cidade enquanto lugar de moradia também apresenta uma assimetria para a direita (Figura 6, Q2.5), destacando que 53,75% (258) concordam e 24,58% (118) concordam totalmente com a afirmação. Este conhecimento se torna relevante quando se considera a colocação de Ko e Stewart (2002) ao afirmarem que o residente precisa manter uma visão positiva da cidade para sustentar o desenvolvimento do setor turístico.

A figura 7 representa as respostas Q2.6 à Q2.10. A infraestrutura da cidade é considerada precária para 46,04% (221), acarretando uma Curva de Distribuição levemente assimétrica à esquerda, o que caracteriza uma perspectiva negativa.

Figura 7 – Curva de distribuição – Q2.6 a Q2.10



Fonte: a autora, 2021

Ao analisar essa informação com o local de moradia, evidencia-se que os mais insatisfeitos com a infraestrutura da cidade moram nos bairros Vila Sodipe, Jaguaribe, Santa Cruz, Capivari, Vila Nadir, Vila Santo Antônio, Abernécia, Vila Paulista, Vila Eliza e Fracalanza. Já os mais satisfeitos, moram nos bairros Jaguaribe, Vila Santo

Antonio, Vila Sodipe, Vila Albertina, Vila Paulista, Capivari e Santa Cruz. Este resultado demonstra não haver diferença entre os moradores dos bairros da cidade, contrariando a crença popular de que os mais satisfeitos estariam nas áreas mais nobres e os insatisfeitos nas áreas menos nobres.

Evidenciou-se a mesma assimetria à esquerda sobre o cuidado da cidade pelo jordanense (Figura 7, Q2.7), alinhada à preocupação de Rennó e Teixeira (2007) de que o turismo pode contribuir para a mudança de hábitos de uma população acarretando uma perda de conectividade com a cidade. Para a maioria (54,16% discordam e 7,5% discordam totalmente) há um desinteresse quanto ao cuidado com a cidade, justificando a preocupação dos autores citados.

Sobre o sentimento de responsabilidade pela cidade e pela sua melhoria (Figura 7, Q2.8), para 70,66% (339) a afirmação é correta. Contudo, há uma discordância quando comparada à curva Q2.7 (Figura 7) e Q2.1 (Figura 6). Apesar da maioria (86,87% - Q2.1) citar que tem orgulho em morar na cidade e que (80,42% - Q2.8) se sentem responsável pela cidade e pela sua melhoria, a crítica ao morador é grande, já que a maioria cita o descuido do morador com a cidade (61,66% - Q2.7).

Vale ressaltar que importa compreender tais aspectos já que o distanciamento do morador em relação à cidade, ao seu cuidado e ao seu desenvolvimento podem levar ao desinteresse com o turismo e seu desenvolvimento e manutenção, chegando a um processo de apatia, raiva e destrato ao visitante, como citado por Gursoy, Jurowski e Uysal (2002)²³. Há certo equilíbrio numérico na opinião dos respondentes, demonstrando que a responsabilidade pessoal com a cidade é característica do morador de Campos do Jordão, independentemente do local em que está, por qualquer motivo que seja

Outra percepção é sobre a participação política do jordanense, ação essencial para atuar como cidadão e não meramente morador, aspectos já pesquisados por Baptista (2008), Pires e Alcantatino (2008), Cardona, Criado e Cantallops (2015). A curva de distribuição (Figura 7, Q2.9) é levemente assimétrica à direita, já que, para 37,5% (180) dos respondentes, há participação política. Porém, 34,37% (165)

²³ Considerando a importância de tal compreensão e o fato de a população jordanense afirmar que há diferenças de opinião e apoio ao turismo e à cidade dependendo do bairro no qual a pessoa está (seja a lazer, trabalho ou outra atividade), optou-se por fazer um comparativo entre os bairros, expondo tal comparação apenas para algumas questões, como é o caso da questão 8 (apêndice G).

discordam dessa afirmação, 11,45% (55) discordam totalmente e 12,70% (61) são indiferentes.

A visitação nos espaços turísticos da cidade pelos jordanenses evidenciou o pensamento de Gastal (2006), para quem os moradores e frequentadores da cidade devem ser considerados fluxos, pois colocam-se em movimento e aos poucos ultrapassam a prática cotidiano para uma apropriação dos espaços e da cidade, tornando-se um cidadão-turista. Desta forma, defende-se que o usufruto dos espaços turísticos pelos moradores é uma forma de representação da apropriação da cidade, como ele se sente confortável para frequentar os diversos espaços que a cidade oferece. Apesar da Curva de Distribuição apresentar uma assimetria à direita (Figura 7, Q2.10), em função dos 57,91% (278) e 13,54% (65) que concordam e concordam totalmente com a afirmação, para 28,54% há um distanciamento, seja pela indiferença, seja pela discordância. É preciso verificar quais atrativos costumam ser visitados para que se possa compreender corretamente se há ou não uma apropriação dos espaços, e não apenas de alguns locais (como se suspeita).

Considerando as percepções dos respondentes descritas nesta seção, ao rodar um modelo de regressão com todas as variáveis envolvidas nesta etapa, somente as variáveis a seguir se mostraram estatisticamente significantes, sendo utilizadas para um novo modelo de análise (Figura 8).

- Variável resposta: “Eu me sinto orgulhoso morando em Campos do Jordão” **(Q2.1)**.
- Se eu tivesse que mudar de Campos do Jordão, eu ficaria chateado em ir embora **(Q2.2)**;
- Quando eu estou longe, sinto falta de Campos do Jordão **(Q2.3)**;
- Eu tenho ótimas memórias em Campos do Jordão **(Q2.4)**;
- Considero Campos do Jordão uma excelente cidade para morar **(Q2.5)**;
- Eu me sinto responsável pela cidade e pela sua melhoria **(Q2.8)**, com um p-valor²⁴ um pouco acima de 0,05.

²⁴ O valor-p é definido como a probabilidade de se observar um valor da estatística de teste maior ou igual ao encontrado. Tradicionalmente, o valor de corte para rejeitar a hipótese nula é de 0,05, o que significa que, quando não há nenhuma diferença, um valor tão extremo para a estatística de teste é esperado em menos de 5% das vezes. (FERREIRA; PATINO, 2015).

Figura 8 – Modelo de Regressão sobre as percepções do jordanense em relação à cidade

Coefficients:					
	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)	
(Intercept)	1.29433	0.21523	6.014	3.63e-09	***
Q2.2	0.14894	0.03036	4.906	1.28e-06	***
Q2.3	0.18845	0.03674	5.129	4.25e-07	***
Q2.4	0.17661	0.04874	3.624	0.000322	***
Q2.5	0.13409	0.03691	3.633	0.000311	***
Q2.8	0.08590	0.03889	2.209	0.027659	*

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1					
Residual standard error: 0.625 on 474 degrees of freedom					
Multiple R-squared: 0.3979, Adjusted R-squared: 0.3915					
F-statistic: 62.64 on 5 and 474 DF, p-value: < 2.2e-16					

Fonte: a autora, 2021

A partir do modelo testado, pode-se afirmar que, para cada um ponto adicional na sensação de ficar chateado em ir embora de Campos de Jordão (caso tenha que mudar), a percepção de orgulho de morar em Campos de Jordão tende, em média, a aumentar em 0,1489 ponto (aproximadamente 0,15 ponto).

Para cada um ponto adicional na sensação de sentir falta de Campos de Jordão por estar longe, a percepção de orgulho de morar em Campos de Jordão tende, em média, a aumentar em 0,1885 ponto (aproximadamente 0,19 ponto). Para cada um ponto adicional na sensação de ótimas memórias em Campos de Jordão, a percepção de orgulho de morar em Campos de Jordão tende, em média, a aumentar em 0,1766 ponto (aproximadamente. 0,18 ponto).

No conceito de Campos de Jordão como um ótimo lugar para morar, a percepção de orgulho de morar em Campos de Jordão tende, em média, a aumentar em 0,1341 ponto. E para cada um ponto adicional no conceito de se sentir responsável pela cidade bem como pela sua melhoria, a percepção de orgulho de morar em Campos de Jordão tende, em média, a aumentar em 0,0859 ponto (aproximadamente 0,09 ponto).

Para ajuste do modelo analisado, duas medidas de qualidade foram analisadas: o erro padrão de resíduos e o R-Quadrado Ajustado. A estimativa do erro padrão dos resíduos (*Residual standard error*) está próximo de zero (0,625), fato que caracteriza uma boa qualidade de ajuste do modelo. Isso significa que os valores da variável resposta (sensação de orgulho por morar em Campos de Jordão) desviam, em média,

de valores estimados pelo modelo de regressão em 0,625. Por outro lado, o R-quadrado Ajustado (ou Coeficiente de determinação do modelo), medida que representa a proporção da variabilidade da variável resposta (sensação de orgulho por morar em Campos de Jordão) explicada pelas demais variáveis do modelo (Idade, Q2.2, Q2.3, Q2.4, Q2.5 e Q2.8) é de 39,15%, o que permite afirmar que o modelo estimado possui considerável poder de explicação.

6.3 PERCEPÇÕES DA COMUNIDADE SOBRE O TURISMO

Considerando o pressuposto de que é o balanceamento dos benefícios e custos advindos do setor de turismo que farão os residentes avaliar o turismo de maneira positiva ou negativa (ANDRIOTIS; VAUGHAN, 2003), identificaram-se os sentimentos dos moradores locais em relação ao turismo, relacionado à dimensão do acolhimento. Reforça-se a importância desta dimensão da hospitalidade para compreender como os jordanenses se sentem em relação ao turismo e seu respectivo apoio para a manutenção da atividade turística na localidade. Nesse sentido, consideraram-se onze variáveis para análise das percepções dos jordanenses sobre o turismo em Campos do Jordão, subdivididas em três grupos. No primeiro tem-se variáveis referentes ao turismo (Q3.1 a Q3.5), aos efeitos do turismo (Q3.6 a Q3.9) e à visão geral do turismo (Q3.10) e do turista (Q3.11). Para melhor apresentação dos resultados, optou-se pela Curva de Distribuição das respostas constitutivas de cada variável, assim como a disponibilização completa da análise estatística no Apêndice E.

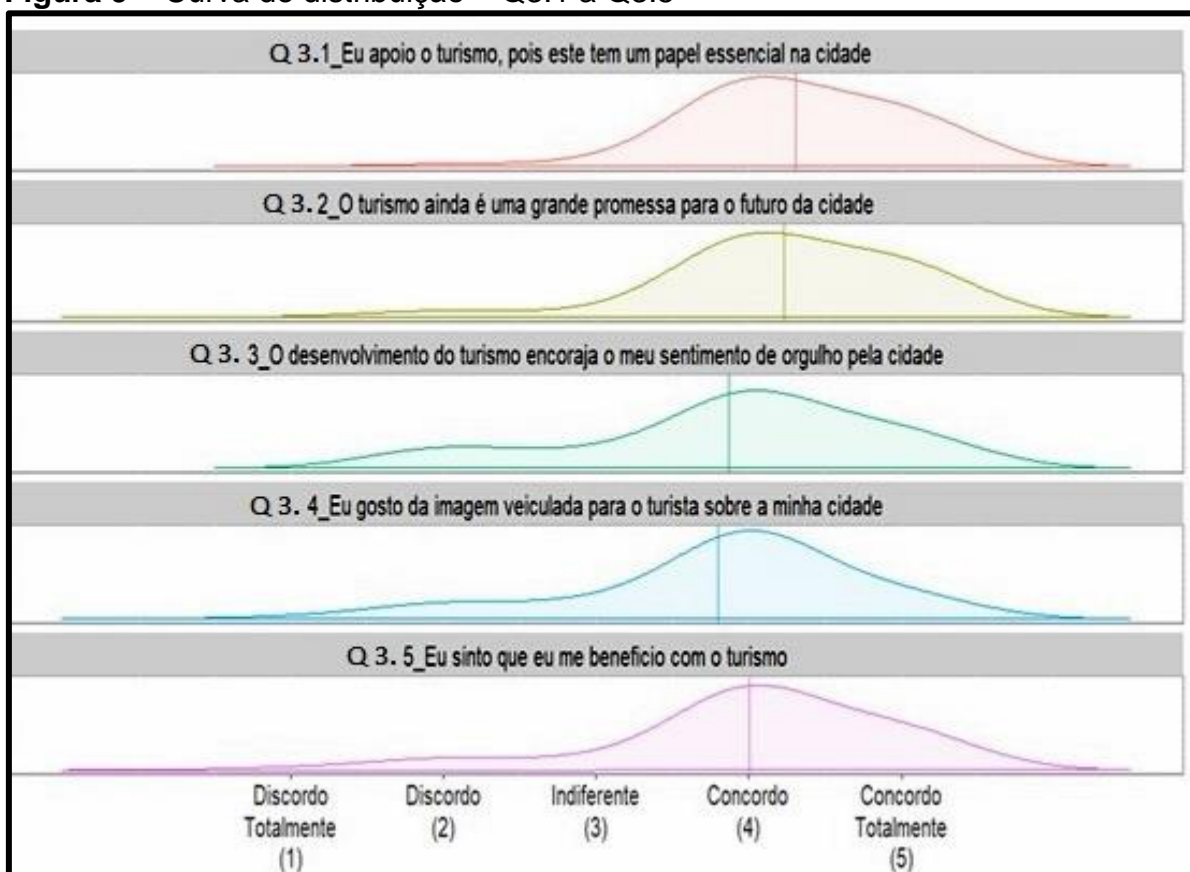
As percepções dos residentes sobre o desenvolvimento do turismo e seus impactos ajuda no planejamento do setor, permitindo o desenvolvimento de políticas públicas (ANDRIOTIS; VAUGHAN, 2003). O apoio ao turismo como atividade essencial para a cidade foi apontado pela maioria, pois 58,75% (282) concordam e 37,08% (178) concordam totalmente, evidenciando uma assimetria à direita na Curva de Distribuição (Figura 9, Q3.1).

Investigou-se o turismo como o futuro da cidade apresentado na curva da Figura 9 (Q3.2), que demonstra uma assimetria à direita, pois 55,20% (265) concordam e 36,67% (176) concordam totalmente. O potencial do turismo em despertar sentimento de orgulho pela cidade caracteriza uma assimetria à direita

(Figura 9, Q3.3), com 51,67 % (248) concordando e 24,79% (119) concordando totalmente. a afirmação é correta, caracterizando uma assimetria à direita.

A apreciação da imagem veiculada pela mídia também apresenta uma assimetria à direita (Figura 9, Q3.4). Do total de respondentes, 60,6% (291) a apreciam, apesar de que um estudo mais aprofundado é exigido nesse quesito, já que comentários complementares destacam ser uma imagem irreal, apenas para atrair visitantes. Buscou-se identificar o sentimento de benefício com o turismo pelos entrevistados. A curva da Figura 9 (Q3.5) destaca uma leve assimetria à direita, com 56,67% (272) concordando e 27,5% (132) concordando totalmente²⁵.

Figura 9 – Curva de distribuição – Q3.1 a Q3.5



Fonte: a autora, 2021

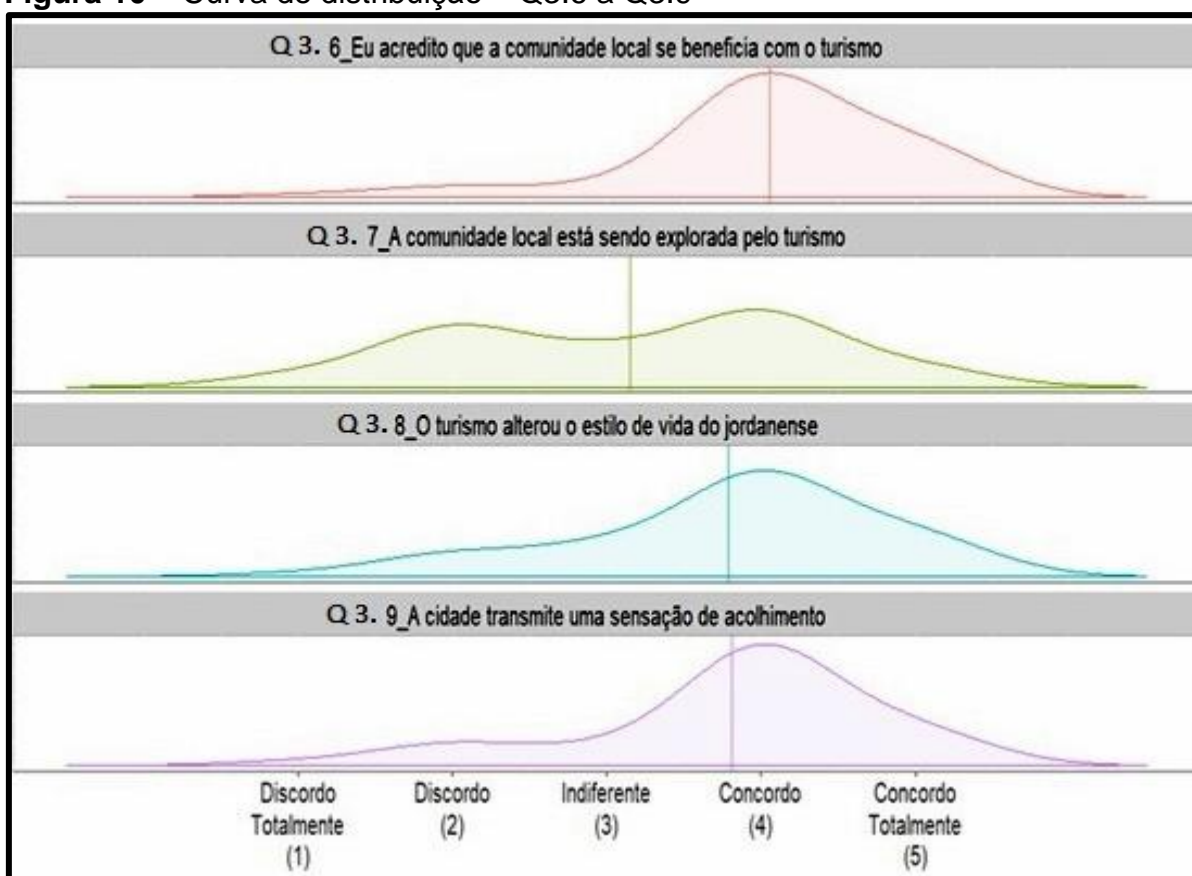
A comunidade local percebe os impactos positivos do turismo quando eles estão mais envolvidos com a sua comunidade, ampliando o sentimento de pertença (ALRWAJFAH; ALMEIDA-GARCÍA; CORTÉS-MACÍAS, 2019). Neste sentido, a curva

²⁵ Novamente comparou-se as respostas por bairro, procurando identificar a diferença que o jordanense alega existir. Assim como ocorreu com o gráfico da Figura 8 (Q2.1-Q2.5), em nenhuma das questões analisadas para essa seção verificou-se diferenças significativas entre os bairros (Apêndice G)

assimétrica à direita (Figura 10, Q3.6) demonstra que a população sente se beneficiar com o turismo, como assinala 61,87% (297) dos respondentes.

Uma curva de distribuição levemente assimétrica à esquerda (Figura 10, Q3.7) representa que a comunidade se sente explorada pelo setor do turismo. Para 37,5% (180) a exploração ocorre, enquanto 30% (144) contrariam a afirmação. Apesar da proximidade estatística, este é um fator de preocupação para o futuro do turismo, já que o descontentamento pode levar a um distanciamento do turismo e do turista, devendo ser também acompanhada em futuras pesquisas²⁶.

Figura 10 – Curva de distribuição – Q3.6 a Q3.9



Fonte: a autora, 2021

Considerando, ainda, todas as respostas obtidas nas questões seis e sete levanta-se um questionamento: como a comunidade pode ser beneficiada pelo

²⁶ Aproveitou-se deste questionamento e realizou-se mais uma análise comparando as respostas nos três bairros. Nesta questão há uma pequena diferença, com a população circulando no Jaguaribe sendo mais crítica com o turismo e os empregos. O interessante foi perceber que as pessoas que responderam na área do Capivari, discordaram da questão da exploração, sendo esta uma área com muitos empregos ligados ao turismo (Apêndice G).

turismo e explorada? O sentimento de exploração é real ou apenas reproduzido? Este é um campo vasto de aprofundamento e exige maior compreensão.

Segundo Santos e Araújo (2014), os visitantes, inevitavelmente, provocam mudanças no modo de vida local. Para Carvalho (2009), ocorre uma mudança no cotidiano dos moradores quando o lugar de convívio e reciprocidade se transforma em espaço turístico. Para 51,66% (248) o turismo alterou o estilo de vida do jordanense, apresentando uma curva assimétrica à direita (Figura 10, Q3.8). Assim como ocorreu na questão cinco, esse questionamento exige um aprofundamento para se compreender como a população entende tal alteração no estilo de vida local.

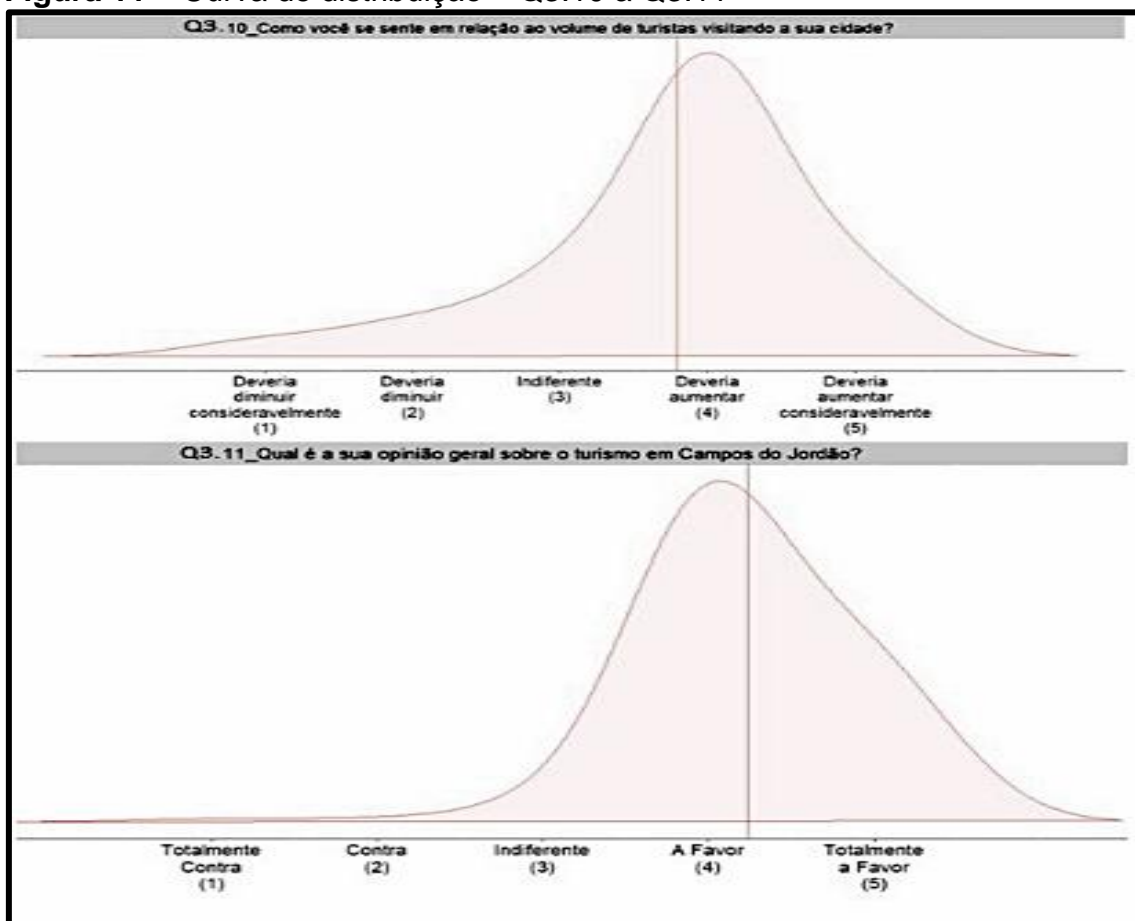
Evidenciou-se a mesma assimetria (Figura 10, Q3.9) sobre a sensação de acolhimento. Para a maioria (61,25% - 294) a afirmação é correta. Entretanto, muitos enfatizaram de que este acolhimento é mais voltado ao turista. Considerando a exposição de Grinover (2019) ao explicar que falar de uma cidade acolhedora é falar de um lugar feito para si e para o outro, esta é uma questão que exige um aprofundamento futuro para qualquer política pública do setor.

Apesar deste alerta, a população de Campos do Jordão considera que o número de turistas deveria aumentar (Figura 11, Q3.10), assim como apoia o turismo (Figura 11, Q3.11), gerando uma leve assimetria à direita. Vale ressaltar que por esta etapa da pesquisa ter sido realizada durante a pandemia do Covid, e pelo turismo ter sido prejudicado e muitos empregos perdidos, a positividade na análise pode ter sido afetada, ressignificando o olhar para o turismo e para o turista, tornando-os essenciais para a cidade.

Não se pode ignorar, ainda, a visão apenas econômica do turismo por parte dos respondentes, cuja percepção pauta-se apenas no lucro. Para os respondentes, o raciocínio é o de que, quanto maior for o número de turistas, maior será o lucro econômico da cidade, conseqüentemente, melhor para todos. Entretanto, essa visão demonstra o desconhecimento dos respondentes sobre o turismo em sua totalidade, com os seus impactos – positivos e negativos. O aumento no número de turistas massificaria ainda mais a atividade na cidade, potencializando os impactos, tanto sociais quanto ambientais. Ignora-se que, se o turismo for planejado e organizado, há formas de se aumentar a lucratividade sem a necessidade de massificar ainda mais. Para tanto, é preciso pesquisar como o turismo ocorre na cidade, o perfil de turista, tempo de permanência, envolvimento da comunidade com a organização, os ganhos

da comunidade, os benefícios percebidos, entre outros aspectos – o que sustentaria as decisões sobre o turismo e seu futuro na localidade.

Figura 11 – Curva de distribuição – Q3.10 a Q3.11



Fonte: a autora, 2021

Considerando as percepções dos respondentes, ao rodar um modelo de regressão com todas as variáveis envolvidas nesta etapa, somente as variáveis a seguir se mostraram estatisticamente significantes, sendo utilizadas para um novo modelo de análise (Figura 12).

- Variável resposta: “O desenvolvimento do turismo encoraja o meu sentimento de orgulho pela cidade” (Q3.3).
- Sexo;
- Idade;
- Educação;
- Eu apoio o turismo, pois este tem um papel essencial na cidade (Q3.1);
- O turismo ainda é uma grande promessa para o futuro da cidade (Q3.2);

- Eu gosto da imagem veiculada para o turista sobre a minha cidade (Q3.4);
- Eu sinto que eu me benefico com o turismo (Q3.5).

Figura 12 – Modelo de Regressão sobre as percepções do jordanense em relação ao turismo

Coefficients:					
	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)	
(Intercept)	-0.62354	0.29827	-2.090	0.037117	*
SexoMasculino	0.15633	0.07172	2.180	0.029791	*
IdadeEntre 26 e 36 anos	0.16873	0.10193	1.655	0.098539	.
IdadeEntre 37 e 47 anos	0.31903	0.10541	3.026	0.002612	**
IdadeEntre 48 e 58 anos	0.32778	0.11318	2.896	0.003957	**
IdadeEntre 59 e 69 anos	0.24115	0.13812	1.746	0.081480	.
IdadeEntre 70 e 79 anos	0.46885	0.18607	2.520	0.012080	*
EducacaoMédio	0.14944	0.09388	1.592	0.112106	
EducacaoSuperior	0.07445	0.10885	0.684	0.494359	
EducacaoOutros	0.45532	0.20861	2.183	0.029559	*
Q3.1	0.31619	0.06592	4.796	2.18e-06	***
Q3.2	0.25852	0.05337	4.843	1.74e-06	***
Q3.4	0.27627	0.04175	6.617	1.02e-10	***
Q3.5	0.14817	0.04394	3.372	0.000809	***

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1					
Residual standard error: 0.7621 on 464 degrees of freedom (2 observations deleted due to missingness)					
Multiple R-squared: 0.3684, Adjusted R-squared: 0.3507					
F-statistic: 20.82 on 13 and 464 DF, p-value: < 2.2e-16					

Fonte: a autora, 2021

A partir do modelo testado, pode-se afirmar que, Ser do sexo “Masculino” tende neste público estudado, em média, a apresentar uma percepção maior de que o desenvolvimento do turismo 175 encoraja o sentimento de orgulho pela cidade, em média, em 0,1563 ponto (aproximadamente 0,16).

Indivíduos com idade entre 37 e 47 anos tendem a apresentar uma percepção maior de que o desenvolvimento do turismo encoraja o sentimento de orgulho pela cidade, em média, em 0,3190 ponto (aprox. 0,32 ponto). Já os indivíduos com idade entre 48 e 58 anos tendem a apresentar uma percepção maior de que o desenvolvimento do turismo encoraja o sentimento de orgulho pela cidade, em média, em 0,3278 ponto (aprox. 0,33 ponto). Os indivíduos com idade entre 70 e 79 anos tendem a apresentar uma percepção maior de que o desenvolvimento do turismo encoraja o sentimento de orgulho pela cidade, em média, em 0,4688 ponto (aprox. 0,47 ponto).

Para cada um ponto adicional no conceito de indivíduos que apoiam o turismo, pois este tem um papel essencial na cidade, a percepção de que o desenvolvimento do turismo encoraja o sentimento de orgulho pela cidade tende a aumentar, em média, 0,3162 ponto (aproximadamente 0,32 ponto). Para cada um ponto adicional no conceito percepção de que turismo ainda é uma grande promessa para o futuro da cidade, a percepção de que o desenvolvimento do turismo encoraja o sentimento de orgulho pela cidade tende a aumentar, em média, 0,2585 ponto (aproximadamente 0,26 ponto).

Para cada um ponto adicional no conceito da imagem veiculada para o turista sobre a cidade, a percepção de que o desenvolvimento do turismo encoraja o sentimento de orgulho pela cidade tende a aumentar, em média, 0,2763 ponto (aprox. 0,28 ponto). Para cada um ponto adicional no conceito de se beneficiar com o turismo, a percepção de que o desenvolvimento do turismo encoraja o sentimento de orgulho pela cidade tende a aumentar, em média, 0,1482 ponto (aproximadamente 0,15).

Para ajuste do modelo analisado, duas medidas de qualidade foram analisadas: o erro padrão de resíduos e o R-Quadrado Ajustado. A estimativa do erro padrão dos resíduos (*Residual standard error*) está próximo de zero (0,7621), fato que caracteriza uma boa qualidade de ajuste do modelo. Isso significa que os valores da variável resposta (sensação de orgulho por morar em Campos de Jordão) desviam, em média, de valores estimados pelo modelo de regressão em 0,7621. (Raciocínio: quanto mais próximo de 0, melhor)

Por outro lado, o R-quadrado Ajustado (ou Coeficiente de determinação do modelo), medida que representa a proporção da variabilidade da variável resposta (sensação de orgulho por morar em Campos de Jordão) explicada pelas demais variáveis do modelo (Sexo, Idade, Educação, Q3.1, Q3.2, Q3.4 e Q3.5) é de 35,07%, o que permite afirmar que o modelo estimado possui considerável poder de explicação.

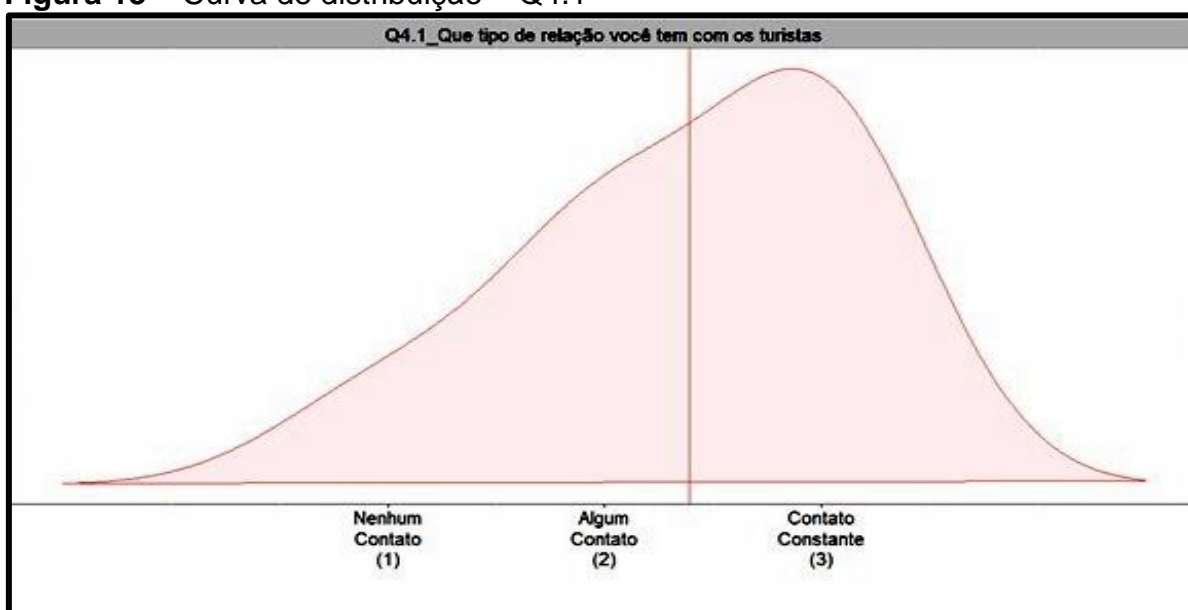
6.4 PERCEPÇÕES DA COMUNIDADE SOBRE O TURISTA

Foram consideradas quatorze variáveis para análise das percepções dos jordanenses sobre o turista, subdivididas em quatro grupos, também explorando a dimensão do acolhimento. No primeiro, tem-se a relação com o turista (Q4.1), os sentimentos em relação aos turistas (Q4.2), a percepção sobre os turistas (Q4.3) e as

percepções sobre as relações estabelecidas com o turista (Q4.4 a Q4.14). Para melhor apresentação dos resultados, optou-se pela Curva de Distribuição das respostas constitutivas de cada variável, assim como a disponibilização completa da análise estatística no Apêndice F.

O contato que o respondente tem com os turistas caracteriza uma curva de distribuição assimétrica à direita (Figura 13, Q4.1). Para 52,29% (251) o contato é constante, 34,37% (165) há algum contato e apenas para 13,33% (64).

Figura 13 – Curva de distribuição – Q4.1



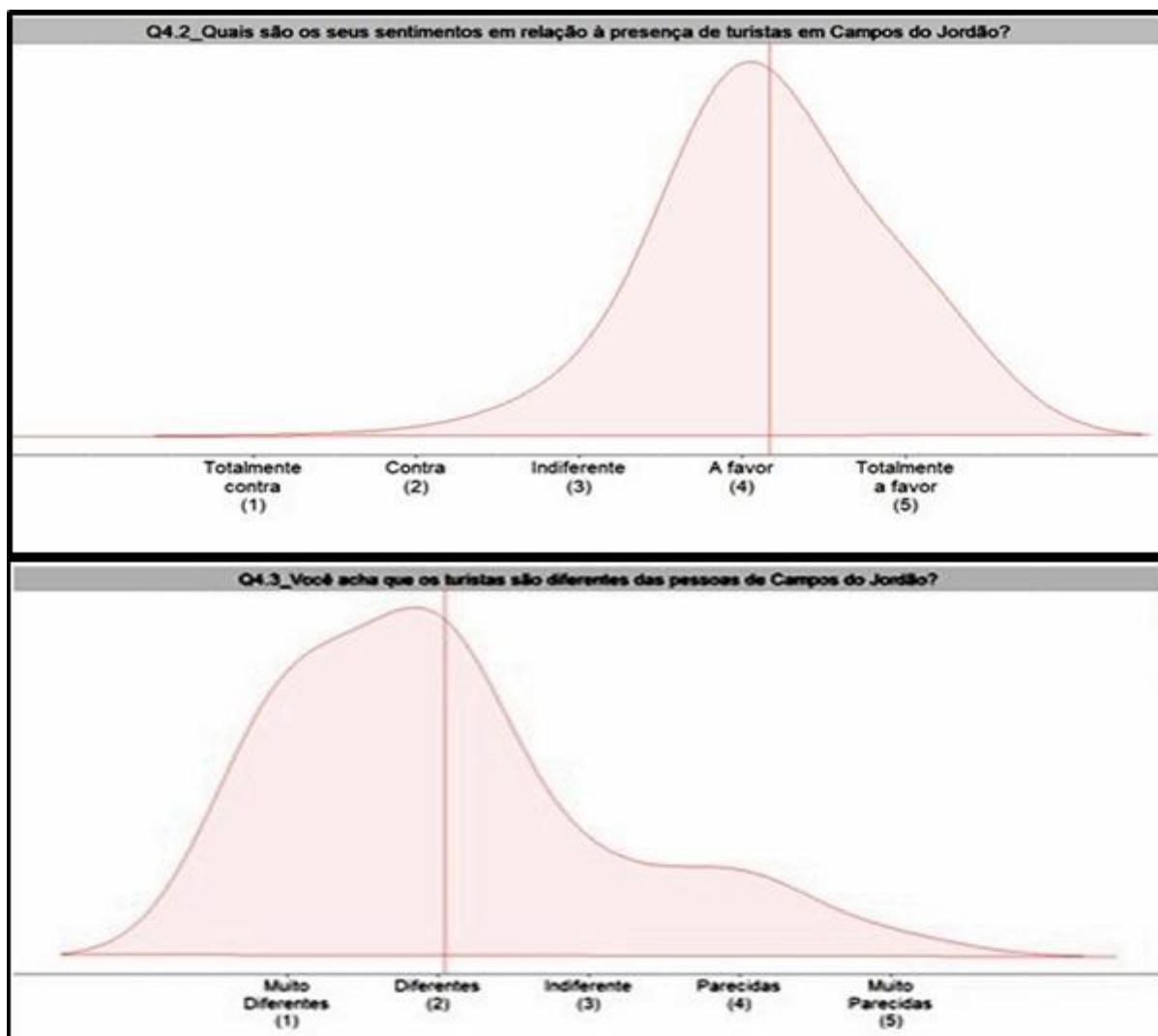
Fonte: a autora, 2021

Os sentimentos em relação ao turista também resultaram em uma curva assimétrica à direita (Figura 14, Q4.2), já que a maioria (65,41% - 314) é favoráveis à presença dos turistas. Vale novamente a ressalva que tais respostas podem ter sido afetadas pelo período em que a cidade ficou fechada por causa da Pandemia da Covid-19.

A percepção de que o turista é diferente do jordanense gerou uma curva assimétrica à esquerda (Figura 14, Q4.3). Para 42,29% (203) os turistas são diferentes e para 34,58% (166) muito diferentes, confirmando ser esta uma impressão difundida entre os moradores. Este é um aspecto que precisa ser considerado no planejamento

do turismo, já que essa impressão pode acarretar atos de inospitalidade e até hostilidade, principalmente durante os períodos de alta temporada²⁷.

Figura 14 – Curva de distribuição – Q4.2 e Q4.3



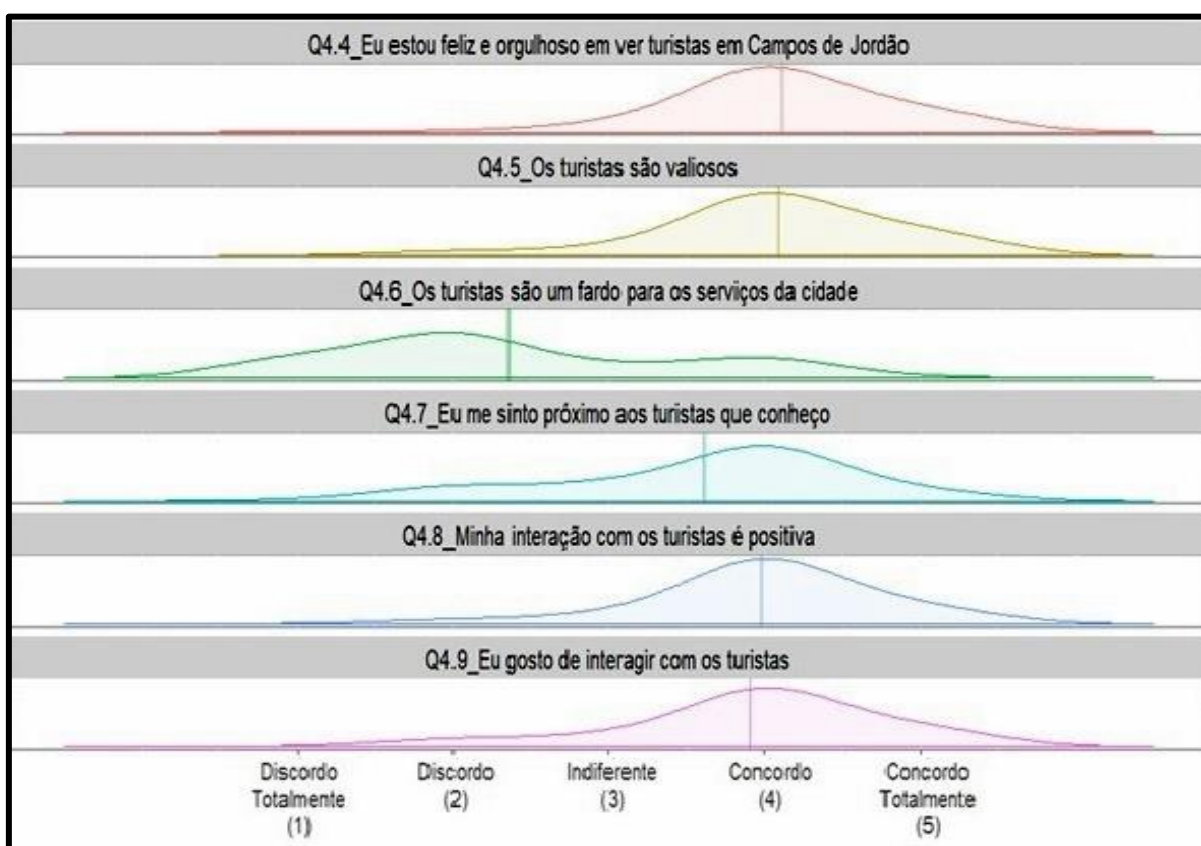
Fonte: a autora, 2021

De acordo com 68,33% (328) dos entrevistados, o sentimento de felicidade e orgulho representam a chegada dos turistas à cidade, caracterizando a positividade que vem sendo constante nesta análise de questionário. A Figura 15 (Q4.4) destaca a curva assimétrica à direita.

²⁷ Com essas questões, novamente realizou-se um comparativo entre os bairros, chegando ao mesmo resultado anterior: não há diferenças numéricas significativas que justifiquem a impressão geral que o jordanense tem: de que o pessoal do Capivari apoia mais o turismo e, conseqüentemente, de que o pessoal da Abernécia não deseja a presença dos turistas na cidade (Apêndice G).

Apesar da avaliação positiva demonstrada até aqui em boa parte das perguntas, considerou-se as colocações de Gotman (2008) e de Carneiro, Eusébio e Caldeira (2017). Para a primeira, a assimetria dos papéis no turismo e nas relações é favorável aos visitantes, titulares do direito de vir, ver e pagar. Para a segunda publicação, a interação costuma ser frequentemente formal, breve, ambígua, temporária, além de desbalanceada se for analisada sob a perspectiva do anfitrião.

Figura 15 – Curva de distribuição – Q4.4 a Q4.9



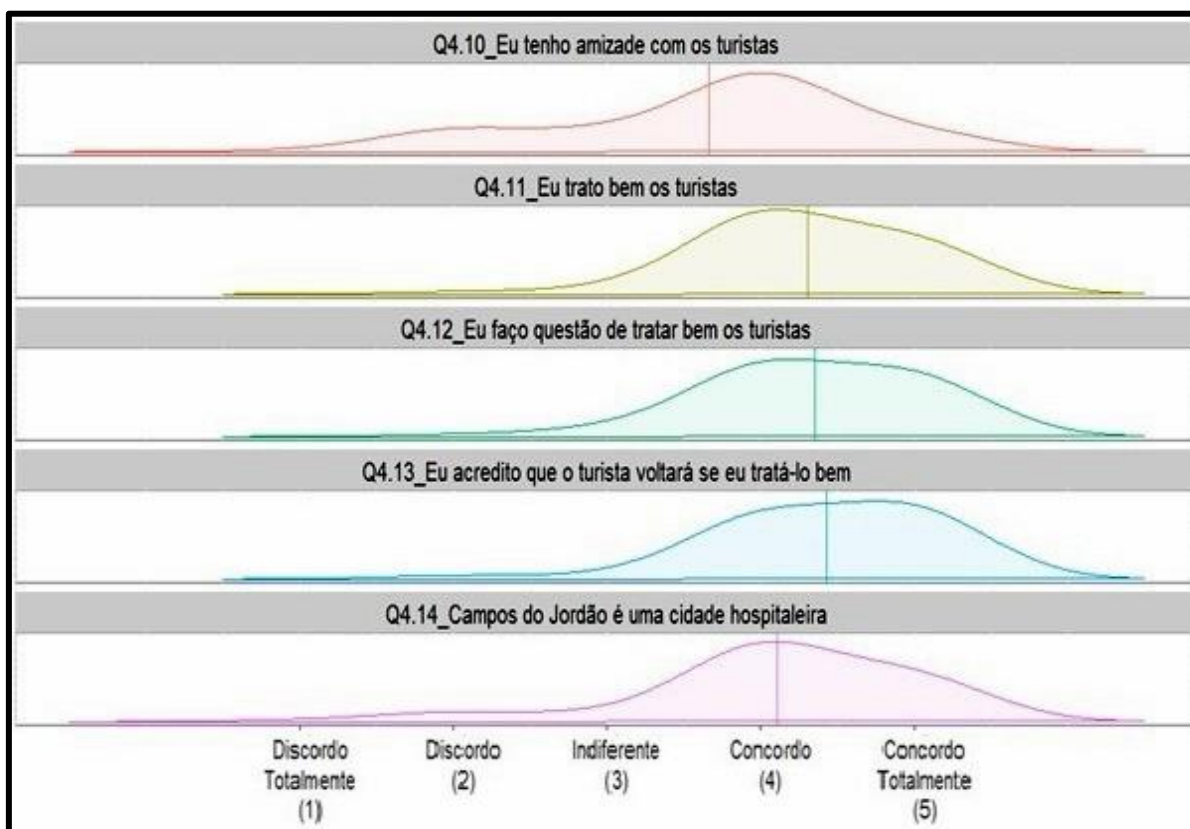
Fonte: a autora, 2021

Neste sentido, para 65% (312) os turistas são valiosos, com uma curva levemente assimétrica à direita (Figura 15, Q4.5) e, por isso, discordam (46,25% - 222) da afirmação que os turistas são um fardo para os serviços da cidade, com uma Curva assimétrica à esquerda (Figura 15, Q4.6). Contudo, vale ressaltar que 20,83% (100) concordaram com a afirmação da questão seis, afirmando que os turistas sobrecarregam os serviços da cidade, principalmente na questão de transporte e o trânsito na alta temporada, já que há apenas uma avenida principal conectando o portal da cidade - a entrada oficial-, com a região da Vila Capivari. Esta é uma questão

que demanda um acompanhamento, especialmente fora de períodos conturbados como o último ano com a pandemia da Covid-19.

Eusébio, Vieira e Lima (2018) estudaram as relações entre anfitriões e turistas, destacando a amizade e interação entre esses dois segmentos como variáveis para a sustentabilidade do setor. Na pesquisa destes autores, o turismo e a interação com os turistas foram avaliados negativamente, contrário ao estudo desta tese, na qual as questões 7, 8 e 9 apresentaram uma positividade nas respostas, resultando em uma curva assimétrica à direita (Figura 15, Q4.7, Q4.8 e Q4.9). A maioria (57,7% - 277) dizem se sentir próximos aos turistas que conhecem, classificando esta interação como positiva (69,16% - 332), o que desperta um gosto em interagir com os turistas (61,45% - 295).

Figura 16 – Curva de distribuição – Q4.10 a Q4.14



Fonte: a autora, 2021

Para 56,04% (269) dos respondentes, há amizade com os turistas, incentivando o morador a tratar bem o turista para 57,29 % (275), como questionado na questão 11 (ambas as questões apresentaram respostas caracterizando uma Curva assimétrica à direita como exposto na Figura 16, Q4.10 e Q4.11). A mesma assimetria foi

identificada quando a maioria (93,33% - 448) sinaliza fazer questão de tratar bem o turista, acreditando que ele voltará se o assim fizer (95,20% - 457), como evidenciado na Figura 16 (Q4.12 e Q4.13).

A hospitalidade também resultou uma assimetria à direita (Figura 16, Q4.14). Para 87,29% (419) Campos do Jordão é uma cidade hospitaleira. Contudo, diante da multiplicidade de interpretações do termo hospitalidade, esta questão exige um aprofundamento, de preferência mais qualitativo.

Considerando as percepções exploradas neste item, ao rodar um modelo de regressão com todas as variáveis envolvidas nesta etapa, somente as variáveis a seguir se mostraram estatisticamente significantes, sendo utilizadas para um novo modelo de análise (Figura 17).

- Variável resposta: “Quais são os seus sentimentos em relação à presença de turistas em Campos do Jordão?” (**Q4.2**).
- Local de Nascimento;
- Como considera a relação deles;
- Você acha que os turistas são diferentes das pessoas de Campos do Jordão? (**Q4.3**);
- Eu estou feliz e orgulhoso em ver turistas em Campos do Jordão (**Q4.4**);
- Os turistas são valiosos (**Q4.5**);
- Os turistas são um fardo para os serviços da cidade (**Q4.6**);
- Eu acredito que o turista voltará se eu tratá-lo bem (**Q4.13**);
- Campos do Jordão é uma cidade hospitaleira (**Q4.14**);

Um novo modelo foi estimado com as variáveis acima, dando uma segunda chance para as questões Q4.1 e Q4.8, que apresentaram p-valores um pouco acima de 0,05. Ao estimar um segundo modelo, a variável Q4.1 não se mostrou estatisticamente significativa (p-valor 0,07491). Um terceiro modelo foi estimado sem essa variável. Ao estimar um terceiro modelo, a variável Q4.3 não mais se mostrou estatisticamente significativa (p-valor 0,05406). Um quarto modelo foi estimado sem essa variável (Figura 17).

A partir do modelo testado, pode-se afirmar que, para cada um ponto adicional no conceito de indivíduos felizes e orgulhosos em verem turistas em Campos de Jordão, a percepção de sentimentos mais favoráveis em relação a presença de

turistas tende a aumentar, em média, 0,2625 ponto (aproximadamente 0,26 ponto). Para cada um ponto adicional no conceito de que os turistas são valiosos, a percepção de sentimentos mais favoráveis em relação a presença de turistas tende a aumentar, em média, 0,1620 ponto (aproximadamente 0,16 ponto).

Figura 17 – Modelo de Regressão sobre as percepções do jordanense em relação ao turista

Coefficients:				
	Estimate	Std. Error	t	value
Pr(> t)				
(Intercept)	2.32222	0.25864	8.979	< 2e-16 ***
Local_NascimentoSão Paulo (Estado)	0.01342	0.06594	0.203	0.83884
Local_NascimentoSanta Catarina (Estado)	-0.25556	0.35158	-0.727	0.46766
Local_NascimentoPernambuco (Estado)	0.08368	0.24953	0.335	0.73753
Local_NascimentoParaíba (Estado)	-0.22261	0.24982	-0.891	0.37335
Local_NascimentoMinas Gerais (Estado)	0.06715	0.08417	0.798	0.42545
Local_NascimentoCeará (Estado)	0.66125	0.49806	1.328	0.18496
Local_NascimentoParaná (Estado)	0.09322	0.17818	0.523	0.60109
Local_NascimentoRio Grande do Norte (Estado)	0.02993	0.28761	0.104	0.91716
Local_NascimentoRJ (Estado)	0.11517	0.16779	0.686	0.49282
Local_NascimentoAlagoas (Estado)	-0.56709	0.28842	-1.966	0.04988
Local_NascimentoBahia (Estado)	-0.30928	0.36012	-0.859	0.39089
Local_NascimentoMato Grosso do Sul (Estado)	0.80325	0.49569	1.620	0.10582
Local_NascimentoPiauí (Estado)	-0.16049	0.49884	-0.322	0.74780
Local_NascimentoRio Grande do Sul (Estado)	-0.22245	0.35320	-0.630	0.52913
Local_NascimentoPortugal	1.30292	0.49806	2.616	0.00919
Local_NascimentoItália	-0.50209	0.49733	-1.010	0.31324
Q4.4	0.26246	0.04859	5.402	1.06e-07***
Q4.5	0.16197	0.04071	3.978	8.07e-05 ***
Q4.6	-0.09911	0.02402	-4.125	4.40e-05 ***
Q4.13	-0.11908	0.03978	-2.993	0.00291 **
Q4.14	0.07474	0.02760	2.708	0.00703 **
Q4.8	0.13810	0.03991	3.460	0.00059 ***

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1				
Residual standard error: 0.4945 on 457 degrees of freedom				
Multiple R-squared: 0.3527, Adjusted R-squared: 0.3216				
F-statistic: 11.32 on 22 and 457 DF, p-value: < 2.2e-16				

Fonte: a autora, 2021

Para cada um ponto adicional no conceito de que os turistas são um fardo para os serviços da cidade, a percepção de sentimentos mais favoráveis em relação a presença de turistas tende a diminuir, em média, 0,0991 ponto (aprox. 0,10 ponto). Para cada um ponto adicional no conceito de que a interação com os turistas é positiva, a percepção de sentimentos mais favoráveis em relação a presença de turistas tende a aumentar, em média, 0,1381 ponto (aproximadamente 0,14 ponto).

Para cada um ponto adicional no conceito de que o turista voltará se for bem tratado, a percepção de sentimentos mais favoráveis em relação a presença de

turistas tende a diminuir, em média, 0,1191 ponto (aproximadamente 0,12 ponto). Para cada um ponto adicional no conceito de que Campos de Jordão é uma cidade hospitaleira, a percepção de sentimentos mais favoráveis em relação a presença de turistas tende a aumentar, em média, 0,0747 ponto (aproximadamente 0,07 ponto).

Para ajuste do modelo analisado, duas medidas de qualidade foram analisadas: o erro padrão de resíduos e o R-Quadrado Ajustado. A estimativa do erro padrão dos resíduos (*Residual standard error*) está próximo de zero (0,4945), fato que caracteriza uma boa qualidade de ajuste do modelo. Isso significa que os valores da variável resposta (sensação de orgulho por morar em Campos de Jordão) desviam, em média, de valores estimados pelo modelo de regressão em 0,4945.

Por outro lado, o R-quadrado Ajustado (ou Coeficiente de determinação do modelo), medida que representa a proporção da variabilidade da variável resposta (sensação de orgulho por morar em Campos de Jordão) explicada pelas demais variáveis do modelo (Local de Nascimento, Q4.4, Q4.5, Q4.6, Q4.8, Q4.13 e Q4.14) é de 32,16%, o que permite afirmar que o modelo estimado possui considerável poder de explicação.

6.4 SÍNTESE SOBRE AS PERCEPÇÕES

A percepção do morador sobre a relação do trabalho com o turismo é essencial para compreender como ele avalia o turismo e os impactos do setor no seu cotidiano, considerando que, como pontuam Gursoy, Jurovski e Uysal (2002), Kim, Uysal e Sirgy (2013), entre outros, a percepção do ganho econômico é o que mais tem efeito no apoio ou não ao turismo. Ao analisar as respostas obtidas pela técnica de questionário, pode-se observar que algumas pessoas não conseguiram relacionar suas atividades profissionais com o turismo, mesmo estas sendo próximas do setor, como caseiro e garçom. Outro fator também são profissões que são afetadas pelo turismo, como construção civil (e relação com as chamadas segunda residência), informática, carpinteiro/marceneiro e outras.

A pesquisa demonstrou haver uma polaridade quanto ao sentir falta ou não da cidade em caso de necessidade de mudança. A princípio este não é um fator de preocupação para o planejamento da atividade, mas é algo que precisa ser acompanhado, pois conforme Sirakaya, Toye e Sonmez (2002) é preciso observar as mudanças nas atitudes dos residentes para auxiliar no desenvolvimento e

planejamento do turismo, permitindo que ações de intervenção possam ser tomadas assim que um problema for diagnosticado.

Os respondentes demonstram satisfação com a cidade em que moram, despertando sentimento de orgulho e responsabilidade com o local. Apesar das repostas positivas representarem a maioria no aspecto de construção de memórias, a escala de cinco pontos adotada na técnica possibilitou identificar certa dificuldade em construir memórias na cidade, o que pode ser o primeiro afastamento em relação a cidade, inclusive com ausência de sentimentos de pertencimento. É preciso considerar a importância do sentimento de pertença já que, de acordo com Nunkoo e Gursoy (2012) e Wang e Xu (2015), as atitudes positivas em relação ao local em que moram geram maior conexão, comprometimento e satisfação, influenciando o apoio ao turismo. Para Pires e Alcantarino (2008) o conjunto de interações que se estabelece de forma organizada e espontânea em espaços turísticos pode auxiliar no sentimento de pertencimento dos indivíduos a um determinado grupo, a uma determinada sociedade. Contudo, é preciso considerar a estrutura disponível para essas interações, incentivando as relações, explicam Peralta, Vieira e Ozorio (2005).

Apesar das percepções positivas apresentadas no início, a insatisfação dos jordanenses em relação à infraestrutura da cidade foi intensa. Para Hu e Vogt (2008), uma comunidade que desenvolve o turismo na esperança de alavancar a sua economia deve prestar atenção aos que não compartilham da infraestrutura turística. Esta ressalva também faz parte do material de Ribas e Hickenbick (2011) quando estes alertam que, apesar de o turismo ser considerado uma das atividades que mais contribuem economicamente para uma cidade, isso não corresponde diretamente ao desenvolvimento social local. É essencial reforçar que a infraestrutura afeta o município e sua melhoria deveria fazer parte de qualquer planejamento urbano, não apenas do planejamento turístico. Se o morador não se sente feliz com sua cidade e estrutura, se não a considera adequada para viver, como receber outras pessoas em seu espaço?

A comunidade de Campos do Jordão se sente responsável pela cidade e pela sua melhoria, mas não participa das decisões e momentos políticos, assim como considera que o jordanense não cuida da cidade. Desta forma, é preciso desenvolver ações que melhorem a conexão com o espaço que usufrui, assim como a destinação do lixo (diário e entulhos), desenvolvimento e manutenção de espaços de convivência, entre outros aspectos. Quanto à participação política, vale destacar que poucos

lembraram do voto e nenhum citou associações de bairro ou associações ligadas às profissões.

A visitação dos espaços turísticos pelos moradores foi sinalizada, apesar de concentrada em alguns pontos apenas, o que gera uma preocupação em termos do pertencimento. Essa preocupação foi encontrada também nas pesquisas de Wang e Xu (2015), de Leep (2007) e de Chen (2000) ao reforçarem que a atitude positiva em relação à cidade e ao turismo cria um efeito significativo de pertencimento ao local, definido por Wang e Xu (2015) como um conjunto de significados, conhecimento, conexão e comprometimento com o espaço, provocando sentimentos de cuidado com o espaço que rodeia o morador e com os espaços frequentados por este morador. Para os autores citados, a concentração de uso em apenas alguns pontos específicos da cidade representa um afastamento do restante da cidade, podendo acarretar o distanciamento em relação ao turismo também.

Assim como alertam Andereck e Nyaupane (2011) de que a positividade de análise do turismo está atrelada a uma visão pessoal de benefício, normalmente econômico, a comunidade jordanense demonstra interesse em aumentar o turismo na cidade. Porém comentários complementares enfatizam que o apoio só ocorre por causa do dinheiro e que não há outras opções de trabalho na cidade. O sentimento de se beneficiar com o turismo merece um olhar mais atento, já que há sinais de que os jordanenses começam a não sentir o benefício pessoal com a atividade. Acredita-se que tal sentimento ocorra por não haver uma divisão equitativa dos ganhos com o turismo, como explicam Rennó e Teixeira (2007) e Cardona, Criado e Cantallops (2015), ocorrendo um subdesenvolvimento com desigualdade social e concentração de renda. Harril (2004) alerta que, sem uma distribuição dos benefícios – principalmente os econômicos-, com toda a comunidade, o acolhimento e a receptividade podem rapidamente se transformar em hostilidade e contribuir com o declínio do destino. Assim como alertado anteriormente, Sirakaya, Toye e Sonmez (2002) reforçam a necessidade de se acompanhar as mudanças de atitude dos residentes.

A imagem construída da cidade, apesar de apreciada, é criticada. Os respondentes sentem-se felizes com os aspectos de glamour e riqueza, mas consideram que tais aspectos não os representam. Pan e Li (2011), Cozmiuc (2011), Zhang *et al.* (2014) e Oguztimur e Akturan (2016) explicam que a imagem de um destino é criada para formular produtos e posições estratégicas, criando valor

econômico, político e cultural. Desta forma, desenvolveu-se uma imagem de Campos do Jordão como um local ideal de descanso e fuga que não caracteriza a cidade do cotidiano do morador, afastando-o do reconhecimento do espaço como seu e do seu usufruto já que se estabelece o estigma de espaços turísticos *versus* espaços dos moradores. Nesse processo de construção de um imaginário – fictício – ignora-se que o morador precisa se reconhecer naquele espaço, já que este pertence a ele em primeiro lugar. Caso não ocorra esse reconhecimento, há uma ruptura no elo entre o morador e a cidade.

Apesar desta visão, o turismo apresenta o potencial em despertar o sentimento de orgulho na comunidade, condizente com Carneiro, Eusébio e Caldeira (2017), quando destacam que o contato social entre o visitante e o anfitrião contribui para que os anfitriões se sintam mais orgulhosos em relação à cidade, desenvolvendo maior apreciação pelo lugar em que vivem, e até fortalecendo a sua identidade. Os respondentes demonstram que há uma boa relação entre os moradores e os turistas, inclusive com o desenvolvimento de sentimentos de amizade, além de destacarem que o bom atendimento e a hospitalidade podem ser fatores essenciais para o retorno do turista à cidade.

Nesta relação é preciso considerar o exposto por Harril (2004) quando explica que quanto maior o tempo de moradia na comunidade, mais negativa é a percepção do desenvolvimento do turismo, como também quanto mais próximo morar dos espaços turísticos, mais negativa será a percepção do turismo. A extensão do contato e o conhecimento sobre o setor do turismo possuem relação com as atitudes e ações de hospitalidade (ANDERECK; NYAUPANE, 2011), sendo que o processo e a frequência do contato são os fatores que mais afetam o balanceamento dos custos e benefícios do turismo (CARDONA; BASSI, 2016).

Nesse contexto, a pesquisa demonstrou que a maioria dos jordanenses possui contato com turistas. A comunidade é a favor da presença deles na cidade, apesar de que comentários informais sinalizaram a diferença entre excursionistas e turistas, o que se assemelha à pesquisa de Maio, Barreto e Santos (2006) ao ressaltarem as diferentes relações de trocas estabelecidas. Estes comentários sinalizam um descontentamento com os excursionistas, aspecto que foi considerado para o processo de *époche* e ajustes para a técnica qualitativa de grupo focal.

Os jordanenses reconhecem a importância de se tratar bem o turista para que este retorne, resultado correspondente ao de Moon e Han (2018) que apontam que

as percepções sobre as interações serão marcantes e influenciadores em novos processos de decisão. Segundo Carneiro, Eusébio e Caldeira (2017) a satisfação dos moradores locais em receber turistas, faz com que tenham atitudes mais positivas e influenciam no retorno de tais visitantes.

A amizade com turistas também ocorre para a maioria dos jordanenses. Essa constatação também foi identificada por Kim (2014) e Chandralal e Valenzuela (2013), refletida pelo caráter amigável da comunidade local, pelo desejo de agradar e pelo compartilhamento de informações sobre o local em que moram. Ressalta-se, apenas, que, como pontuam Cetin e Okumus (2018), é preciso verificar se esta interação não é transformada apenas em uma relação comercial, incentivando os visitantes a pagarem mais por algo que eles enxergam valor.

Para o sucesso e manutenção de um destino turístico faz-se necessário ir além de uma interação comercial entre anfitriões e visitantes, mas sim de modo pessoal, sendo esta última compreendida por Cetin e Okumus (2018) como uma hospitalidade tradicional, que envolve a proteção dos hóspedes, a reciprocidade e uma série de obrigações de ambos os lados. Para os autores, esta hospitalidade tradicional só existirá se os anfitriões estiverem satisfeitos com o turismo e com os turistas. Reforça-se, ainda, que a hospitalidade não visa o turista com exclusividade, mas sim o morador, com ênfase no seu reconhecimento como parte ativa da comunidade e do seu desenvolvimento, com forte influência em sua qualidade de vida.

Poulston (2015) explica que a interpretação da hospitalidade pode variar, mas nunca deixará de ser uma manifestação de um valor pessoal e social. Cetin e Bilgihan (2015) identificaram que a hospitalidade local é o principal fator influenciador para o retorno dos visitantes, já que os faz se sentirem como hóspedes e não como simples visitantes/estrangeiros. Neste sentido, os respondentes acreditam que Campos do Jordão seja uma cidade hospitaleira, apesar de comentários complementares sinalizarem que a cidade assim é por causa do aspecto humano e não do aspecto urbano e estrutural, fato que também fez parte do processo de *époche* para a etapa de grupo focal.

Visando atingir a *époche*, destacam-se os seguintes pontos que precisaram ser eliminados da compreensão da pesquisadora para o grupo focal: o turismo visto com cautela pela população; o não envolvimento da população com os atrativos turísticos da cidade. Ainda foram acrescentados outros aspectos: as relações conflituosas entre comunidade e turistas; o sentimento de acolhimento voltado aos turistas apenas; o

sentimento contraditório com as chegadas de excursionistas e de turistas; a compreensão do termo hospitalidade e sua relação com o turismo e a cidade. Estes aspectos foram considerados para a reformulação das perguntas do grupo focal, como exposto no apêndice B.

7 APROFUNDAMENTO SOBRE AS PERCEPÇÕES DO ANFITRIÃO-RESIDENTE DE CAMPOS DO JORDÃO

Este item apresenta os principais resultados obtidos da técnica de grupo focal, aproveitando-se da *époche* possibilitada após a etapa quantitativa. Os resultados foram organizados a partir dos grupos focais A, B, C. Após a transcrição (Apêndices H, I, J), analisou-se as opiniões e as observações oriundas do processo interacional, característico da técnica escolhida. Cada grupo permitiu um aprofundamento acerca das percepções do morador de Campos do Jordão com base em doze perguntas, divididas em não estruturadas, estruturadas e genéricas.

7.1 GRUPO FOCAL A

No grupo das perguntas não estruturadas, a resposta geral e espontânea sobre o turismo focou o dinheiro. Variações com termos como emprego, *status*, glamour também estavam presentes, posicionando o turismo como o maior gerador de renda da localidade. Os argumentos utilizados giraram em torno da essencialidade do turismo para a cidade e a garantia da qualidade de vida, principalmente dos trabalhadores do setor que garantem maior sustento com a taxa de turismo paga e rateada na empresa. Em diversos momentos, a dependência econômica da cidade em relação ao setor do turismo foi evidenciada. Respostas socialmente aceitas também foram registradas, com destaque para o turismo gerar conhecimento, saúde, troca de cultura e religião, além de um sentimento de preocupação com a chegada de turistas na cidade durante a pandemia da Covid-19.

Diante da proximidade da alta temporada, o discurso econômico se manteve. As respostas mais espontâneas sinalizaram ser um momento de intenso trabalho, de recuperar o que se perdeu ou se deixou de ganhar na baixa temporada, e de buscar metas para ganhar um montante que possibilite passar pelos demais períodos do ano. Contudo, após o momento inicial de interação, uma resposta-pista apareceu quando se considerou a perspectiva do morador e não apenas do trabalhador: a temporada traz caos, já que falta infraestrutura na cidade, principalmente no que diz respeito à mobilidade.

Apesar do retorno econômico que o período traz, a interpretação de perda de qualidade de vida é compartilhada. Deixa-se de praticar atividades prazerosas como

andar de bicicleta, ir ao supermercado a qualquer momento, compartilhar momentos simples de lazer e de tirar folga. Em contrapartida, enfrenta trânsito, algo não comum no cotidiano, intensificado pela dependência de uma única avenida que conecta toda a cidade. Ao aumento do número de carros, soma-se, ainda, ao número excessivo de ônibus, assim como os trenzinhos e cavalos usados para passeio, bem como o trem que percorre a avenida central, potencializando ainda mais o caos da mobilidade. A necessidade de uso de vias alternativas em bairros mais isolados, conhecidos apenas pelos moradores, é destacada, porém, atrelada a um maior gasto de combustível, já que tais caminhos levam a um aumento considerável de quilômetros. O termo 'desespero' foi citado algumas vezes para exemplificar essa situação, assim como a obrigatoriedade de adaptação para passar pelo período de alta temporada.

Nesse momento de discussão, vale salientar a visão de um dos participantes, empreendedor na área de restauração, o qual acredita que como a cidade depende do turismo e, conseqüentemente do turista, é preciso aceitar esse trânsito. Ele defende que essa 'muvuca' é o que traz *status* à cidade, ou seja, a sensação do turista de que compartilha um destino disputado, portanto, o caos é justificado para se buscar o lucro máximo na alta temporada – visão rechaçada pelos demais, o que permitiu a anotação de duas respostas-pista. A primeira aborda como a questão de infraestrutura afeta qualquer ação de recepção e de acolhimento. Os participantes exemplificaram que, por melhor que seja o atendimento, o estresse para chegar no local cria uma espécie de barreira na relação. Essa barreira começa a ser construída a partir da irritabilidade do turista, que é rude com o colaborador da empresa. Este, por sua vez, perde a motivação de continuar a atendê-lo, executando apenas a sua obrigação profissional básica, o que pode irritar ainda mais o turista. Este círculo vicioso só será quebrado quando o turista, se sentindo mais relaxado, se reaproxima do colaborador com mais educação, o qual se sente mais motivado a atender além da sua função.

A segunda resposta-pista aborda a mudança de perfil dos turistas, que têm procurado por mais áreas verdes que proporcionem descanso e distanciamento do estresse diário. Para este grupo, o glamour da cidade está mudando – de uma interação localizada em um único espaço para uma interação com a natureza. É importante destacar também que essa mudança é perceptível para os turistas que já visitaram a cidade anteriormente, e assim buscam outros espaços para conhecer e interagir. Entretanto, esses mesmos turistas costumam realizar grandes confraternizações em suas segundas residências ou em casas alugadas, gerando

conflitos com os moradores da região (fato potencializado nesse período de pandemia).

Apesar de tais conflitos, um posicionamento positivo foi sinalizado no processo de ajudar e dar informações aos turistas. Os participantes gostam de desempenhar tal papel e o fazem com prazer. Contudo, destacaram que a maioria dos jordanenses não gosta de ajudar. Acreditam que, por não conhecerem a cidade, principalmente nomes de ruas, preferem não orientar os turistas ou se sentem envergonhados em fazer isso (o que se considerou como uma resposta-pista). A ressalva, nesta questão, é que nenhum dos participantes diz ter tal problema, mas afirmam que conhecem muitas pessoas com esse posicionamento – seria esse um senso comum, algo verdadeiro ou falseado pelas impressões diárias? Este é um ponto importante, já que a hospitalidade é analisada sob a dimensão do pertencimento e do acolhimento e ao não conhecer a própria cidade, ocorre um afastamento e uma ausência de envolvimento com a melhoria da localidade, seja no âmbito privado como no público.

Com o avanço das interações, os participantes destacaram que o turista também precisa conhecer e pesquisar sobre a cidade antes de viajar. Muitos chegam sem saber nada, o que acaba incomodando os moradores. Esse desconhecimento passa a ser interpretado como desinteresse do turista em realmente conhecer a cidade. Aliando-se ao estresse da temporada e ao aumento do trânsito, tal combinação provoca um incremento na irritabilidade do jordanense que passa a reclamar do turismo, utilizando-se das mídias sociais para externar seu descontentamento. Consequentemente, muitos generalizam a ideia de que todo turista é um potencial inimigo para a cidade. Por razões históricas da construção do turismo na localidade, principalmente na década de 1990, com a chegada de grandes casas de eventos e empresas automobilísticas, a mão de obra contratada era de fora da cidade, disseminando um conceito, hoje enraizado, de que a temporada não foi feita para o jordanense trabalhar.

A última pergunta desta etapa não estruturada abordou a imagem de Campos do Jordão a partir de seu imaginário construído: de Suíça Brasileira, do glamour e do *status* atrelado. Os participantes gostam desse imaginário, mas consideram que esses termos representam a maior *fake news* do turismo local, já que não condizem com a sua realidade. Para eles, são duas realidades completamente opostas: uma cidade para o turista e uma cidade para o morador e, por isso, não sentem que pertencem àquilo divulgado para o turista. Defendem que, se o turismo for mais organizado, será

possível proclamar outros tipos de glamour como passeios pelas áreas verdes da cidade e não apenas a região do Capivari. Afirmam que, enquanto se concentra toda a divulgação do turismo local em uma única região e apenas na temporada de inverno, a cidade falha com o turismo, pois cria-se uma expectativa e não consegue atendê-la plenamente.

Após a etapa não estruturada, iniciou-se a estruturada em que se questionou os benefícios do turismo para o jordanense. As respostas espontâneas giraram em torno do emprego e do dinheiro, mantendo o padrão das primeiras opiniões. Acrescenta-se, apenas, a observação do grupo em relação às exigências para se trabalhar em Campos do Jordão: são muito grandes, dependendo da indicação de alguém para conquistar determinada vaga. Para eles, as vagas mais comuns são apenas de extras,²⁸ principalmente na área da restauração. Esta situação faz com que o funcionário deixe de criar vínculo com a empresa, de se dedicar totalmente já que não tem tempo para isso, assim como também gera falta de responsabilidade, pois muitos não se comprometem com a função, como também não comparecem no dia marcado ou mudam para outra empresa que pagará mais naquele dia. Considera que essa é uma resposta-pista, que possibilita compreender mais como se dá essa relação com o trabalho.

Como resposta socialmente aceita foram registrados ganhos com a experiência de convívio com novas culturas e novas pessoas. Reforçaram que vínculos são criados, principalmente com os turistas *habitués*, sendo comum a troca de informações pessoais entre eles. Interessante ressaltar as respostas indicativas de que os participantes sempre se colocam como colaboradores do setor, funcionários das empresas, e não como moradores, o que reforça o estigma de dependência do turismo para além do aspecto econômico.

Um único participante se posicionou como morador, gerando concordâncias posteriores. Para este, além do emprego, o morador ganharia se a prefeitura investisse na cidade, não apenas nas zonas turísticas, mas em toda a cidade. Ele citou aspectos como ausência de pavimentação e calçadas nos bairros, falta de saneamento básico e iluminação pública. A partir de tais exemplos, muitos participantes concordaram com essa relação, sinalizando que a prefeitura deveria

²⁸ Termo utilizado pelos participantes para designar os “temporários”, pessoas contratadas por dia/fim de semana/temporada.

saber administrar melhor o que o turismo gera para a cidade, não apenas em relação aos impostos, mas também taxas – mas será que a prefeitura tem esse levantamento?

Prosseguindo com os questionamentos, buscou-se compreender as diferenças que os participantes percebem entre o turista e o excursionista. Para eles, a questão econômica é um dos fatores que mais os diferem. Os excursionistas já vêm com tudo previamente definido, com um tempo cronometrado para desfrutar em cada lugar. Dessa forma, não estabelecem nenhuma relação com a cidade ou com o morador. Apesar do crescimento desse tipo de turismo nos últimos anos, falta infraestrutura para recebê-los, como banheiro, transporte entre o local de parada do ônibus até o centro turístico, bem como cafeterias abertas no horário em que chegam.

Outro aspecto ressaltado é a disputa dos guias locais pelos ônibus que chegam, fato que envergonha os participantes do grupo. Também os incomoda o fato de os guias levarem os grupos apenas a determinados lugares, o que seria uma explicação para o pouco gasto financeiro que realizam na cidade. Diante de todos esses aspectos, os participantes consideram que esse tipo de turismo não possui e não compartilha o glamour que a cidade vende, sendo reconhecido por eles como um turismo predador, analisada aqui como uma resposta-pista.

Como os participantes acreditam que a cidade e as políticas públicas definidas estimulam esse tipo de turismo, defendem ser obrigação da cidade oferecer melhor infraestrutura ao segmento. Nesta estrutura, além dos aspectos anteriormente citados, acrescentam a necessidade de treinamento dos colaboradores do setor para que um bom atendimento seja executado, já que acham que os excursionistas são tão ignorados quanto os jordanenses que resolvem passear pela área turística do Capivari (destaca ser essa uma reclamação comum encontrada entre os jordanenses: a pouca atenção dada a eles quando eles passeiam e vistam as lojas da área citada). Para o grupo, é importante definir um roteiro ou, pelo menos, compreender o roteiro mais realizado por esse segmento, já que ele pode retornar posteriormente como turista. O que se pode afirmar, até pelos dados apresentados nesta tese, é que as excursões vêm crescendo na cidade, tornando Campos do Jordão um destino complementar ao turismo religioso, com foco na cidade de Aparecida, destino principal desses ônibus. Porém, pouco se conhece sobre eles, os locais visitados, o valor médio gasto, se há potencial para eles retornarem e pernovernarem na cidade, o interesse ao visitar a localidade, entre outros fatos. Diante disso, questiona-se se o glamour tão atrelado à cidade se sustentará com a falta de glamour ofertada ao turista de um dia?

Já o turista, para os participantes, costuma aproveitar mais a cidade, conversa mais com os jordanenses (enquanto estes prestam um serviço), expande a visita para além do Capivari. Neste momento, apesar de até então terem defendido que a alta temporada é o momento de recuperar o dinheiro perdido e lucrar para compensar os demais meses do ano, sinalizam que a situação do turismo da cidade também é culpa dos empresários e fornecedores, não apenas da prefeitura, já que o aumento nos preços é uma prática comum – chega a ser até cinco vezes superior ao praticado na baixa temporada. Também apontam a falta de apoio da comunidade durante os grandes eventos na cidade, principalmente com as reclamações nas mídias sociais. Para eles, a população quer o bônus sem o ônus! Apesar desse posicionamento do grupo, a pesquisadora faz uma ressalva em relação à ausência de pesquisas que identifiquem os impactos – econômicos e sociais – que os eventos provocam na cidade, com ênfase no dinheiro arrecado, pernoites e empregos gerados, já que ter o evento na cidade não significa, necessariamente, ter movimentação econômica.

Como resposta socialmente aceita para as mudanças que o turismo provoca no estilo de vida do jordanense, foram citados o atendimento de modo mais hospitaleiro, tentar se colocar no lugar do hóspede e o uso de palavras por eles consideradas ‘mais complexas’²⁹ Como resposta espontânea, surgiu a chamada ‘Teoria do filho do caseiro’, quando o estilo de vida é baseado no do patrão, não no que o jordanense vivencia ou naquilo que ele pode vivenciar (apesar de não poder opinar sobre tal teoria, ao mudar-se para a cidade, a pesquisadora se espantou com a quantidade de pessoas que buscam empregos como caseiros). Além dessa teoria, e com um pouco mais de concordância entre os demais participantes, surge, de forma mais espontânea, o aspecto de agir como turista, ou seja, colocar uma roupa mais elegante e ir passear no Capivari. Contudo, agir dessa maneira é visto pelos demais jordanenses como falsidade. Acredita-se que essa constatação surge de um padrão estabelecido no passado, pois muitos só foram conhecer o Capivari depois que passaram pela adolescência, já que seus pais e avós não se sentiam à vontade para frequentar o local (e/ou não teriam dinheiro para gastar por lá).

A última questão deste segundo bloco abordou o acolhimento ao morador de Campos do Jordão. Para os participantes, esse acolhimento se daria pela educação, lazer, infraestrutura, moradia, saúde, transporte, aspectos que não existem de modo

²⁹ Como exemplo pode-se citar hospitalidade, satisfação, gestão da qualidade, além de termos profissionais como *overbooking*, *check in* e *check out*, entre outros.

satisfatório na cidade. O grupo inteiro apresentou tal concordância, reforçando o que já foi apontado anteriormente: os benefícios do turismo não são aplicados em melhorias para a cidade, principalmente no quesito infraestrutura, utilizando sempre como contraponto o Capivari. Para eles, a ausência de tais melhorias afeta o processo de acolhimento do morador, que passa a se distanciar da cidade, entendendo que nada do que é feito é voltado para ele. Dessa forma, ocorrem ações de depredação de praças e jardins públicos, enfatizando a falta de envolvimento com a cidade, apesar do excesso de críticas nas mídias sociais. Os participantes acrescentaram, ainda, que essa situação acaba afetando a ação de acolhimento do morador com o turista, pois a relação estará desequilibrada entre o que se ganha e o que se perde com a atividade na cidade.

O último bloco de perguntas para este grupo envolveu perguntas genéricas e a primeira abordou o sentimento de ser morador da cidade. Para o grupo, o sentimento é de felicidade e de gratidão, reconhecendo as belezas naturais da localidade como algo a se enfatizar, garantindo a construção de memórias. O segundo questionamento envolveu o sentimento de fazer parte do turismo local, algo que também foi apontado positivamente por todos. Vale ressaltar que, inicialmente, todos tiveram o raciocínio envolvendo a questão do emprego e não como morador. Posteriormente, surgiram respostas que sinalizam o envolvimento de todos no turismo por compartilharem o mesmo espaço e estrutura construída para atender aos turistas. Com um pouco mais de avanço nas discussões, o atendimento ao turista, assim como o fornecimento de informações também são sinalizados. Apontaram, ainda, que o morador poderia se envolver mais com as políticas públicas, o que não o faz, bem como não participa de conselhos (nenhum dos participantes participa de qualquer ação com a prefeitura, apesar da crítica).

Entre os locais que costumam aproveitar na cidade destacam-se: Ducha de Prata, Horto Florestal, Mosteiro das Beneditinas, Auditório, além de aproveitar das belezas naturais da cidade por meio de caminhadas. Em comum, esses locais compartilham do fato de serem gratuitos ou oferecem isenção aos jordanenses. Vale ressaltar, ainda, a Festa da Cerejeira, comentada de forma saudosista já que foi cancelada em 2020 e 2021 por causa da pandemia, enquanto a Festa do Pinhão (alterada para a região do Capivari há alguns anos) não foi mencionada.

Como última questão, buscou-se compreender o termo hospitalidade. Para o grupo, representa acolhimento, carinho, satisfação em receber, conjunto de ações

para preparar o espaço e receber a todos da melhor forma possível, preocupar-se com o outro e com a sua satisfação. A partir dessa compreensão, os participantes não acreditam que Campos do Jordão seja uma cidade hospitaleira, principalmente se considerar o morador. Este não se sente à vontade para frequentar todos os espaços da cidade, principalmente os turísticos, o que, segundo o grupo, reflete uma baixa autoestima do jordanense. Além disso, a questão da infraestrutura volta a ser apontada como fator inibidor da hospitalidade. Para eles, esse sentimento se reflete na hospitalidade ao turista, que também é inexistente, já que muitos que os atendem não o fazem com o desejo de garantir satisfação. Para eles, só poder-se-á falar de hospitalidade na cidade quando os moradores e o poder público desenvolverem uma consciência coletiva e, por isso, defendem que a temática turismo seja trabalhada desde a escola básica.

7.2 GRUPO FOCAL B

A primeira pergunta não estruturada do grupo trouxe termos como exploração, injustiça e subaproveitamento dos recursos locais para representar o turismo em Campos do Jordão. Essas foram registradas como as respostas mais espontâneas. Como respostas socialmente aceitas, apareceram: espaço inexplorado, descanso e relaxamento.

Divisão similar pode ser aplicada ao pensamento do jordanense com a aproximação da temporada de inverno. A espontaneidade trouxe termos como dinheiro, lucro que garantirá além da subsistência, sendo este uma busca incessante do patrão. Comentários também abordaram a contratação de extras, considerada uma tarefa árdua devido à baixa capacitação e a alta rotatividade de pessoas, pois muitos não aguentam o ritmo intenso da temporada e acabam desistindo ou procurando outras vagas menos extenuantes. Para os participantes, os extras chegam com um conceito equivocado da temporada, achando que é mais diversão do que trabalho e, ao enfrentarem as longas jornadas, se sentem explorados e disseminam essa fala, o que acaba por fortalecer um discurso comum entre este grupo: a de que não gostam de trabalhar na área do Capivari, considerada na análise como uma resposta-pista. Posteriormente, alguns participantes sinalizaram que a temporada é uma interessante oportunidade de conhecer novas pessoas, fato não comentado pelos demais.

Para o grupo, a temporada é um momento de trabalho, por isso deixam de fazer muitas coisas na cidade. Questionados sobre as ações que costumam efetuar além do trabalho, uma discordância prevaleceu. Para os que dependem da temporada, apenas o trabalho existe; já para os que não dependem, é um momento de fugir de aglomerações de turistas em locais como supermercados e farmácias, como também um momento de aproveitar mais a cidade, passeando em diversos locais como forma de aliviar o estresse. Apesar dos diferentes posicionamentos, há um acordo entre eles de que uma adaptação é necessária: seja no horário de compras, seja na busca de rotas alternativas para fugir do trânsito. Consideram que o caos e a bagunça fazem parte do turismo na alta temporada e que eles precisam aceitar essa situação e se adaptar.

Oferecer ajuda e informação aos turistas é considerada uma ação mínima pelos participantes, pois se colocam na posição do outro (os participantes que sinalizaram muito interesse em ajudar compartilham o fato de já terem morado em outra cidade). Contudo, alertaram para o modo como o turista os aborda, o que pode prejudicar qualquer relação. Também se dizem envergonhados em dar algumas explicações, consideradas básicas e que não precisariam ser dadas se a cidade fosse sinalizada. Outra ressalva se refere ao desconhecimento de alguns em relação à cidade, inibindo uma oferta de ajuda ou obrigando-os a pesquisar para tentar auxiliar da melhor maneira. Esse desconhecimento do local de moradia foi considerado como uma resposta-pista.

Em relação à imagem de Campos do Jordão, pergunta que encerra o grupo das questões não estruturadas, as respostas mais espontâneas giraram em torno da natureza e do clima, aspectos normalmente ignorados no cotidiano, até chegar a respostas socialmente aceitas, tornando a cidade um refúgio. Fazem uma forte crítica à exposição excessiva do Capivari nas mídias, levando os turistas a acharem que é o único espaço da cidade a ser visitado – vale salientar que essa vila é sempre usada como contraponto ao cotidiano do jordanense.

Foi possível identificar três respostas-pista. A primeira, sofisticação e espaço chique foram usados para representar uma camuflagem da cidade, sendo considerado algo que é externado, mas não vivenciado pela população. A segunda, o turista ajuda no processo de reaprender a apreciar a cidade, a sua beleza – comentários sempre feitos com um toque de nostalgia, lembrando locais onde os avós, pais e outros familiares viveram/trabalharam. E a terceira, o jordanense não se

sente pertencente à cidade, criando uma barreira com tudo o que é relacionado ao turismo, isolando-se e se autoproibindo de visitar determinados lugares. Justificativas como o preço cobrado, não ter vestimenta adequada e ser mal atendido por ser jordanense são comumente citadas. Questionados sobre como reverter essa visão, citam a importância de envolver o público adolescente, ensiná-los a aproveitar a cidade e compreender a importância do turismo para o local. Para o grupo, o jordanense quer e precisa se sentir convidado a participar de todos os espaços que a cidade oferece, possibilitando a criação de uma ligação com a cidade para além do aspecto profissional. Dessa forma, a pesquisadora questiona se isso será possível com uma cidade dependente do turismo há tanto tempo?

O segundo grupo de perguntas – estruturadas – inicia com os benefícios do turismo para os jordanenses. Para o grupo, é o giro da economia e a oportunidade de emprego, tanto local como em outras localidades a partir de um contato feito ali. Especialmente para os participantes que já moraram e trabalharam em outras cidades, é um momento de aprendizado, principalmente no Capivari e nos hotéis de diversas categorias da cidade, fato que permitirá que eles tenham possibilidade de disputar vagas mais qualificadas em localidades maiores – seria esse um sentimento de querer sair da cidade? Em termos mais coletivos, o benefício deveria ser em infraestrutura, mas eles concordam que diversas áreas da cidade não recebem investimentos esperados e mínimos para um bom desenvolvimento local.

Este grupo fez grandes distinções quanto ao excursionista e o turista, principalmente na questão de conseguir aproveitar toda a experiência que Campos do Jordão oferece. Para eles, o excursionista já determina tudo o que vai fazer e quanto tempo vai ficar em cada local antes mesmo de chegar à cidade, concentrando-se, principalmente, na região do Capivari. Tem pressa de conhecer os lugares, gasta pouco e não faz questão de pagar taxas complementares, como o *couvert* artístico e a taxa de serviço, deixando os colaboradores das empresas irritados antes mesmo de iniciar o atendimento. Para os participantes, tal segmento não vive a experiência de glamour e sofisticação da cidade, 'nivelando o turismo por baixo'.

Já o turista, apesar de também ter uma programação prévia, se permite a ter brechas e fazer alterações em seu roteiro, aproveitando de dicas. Os participantes se orgulham do fato de poderem compartilhar sugestões que são incorporadas pelos turistas em seus passeios. Para eles, este segmento procura por coisas diferentes e aceita pagar por elas, movimentando assim a economia, ao mesmo tempo em que

garante uma experiência considerada como positiva. Em acordo, o grupo defende a necessidade de a cidade definir qual o público deseja atender com maior intensidade e trabalhar para isso, já que considera os dois segmentos totalmente antagônicos e conflitantes.

A mudança no estilo de vida do jordanense não foi unânime entre os participantes. Essa foi a questão mais complicada de ser respondida por eles, com exemplos que fugiam ao escopo da pergunta. Posteriormente, a questão da vestimenta foi a mais presente. Para eles, o jordanense se veste melhor, toma mais cuidado com a apresentação pessoal, inclusive quando visita outras cidades – essa constatação só foi feita pelos participantes quando foram morar em outras cidades e escutaram tais comentários de seus empregadores. Ainda foram citados a educação e o trabalho diferenciado que executam – novamente retorna-se ao papel de trabalhador, ignorando o papel enquanto morador. No geral, o grupo cita a vestimenta como representativa do caráter chique da cidade, o que pode estar relacionado ao clima do local.

A busca por uma maior qualificação também foi citada, porém não compartilhada pelos demais participantes, que já haviam citado a baixa qualificação dos colaboradores contratados como extras. Vale ressaltar o comentário compartilhado de que jordanense só sabe trabalhar por dois ou três meses no ano e, por isso, não se preocupa com a melhoria do seu serviço, sendo comum empresas de Taubaté, São José dos Campos e Jacareí atuarem na cidade. Este é um ponto de grande inquietação, pois não há pesquisas que identifiquem essa situação, apesar de ser um senso comum local. Também não se pode afirmar, com certeza, se este é reflexo de uma dependência do turismo, atividade com grande sazonalidade.

Em relação ao acolhimento ao morador, o grupo deu respostas negativas. Em termos de infraestrutura, o acolhimento é inexistente, visto que para eles o poder público não olha para todos os espaços da cidade com a mesma atenção e cuidado com que olha para os espaços turísticos. Exemplificaram a nova calçada e novo asfalto, ambos refeitos na avenida principal e não ampliados para os bairros. A saúde e a educação também foram criticadas, com um participante fazendo o contraponto ao sinalizar que melhoraram muito nos últimos anos, apesar de não estarem perfeitas. O transporte público foi outro fator compartilhado por todos, tanto pelo alto valor cobrado quanto pela ineficiência do serviço.

A gratuidade e os descontos em alguns atrativos foram citados pelos participantes. Dois deles avaliam a ação como positiva, mas os demais a consideram insuficiente para fazer com que o jordanense visite esses locais, pois a barreira criada por eles é forte – como já explicado anteriormente. O acolhimento, assim, é considerado maquiado, pois muito mais do que o desconto, eles querem se sentir convidados, o que não ocorre. Olhares desviados e atendimento precário são relatos comuns, fazendo com que eles não se sintam confortáveis no espaço frequentado. Para eles, a cidade precisaria envolvê-los nos espaços, destacando que estes não são apenas dos visitantes, mas também da população. Poderia haver uma ação de divulgação dos lugares mais econômicos e/ou com desconto aos jordanenses, um incentivo à visita em determinado dia da semana, uma oferta de transporte gratuito, de forma a ampliar a visão do morador sobre a sua cidade.

O último bloco de perguntas, genéricas, sinaliza o orgulho e o privilégio que os participantes sentem por morar em Campos do Jordão. É interessante perceber que eles não se sentem parte do turismo enquanto morador. Nessa questão, três respostas-pista precisam ser destacadas. A primeira envolve o aspecto de que o jordanense se coloca sempre como trabalhador quando se aborda o turismo, não percebendo uma relação para além do mercado profissional. A segunda envolve o fato de perceberem uma relação pessoal com o turismo apenas quando agem como turistas, passeando nos atrativos, seja com os familiares ou com amigos que os visitam. O local mais comentado é o Capivari, mantendo o padrão encontrado até o momento de usar essa área como contraponto. A terceira envolve a obrigatoriedade da presença do turista para estabelecerem uma relação com o turismo. Não se colocam na posição de anfitrião, de ter que cuidar do espaço, concentrando-se apenas na relação mais evidente de turista *versus* trabalhador.

Entre os locais visitados pelos participantes o Capivari e o Horto foram os mais lembrados. Porém, neste grupo o aspecto da natureza foi mais enfatizado com as visitas aos Picos e o Belvedere, aproveitando-se para fazer caminhadas e andar de bicicleta. O Belvedere, Museu Felícia Leirner, Fazendinha Toriba e a Festa da Cerejeira também foram lembrados. Os restaurantes foram indicados por dois participantes – ambos moraram em outras cidades. Vale ressaltar que a maioria dos passeios citados são gratuitos ou possuem isenção para o jordanense.

A questão final envolveu a compreensão dos participantes sobre o significado de hospitalidade. Para eles, representa receber alguém, fazer com que essa pessoa

se sinta bem. Para tanto, é preciso fazer o melhor possível para essa pessoa, cuidar dela, transformando o momento em algo agradável para todos, na melhor experiência possível. A partir dessa compreensão, o grupo considera que a cidade de Campos do Jordão é uma cidade hospitaleira. Apesar de ter muitas falhas em termos de infraestrutura, o aspecto humano faz com que os problemas estruturais sejam amenizados, resultando em um saldo positivo. A subjetividade foi ressaltada, pois depende de diversos aspectos como: local frequentado, turistas envolvidos, população envolvida, sendo essas três variáveis influenciadoras na análise. Para eles, a cidade transmite um ar de conforto que faz com que a pessoa se sinta bem, mesmo que seu dia tenha sido ruim. A natureza é lembrada como um papel diferenciador, apaziguador para o estresse diário.

7.3 GRUPO FOCAL C

O grupo de perguntas não estruturadas iniciou com uma polaridade nas respostas obtidas. Enquanto alguns pensam o turismo de Campos do Jordão como essencial para a economia, outros o consideram agressivo e desrespeitoso. Todos concordam que a cidade possui uma alma turística, mas que a desorganização do setor, o desinteresse em entender o atual momento turístico da cidade e a ausência de diretrizes para sua correta exploração fazem com que confusões entre turistas e moradores ocorram, gerando desespero e agressividade em alguns.

Já nesta primeira pergunta pode-se identificar uma resposta-pista, momento em que o grupo passa a defender a necessidade de inserir as discussões sobre o turismo já na escola regular, permitindo que as crianças e os adolescentes compreendam o turismo, como ocorre dentro da cidade e como é importante, tanto econômica quanto socialmente. Para eles, como a cidade é totalmente consumida pelo turismo durante a temporada e em alguns eventos específicos, o jordanense cresce com a mentalidade de que o turismo é ruim, que traz caos e problemas para a cidade (o trânsito é sempre citado como fator máximo de exemplificação). É preciso fazer com que os jordanenses participem e ocupem os diversos espaços da localidade, acabando com o bloqueio mental que os impede de circular em espaços, como o Capivari. Vale ressaltar o comentário particular de um dos participantes: 'O jordanense (precisa) entender que todos os lugares são lugares deles e que as outras

peças que apreciam isso daqui podem vir e visitar e trazer dinheiro para a cidade para ajudar a economia’.

A polaridade também apareceu com as opiniões sobre a temporada. Os sentimentos são positivos quando se pensa economicamente, no trabalho extra, na interação, na redescoberta da cidade pelos olhos dos turistas. Mas, ao se pensar na ocupação do espaço, há ressalvas. Para eles, há uma pressão psicológica de sempre atender bem, de saber todas as informações da cidade, de se tornar o centro de informação para o turista, de enfrentar o trânsito, de ter paciência com o turista chato e mal-educado. Em comum, compartilham a opinião de que é necessária uma adaptação no cotidiano, deixando de frequentar determinados lugares por um período específico, o que caracteriza um estresse momentâneo. Também compartilham a visão de que o turista precisa receber um pouco mais de informação para respeitar mais a cidade e os seus moradores, valorizando o local visitado (citam como exemplos jogar o lixo corretamente, parar em local apropriado, não realizar festas em locais inapropriados, entre outros).

Nesta segunda questão ainda foi possível destacar outra resposta-pista que complementa a primeira sinalizada anteriormente. O grupo foi enfático ao afirmar que não se vê muito o jordanense aproveitando os espaços da cidade em seu momento de lazer; é como se fosse um conceito gravado na cabeça de não poder compartilhar determinados espaços, comumente frequentados pelos turistas. Ainda foi destacado como a influência familiar afeta essa percepção da cidade, pois se a família possui tal pensamento, o jovem irá crescer proibindo-se de frequentar determinados espaços.

Fornecer informações ao turista é visto como algo prazeroso pelo grupo; alguns apontaram que só desenvolveram tal sentimento depois de entrar na fase adulta e entender um pouco mais do turismo. Para eles, fornecer informações atualmente deixou de ser superficial e se tornou um prazer, principalmente para os que já tiveram interação com os turistas na fase de crescimento. O grupo considera que o processo informacional é essencial para que o turista se sinta bem na cidade. E por isso não estão satisfeitos com a imagem veiculada da cidade, especialmente a que a compara com a Suíça (muitos desconhecem os fatores históricos que levaram a tal nomeação não oficial). Para eles, a imagem utilizada no passado não corresponde ao momento atual da cidade. Campos do Jordão não sabe vender a beleza única que tem e vincula-se a um rótulo já ultrapassado, comparando-se a algo que na verdade não é possível

se comparar. É preciso buscar sua própria identidade, entender quem é o público atual que a visita. Para tanto, os empreendedores devem ser obrigados a se reinventar, ou seja, não permanecer com a simples oferta de hoje, que é prestar os serviços básicos.

Após esta etapa introdutória, a primeira pergunta estruturada sobre os benefícios que o jordanense tem com o turismo resultou em pouca discussão. Todos os participantes afirmaram ser dinheiro e emprego, com movimento da economia local. Dessa forma, partiu-se para a segunda pergunta, que buscou identificar as diferenças entre os turistas de um dia e os que pernoitam.

Para eles, a diferença é intensa tanto em termos econômicos quanto em envolvimento com a cidade. Os excursionistas chegam a gastar nada na cidade, não aproveitam o que ela oferece e fazem tudo cronometrado, garantindo, pelo menos, o registro fotográfico com a tendência de se concentrar unicamente no Capivari. Por essa falta de envolvimento, acabam saindo com uma visão distorcida da cidade, já que se espantam com alguns valores cobrados na área frequentada, se irritam com o mal atendimento dado por alguns jordanenses, se incomodam com a infraestrutura local para esses grupos – inexistente, inclusive não há banheiros. Por outro lado, a confusão provocada pelos ônibus na cidade e a aglomeração em algumas lojas sem haver compra efetiva fazem com que o jordanense também desenvolva uma má impressão deles, potencializando tal sentimento nas temporadas seguintes. Neste momento, retoma-se a um comentário anterior do grupo: é preciso conhecer o público que frequenta a cidade atualmente: Quem são eles? Quanto gastam? Por quanto tempo ficam? Onde ficam? Quais são os objetivos com a viagem?

Neste item pode-se destacar outra resposta-pista. A crescente demanda de excursões em uma cidade desorganizada para o turismo deixa os participantes incomodados. Para eles, se houvesse organização teria mais essência, mais respeito e ficaria uma impressão melhor. Entendem que o turismo é receptividade, o que falta na cidade. Como o excursionista não se sente bem-vindo, ele não irá respeitar os espaços do jordanense, que se sentirá usado, gerando, assim, um ciclo virtuoso.

Sobre a mudança no estilo de vida do jordanense todos concordam. De acordo com o grupo, a população depende e vive do/para turismo, o que acaba influenciando no comportamento e no aprendizado profissional – principalmente na questão do atendimento. Neste item, respostas socialmente aceitas foram identificadas como o estímulo cultural e a troca cultural, além do aspecto de os mais velhos serem estimulados a quebrar a barreira mental de não frequentar lugares como o Capivari,

principalmente pelos mais jovens. Em relação a este último ponto, faz-se uma ressalva: em diversos momentos do processo interacional foi posto que o jordanense não frequenta os espaços da cidade, então, acredita-se que essa observação de mudança de mentalidade seja algo mais pontual, não podendo ser ampliado. Nesta questão ainda foi anotada uma resposta-pista em consonância com as demais destacadas: é preciso discutir o turismo com moradores a partir dos dez anos, assim eles saberão se expressar, participarão do turismo, entenderão a função desse setor na cidade, assim como conhecerão melhor a cidade, seus atrativos e seus espaços.

Tal sugestão seria uma forma de melhorar o acolhimento ao morador, aspecto inexistente segundo o grupo. Para eles, apesar da educação, da saúde, do transporte e da infraestrutura não serem os piores do país, ainda assim é ruim. Existe o incômodo de todo investimento estar concentrado no eixo, ignorando-se os bairros, principalmente os periféricos – o que acaba por potencializar o discurso de que tudo que é feito na cidade é feito para o turista e não para o morador. A sensação é de que o morador não é visto pelo setor público e tudo o que se ganha com o turismo não é retribuído em melhoria para a infraestrutura. Também citam a ausência de atrativos culturais que envolvam e convidem o jordanense, já que o comum é ser feito para o turista, com a expectativa de que o morador frequente. Não houve consenso, porém, de que o jordanense participaria de algo projetado para ele (a pesquisadora sinaliza a Festa da Cerejeira, citada pelos dois outros grupos, idealizada para a comunidade local, mas que recebe turistas).

Como resposta-pista identificada traz-se a afirmação de que o jordanense não se reconhece na cidade e não acha que a cidade pertence a ele. Falta acolhimento, mas também falta autoaceitação de ser jordanense, abraçando a possibilidade de poder frequentar qualquer lugar. Comentários complementares demonstram que os participantes que cresceram na cidade se sentiam assim e apenas na fase adulta começaram a entender que era um direito deles frequentar todo e qualquer espaço.

O início do terceiro bloco também foi marcado por uma concordância geral: todos se sentem orgulhosos, abençoados e felizes em morar na cidade, sendo a natureza a mais citada como elemento responsável para dissipar o estresse e aproveitar o espaço. Também se sentem como parte integrante do turismo, principalmente em relação à receptividade. Assim como aconteceu no primeiro grupo focal, eles se sentem responsáveis pela satisfação dos turistas, mas seus conhecidos não compartilham do mesmo sentimento. Para eles, muitos moradores se sentem

alheios ao turismo, não gostam dos turistas e dão informações erradas como formas de demonstrar seu descontentamento. Como resposta-pista destaca-se que muitos jordanenses que não trabalham com o turismo diretamente não têm consciência de como o setor os afeta, mas sempre há uma conexão, como com a área de construção civil citada como exemplo.

Esse isolamento do jordanense quanto à cidade e ao aproveitamento dos seus espaços (gratuitos ou não) foi sinalizado como resposta-pista da penúltima questão – mantendo o padrão identificado nas pistas anteriores. A ausência de sensibilidade para conhecer a cidade provoca um isolamento, potencializado nos períodos de temporada. O grupo sinaliza conhecer muitos assim, mas que eles costumam frequentar espaços como o Pico, áreas com vistas, o Horto, o Morro do Elefante, o auditório – todos estes gratuitos para os jordanenses.

A compreensão sobre o termo hospitalidade finalizou o processo de interação. Para eles, é a receptividade, de forma que a essência pessoal e coletiva seja transmitida; é oferecer conforto ao visitante, principalmente transmitindo informações; é o respeito entre todos. O sorriso faz diferença nesse encontro, permitindo que o outro se sinta bem rapidamente no local que chega.

Para eles a hospitalidade em Campos é variável, já que depende do local visitado e das pessoas que chegam. Para os excursionistas, todos concordam que não há nenhuma hospitalidade, já que falta tudo para eles. Já o jordanense não é visto como hospitaleiro, apesar de ter melhorado nos últimos anos. O grupo faz um alerta de que a hospitalidade também depende do turista, de como ele se comporta, das expectativas que têm e da intenção da viagem.

7.4 SÍNTESE DAS OBSERVAÇÕES

O grupo focal A ofereceu respostas homogêneas, conseguindo contrabalancear as respostas mais antagônicas. Por ser um grupo misto, com ex-alunos e não alunos da pesquisadora, acredita-se não ter ocorrido influência das aulas ministradas. A faixa etária também se mostrou equilibrada, não tendo afetado as respostas. A interação foi positiva e o fator presencial contribuiu para a participação da maioria (como já esperado em um grupo focal, nem todos atuam com a mesma intensidade).

O grupo abordou muito a questão da economia, da importância financeira do turismo para a cidade. Porém, também se destacou que não há a criação de muitos empregos fixos e sim mais como extras, o que acaba por fazer com que a pessoa não crie vínculos com o estabelecimento ou com os demais colegas de trabalho (que também se sentem intimidados por estes, com medo de perder o emprego para alguém que demonstre mais resultados). O contato com o turista foi definido em seus extremos, seja com o estabelecimento de relações e experiência cultural, mas também pelo seu caráter empregatício e gerador de estresse. Inclusive, o sentimento é que o dinheiro que o turista gasta na cidade não é bem distribuído pelos bairros e não traz melhorias na infraestrutura (e, conseqüentemente, gerando insatisfação no morador, que sente o ônus, mas não o bônus).

Foi sinalizada a diferença entre o excursionista e o turista. O primeiro vem com tudo já definido, o que acaba gerando uma bolha de visitação, em que tem tudo previamente definido, enquanto o turista costuma se abrir mais às experiências locais. Independente da tipologia de turista analisada, o acolhimento   inexistente para eles, seja por uma infraestrutura precária que não consegue atender a todo e qualquer turista, seja por um aspecto de mobilidade, como o trânsito. Dessa forma, acreditam que Campos do Jordão vende uma imagem, mas não consegue entreg -la em toda a sua totalidade.

Em rela o ao acolhimento ao morador, retoma-se a questão da infraestrutura, mais de aspecto urbano nos bairros, o que gera uma sensa o de falta de valoriza o e reciprocidade. Sentir-se pertencente ao turismo foi sinalizado como uma rela o de trabalho, apesar de alguns citarem a corresponsabilidade enquanto morador. Foi apontada a importância de se trabalhar aspectos do turismo e da cidade com a criança e o adolescente, pois, apesar de defenderem o turismo como uma atividade positiva para a economia da cidade, há uma visão enraizada de que o jordanense não usufrui dos benefícios conquistados, e mesmo quando quer, não encontra chance para participar. Essa visão precisa ser alterada para uma possível sustentabilidade do turismo na cidade e região.

Já o grupo focal B chegou ao consenso em algumas questões e apresentou polaridades em outra. Em diversos momentos, como significado de hospitalidade, lugares visitados e influência do turismo, houve influências das aulas ministradas. A questão etária apresentou um detalhe: os mais novos mostraram-se um pouco mais críticos (cinco dos participantes), enquanto o participante com 45 anos mostrou-se

mais resiliente quanto aos problemas que o turismo traz para a cidade. Este grupo foi virtual, como os participantes escolheram. A pesquisadora acha que o debate foi um pouco prejudicado, pois a oscilação de sinal dificultou a comunicação, assim como muitos não conseguiram acompanhar as reações dos outros em diversos momentos. Contudo, o psicólogo que acompanhou o grupo considerou que a interação foi mais natural do que o primeiro grupo focal.

Assim como aconteceu no primeiro grupo focal, a Vila Capivari sempre é apontada como ponto de contraste, como se fosse um universo paralelo. Isso é um indicativo da percepção das diferenças entre os espaços, mesmo que isso não seja percebido pelos participantes. Este grupo apresentou uma visão mais positiva do turismo e dos seus impactos. As polaridades do grupo ficaram entre compreender o turismo pela possibilidade de crescimento profissional, de desfrute e de ganhar dinheiro *versus* injustiça, pouca exploração do potencial, falta de preparo profissional e problemas de infraestrutura.

Na questão do morador, o consenso do grupo sinaliza a necessidade de mudança de alguns hábitos por conta do trânsito e excesso de pessoas. Foi evidenciado que eles não se sentem convidados a participar de determinados espaços, seja este um conceito já enraizado ou fortalecido pelo turismo desenvolvido (reforçando que o Capivari sempre é usado como exemplo – apesar de eles mesmos destacarem que a cidade tem mais a oferecer do que essa única vila em especial). Sentem-se motivados a ajudar, dependendo de como ocorre a abordagem pelo turista, mas sinalizam a vergonha pela falta de informação fornecida pela cidade e frustração por não poder ajudar por falta de conhecimento. A questão financeira foi citada como um empecilho para aproveitar os espaços da cidade, assim como também sentem falta de um convite ao morador para frequentar tais espaços. Outros motivos elencados foram: preconceito dos dois lados (de quem vende e de quem não compra), falta de informação e questões culturais.

Para eles, a cidade é ‘montada’, falseada, com uma imagem de refúgio, chique e natureza, mas que nem sempre é compartilhada pelos moradores (imagem diferente da realidade). O consenso envolveu a beleza natural, sofisticação e acessibilidade. A questão da infraestrutura também apareceu neste grupo focal, o que os faz sentir separados dos benefícios do turismo. Também destacaram, assim como o primeiro grupo focal, como o jordanense atende mal outro jordanense no Capivari, pois o foco é lucrar mais com o turista.

O turismo, segundo os participantes, significa dinheiro, lucro, possibilidade de crescimento individual e, por isso, estabelecem mais uma relação de trabalhador. Essa análise demonstra a predominância da visão econômica associada ao turismo pelos moradores. Contudo, também reconhecem o caos que o turismo traz. Apesar de responderem que, enquanto moradores, também são responsáveis, essa não foi uma resposta espontânea. Abordaram que a estruturação da cidade faz com que não ocorra um enraizamento, há um sentimento de não pertencimento a alguns lugares (o turismo seria um ciclo, ou seja, eles ganham com a temporada e gastam na cidade, na Vila Abernêssia). Sem essa relação de pertencimento, seria possível falar no papel do morador como anfitrião-residente?

Para eles, o excursionista não cria vínculo com a cidade, já vem com algo predefinido, normalmente só Capivari, enquanto o turista se abre a mais experiências, sente a cidade como uma experiência, sente mais o aspecto humano e não meramente comercial do turismo. Eles falam que como se vende o Capivari como sinônimo de Campos do Jordão, não dá para misturar os públicos. Justificam que os restaurantes são caros, estão para atender um determinado público, e quando o excursionista chega, não tem dinheiro, ocupa uma mesa, consome o mínimo possível, mas não paga o serviço, não paga o músico etc.

A falta de acolhimento ao morador foi enfatizada pelo grupo, apesar de se sentirem orgulhosos e felizes em morar na localidade (sentimento descoberto por alguns apenas após a experiência em outra cidade). A maioria não se sente parte do turismo, principalmente por enxergar uma questão de exploração dos trabalhadores – fala comumente disseminada. A boa relação com o turista foi destacada, porém depende de como este aborda o morador. Para eles, a hospitalidade seria cuidar do outro e do espaço, transformar aquele momento em algo único, mostrar a cidade que eles usam. Assim, a cidade não é hospitaleira, mas as pessoas são.

De modo geral, o grupo focal C chegou ao consenso na maior parte das questões. A faixa etária dos participantes pouco atrapalhou a interação do grupo, sendo que o fato de ter sido presencial foi essencial para a descoberta de alguns aspectos. Também foi interessante nenhum dos participantes ter sido aluno da pesquisadora, o que contribuiu para enriquecer as análises dos grupos focais. Os participantes deste terceiro grupo focal acreditam que a cidade tem uma forte dependência com o turismo, mas que isso não se reflete no envolvimento da população com a atividade, sendo que muitos enxergam o turismo como um caos, um

inimigo (tal perspectiva foi identificada nos demais grupos, os participantes dos grupos sempre consideram que não fazem parte do grupo que despreza o turismo, mas que conhecem alguém que faz).

Apesar de a cidade ser turística, o grupo acha que falta buscar uma identidade mais atual e não se basear em um estigma do passado, o qual muitos não sabem porque ou por quem foi criado. Esse grupo enfatizou muito a necessidade de ter uma educação turística desde cedo, especialmente com os adolescentes, para que estes compreendam a importância e os aspectos do turismo e não cresçam odiando-o (como aconteceu com alguns participantes). Também foi comentado sobre a necessidade de o jordanense se envolver mais com a cidade, conhecê-la melhor, conhecer antes e depois poder passar o seu conhecimento para o turista.

A diferença entre os turistas foi marcada pela perspectiva econômica. Para o excursionista, foi citado a falta de vínculo com o local e que os gastos desse público são muito pequenos, que eles já chegam com algo definido, estipulado, prazo, muitas vezes não respeitando as características da cidade (também foi sinalizado que não há infraestrutura para receber esse público, desde banheiro e cafeteria, além de pouco controle sobre os ônibus). O turista costuma ter mais envolvimento com a cidade. Porém, nos dois casos, como aconteceu nos demais grupos focais, muitos exemplos conectam-se unicamente ao Capivari.

Os benefícios que o turismo traz, além do aspecto econômico, envolvem o aprendizado, o envolvimento cultural e a abertura de oportunidades de trabalho, já que a experiência adquirida nos empreendimentos da cidade é enriquecedora (fato também destacado no grupo focal B). Diferente dos outros, eles não sentem que o turismo afeta tanto a vida deles, apesar de reconhecerem a necessidade de adaptação. Para eles, a hospitalidade é uma essência, oferecer o seu melhor – e talvez por isso eles não consideram nem a cidade nem o jordanense hospitaleiro.

A partir da análise dos grupos focais, lembrando que esses grupos não podem ser comparados nem buscam uma concordância já que cada um teve um processo interacional único, projetou-se um Quadro Resumo como forma de organização e apontamento da necessidade de futuras reflexões. As respostas espontâneas foram registradas no Quadro 13, buscando simplificar a posição do grupo quanto à determinada questão. As respostas socialmente espontâneas, por não terem aparecido em todas as questões, foram descritas na análise exposta anteriormente.

Quadro 13 – Respostas espontâneas registradas nos grupos focais

Questão	Resposta-Espontânea	GF	Visão
Q1.1	Dinheiro	A	Positiva
	Exploração, injustiça, e subaproveitamento dos recursos locais	B	Negativa
	Polaridade: essencial x agressivo e desrespeitoso	C	Neutra
Q1.2	Dinheiro, lucro	A, B e C	Positiva
	Caos	A e B	Negativa
	Adaptação	A, B e C	Neutra
	Polaridade: pressão psicológica e redescoberta da cidade	C	Neutra
Q1.3	Positividade, prazeroso, essencial, é o mínimo que se pode fazer pelo turista	A, B e C	Positiva
	Depende do interesse do turista e o modo de abordagem	A e C	Neutra
Q1.4	Positiva (refúgio, amplamente conectada com a natureza)	A e B	Positiva
	Negativa (falsa, ultrapassada)	C	Negativa
	Incômodo com o foco no Capivari	A, B e C	Negativa
	Necessidade de buscar uma nova imagem e glamour	A e C	Neutra
Q2.1	Emprego e dinheiro (extras sem vínculo com a empresa)	A, B e C	Neutra
	Aprendizado profissional, ampliação da atuação	B	Positiva
Q2.2	Turista de um dia: tempo cronometrado, não estabelece relação com a cidade e/ou com o morador, falta infraestrutura para atendê-lo bem, preocupação apenas com o registro fotográfico, gasta pouco e não aproveita a experiência, sai com uma impressão negativa e deixa uma impressão negativa	A, B e C	Negativa
	Turista que pernoita: vive o glamour da cidade, aproveita o espaço visitado, insere programações novas a partir de dicas dos moradores	A, B e C	Positiva
Q2.3	Teoria do 'Filho do Caseiro', agir como turista é visto como falsidade	A	Negativa
	Vestimenta, maior educação (profissional e pessoal) e experiência diferenciada de trabalho, garantindo intenso aprendizado profissional	B e C	Positiva
Q2.4	Inexistente (se materializaria por melhor infraestrutura, saúde, educação, lazer, transporte para além do eixo central)	A, B e C	Negativa
	Gratuidade/isenção ofertada ao jordanense é um acolhimento maquiado	B	Negativa
Q3.1	Orgulhoso, feliz e grato (a natureza contribui com isso)	A, B e C	Positiva
Q3.2	Positivo	A e C	Positiva
	Apenas como trabalhador, e não como morador	A, B e C	Negativa
Q3.3	Os locais visitados são gratuitos e possuem forte relação com a natureza	A, B e C	Neutra
Q3.4	Acolhimento, carinho, satisfação em receber, fazer com que o outro se sinta bem, conforto e respeito	A, B e C	Positiva
	Campos do Jordão não é hospitaleira	A	Negativa
	Campos do Jordão só é hospitaleira por causa da dimensão humana	B	Positiva
	Campos do Jordão é parcialmente hospitaleira, depende do turista também	C	Neutra

Fonte: Autora, 2021.

Ao analisar o quadro (13), no grupo de perguntas não estruturadas (Q1.1 a Q1.4), destacam-se o aspecto financeiro conectado com o turismo, a necessidade de adaptação da população local com a aproximação da temporada, mas também o prazer em receber o turista e em ajudá-lo a se localizar na cidade. Já no grupo das estruturadas (Q2.1 a Q2.4), o dinheiro e o lucro são lembrados, principalmente no

processo de diferenciação entre o turista de um dia (ou excursionista) e o turista que pernoita na cidade, tendo como parâmetro diferenciador a conectividade e o respeito que o turista estabelece com a cidade e também com o morador. Evidenciou-se, ainda, que a cidade não oferece o acolhimento necessário ao morador, sendo este refletido na falta de infraestrutura nos bairros da cidade.

No último grupo, o das perguntas genéricas (Q3.1 a Q3.4), o orgulho define o sentimento de morar na localidade. Contudo, os moradores se sentem apenas como trabalhadores na cidade e não como cidadãos. A própria relação com os locais turísticos se restringe àqueles com entrada gratuita, principalmente os de maior contato com a natureza. No geral, a hospitalidade passa a ser refletida pela ação do acolhimento, pelo receber o outro em seu espaço, não havendo um acordo entre eles a respeito da hospitalidade em Campos do Jordão.

Considerando tais apontamentos e para abrir perspectivas para futuras pesquisas, seguindo as orientações de Costa (2006), identificou-se as respostas-pistas, resumidas no Quadro 14. Tais respostas apareceram em diversos momentos das interações, não estando conectadas diretamente com nenhuma pergunta realizada, sendo um resultado espontâneo dos grupos. Elas evidenciam a necessidade de aprofundamento para uma correta compreensão da realidade, ao mesmo tempo são essenciais para a reflexão proposta nesta tese: a hospitalidade pelas dimensões do pertencimento e do acolhimento.

Dividiu-se as respostas-pistas em cinco categorias: percepção sobre o turismo; o turista; a alta temporada; a imagem da cidade e a relação do jordanense com a cidade. As três primeiras categorias afetam diretamente o processo de acolhimento, processo essencial para a efetivação de uma relação de hospitalidade. As duas últimas categorias afetam o pertencimento, aqui defendido como uma etapa preliminar ao acolhimento em espaços turísticos massivos, já que as experiências anteriores afetam as experiências futuras, principalmente se encontros anteriores foram marcados pelo conflito, hostilidade e inospitalidade.

No geral, as respostas-pistas demonstram a necessidade de reorganização do turismo na cidade. O processo do turismo atual leva ao caos e ao desrespeito. Por um lado, o excursionista não respeita os espaços e as pessoas; por outro, não há nenhuma estrutura para esse público que sinalize que são bem-vindos. Na questão trabalhista, os chamados extras não se comprometem com a empresa e não aguentam o ritmo que a temporada impõe. Sobre a imagem, a atual – Suíça Brasileira,

glamour –, é vista como ultrapassada e não representativa da comunidade; sugere-se reformular e aproveitar o que o turista já vem procurar: a natureza. Porém, para se ter uma correta reformulação, precisa-se da comunidade, que não conhece a cidade e não a aproveita, inclusive, não se coloca como anfitriã, mas sim como unicamente prestadora de serviço. Além dos Quadros 13 e 14, algumas ressalvas foram feitas e precisam ser consideradas na análise geral para compreensão de possíveis influências ou vieses.

Quadro 14 – Respostas-pistas registradas nos grupos focais

Resposta-Pista	GF
Percepção sobre o turismo	
A infraestrutura deficiente afeta qualquer ação de recepção e de acolhimento	A, B e C
A relação com o turismo, fora de uma relação trabalhista, só se dá quando agem como turistas e não como anfitriões	A, B e C
Percepção sobre o turista	
O turista de um dia é um turista predador	A e B
O turismo de um dia necessita de organização que gere respeito entre todos os envolvidos	A, B e C
O turista ajuda o processo de reaprender a amar a cidade	B e C
Percepção sobre a alta temporada	
A alta temporada traz caos para o morador (mas não para o trabalhador)	A e C
O trabalhador de Campos do Jordão só se preocupa com o trabalho durante a alta temporada (junho, julho e agosto)	B
Os extras não estabelecem nenhum vínculo e responsabilidade com a empresa e com o turismo, desconhecem a intensidade de trabalho na temporada e não apreciam trabalhar no Capivari	A e B
Percepção sobre a Imagem de Campos do Jordão	
Uma nova imagem é necessária para a cidade e deve-se aproveitar o novo significado de glamour para a cidade: a natureza	A e C
A imagem veiculada da cidade é uma camuflagem, externada, mas não vivenciada	B e C
Percepção sobre a relação do jordanense com a cidade	
Necessidade de ensinar o jordanense a apreciar a cidade e a reestabelecer uma relação com ela, compreendendo o turismo e seus impactos (diretos e indiretos)	B e C
As respostas demonstram que o jordanense se posiciona, primeiramente, como trabalhador e apenas, posteriormente, como morador/cidadão	A, B e C
O jordanense não conhece a cidade, não se reconhece e não se sente pertencente a ela, deixando de aproveitá-la	A, B e C

Fonte: Autora, 2021.

Em relação ao grupo focal A, três ressalvas precisam ser feitas. As respostas que envolvem a insatisfação do jordanense com o turista foram sempre generalizadas, nunca específicas, o que levanta o questionamento se não é uma falsa impressão, um senso comum disseminado de descontentamento. A segunda ressalva é sobre a inércia do jordanense, que não faz nada para mudar ou atenuar essa situação, nem como anfitrião-residente, nem como cidadão, aspecto também sinalizado pelos participantes. Para eles, a cidade oferece diversas formas de capacitação, muitas

gratuitas, que não são aproveitadas, dando a impressão de que o 'jordanense é um bicho acomodado'. Nesse contexto, questiona-se: Qual a razão deste comodismo? Seria por causa das intensas oscilações das temporadas? O valor ganho na alta temporada é suficiente para ele sobreviver nos demais períodos? A terceira ressalva envolve o setor público, notadamente a Secretaria de Turismo, que, para os participantes, pouco atua na organização do setor e no planejamento da atividade,³⁰ o que leva a grandes descontentamentos, principalmente para os organizadores de eventos na cidade, que acabam por procurar outras opções.

Em relação ao grupo focal B, duas ressalvas foram feitas. Todos os participantes tiveram aula com a pesquisadora, sendo que em alguns momentos percebeu-se a preocupação de alguns em dar uma resposta mais exata possível, perdendo em alguns momentos a espontaneidade – tais momentos foram identificados após a reflexão gerada por comentários opostos de algum outro participante e sinalizados pelo psicólogo que acompanhou a sessão. A segunda ressalva é que a maioria dos participantes já morou e trabalhou em outras cidades, o que os faz ter uma visão mais positiva da cidade em relação aos que não tiveram tal experiência, principalmente no quesito de aproveitar os espaços e locais da cidade. Esses mesmos participantes deixaram transparecer o interesse em buscar novas oportunidades de emprego em outras cidades.

Três ressalvas também precisam ser pontuadas em relação ao grupo focal C. A primeira é que metade dos participantes veio de outras cidades, enquanto os demais já tiveram experiência de trabalho em outras localidades, aspecto que pode ter influenciado na análise. A segunda ressalva é sobre a barreira que o jordanense cria para frequentar determinados lugares, surgindo algumas dúvidas: Isso realmente ocorre? Qual a razão para isso? Seria o turismo realmente o responsável? Em qual faixa etária isso é mais perceptível? A terceira ressalva envolve o perfil do grupo, público que frequenta os diversos espaços da cidade e passou a compreender o turismo local, seja pela convivência, seja pelos estudos, tornando-os um pouco mais críticos do processo atual.

³⁰ Como exemplos citam a falta de um calendário de eventos, a ausência de orientações para se buscar todas as autorizações que a cidade exige para a realização de um evento, a falta de informações a respeito de regras praticadas na cidade, como: limite de entrada de ônibus, taxas cobradas, entre outros aspectos.

Considerando-se o desenvolvimento teórico até então realizado e os dados coletados a partir dos questionários e grupos focais executados, parte-se para uma reflexão sobre o turismo em Campos do Jordão e o processo necessário de reorganização para se resgatar a hospitalidade em espaços turísticos já massificados. Para tanto, assume-se que os moradores locais exercem um papel essencial, tanto para o turismo quanto para a hospitalidade. Contudo, estes sentem os impactos do turismo (sejam positivos ou negativos), desenvolvendo atitudes que podem afetar a busca por um turismo sustentável e equitativo para todos os envolvidos, como já apontaram Frleta e Jordana (2020).

8 SISTEMA SOCIAL DE HOSPITALIDADE: MODELO TEÓRICO-REFERENCIAL

Este item unifica os conteúdos teóricos e das pesquisas de campo utilizados para embasar o estudo em uma proposta de um sistema social de hospitalidade. Para tanto, apresenta-se os fundamentos teóricos norteadores, seguidos da aplicação da teoria do sistema social de Niklas Luhmann ao campo teórico da hospitalidade. Finaliza-se com a proposta do sistema social em hospitalidade, pautado nos fundamentos teóricos e resultados da pesquisa norteadores da proposta ao lado da discussão de sua aplicação em espaços turísticos já massificados.

8.1 FUNDAMENTOS

Uma cidade é formada por relacionamentos, normalmente pautados em diferenças e conflitos que afetam a convivência social (GRINNOVER, 2019). A cada um dos atores sociais envolvidos nesta convivência, haverá um significado diferente dado às vivências, aos conflitos, aos encontros e aos desencontros, exigindo uma constante adaptação e resiliência. Ao transpor essa compreensão a espaços turísticos, expectativas são geradas, podendo ou não afetar o relacionamento entre turistas e comunidade anfitriã, inclusive no processo de acolhimento e de hospitalidade. Para Ap (1992), a extensão da hospitalidade, cortesia e simpatia em relação aos turistas é resultado desses encontros, reafirmando que quanto maior o envolvimento da comunidade, maior será a preocupação com o bem-estar do turista.

O turismo afeta a dinâmica de produção de territórios, conduzindo a ocupação espacial (CRUZ, 2003; AP, 1992; ANDERECK; VOGT, 2000) a partir dos benefícios potenciais do setor, normalmente enaltecidos pela perspectiva econômica. O desenvolvimento do turismo é visto como uma importante ferramenta para a melhoria de qualidade de vida e aumento do orgulho cívico (WANG; XU, 2015; ÇELIK, 2018; WISE; MULEC; ARIMENSKI, 2017).

Neste processo, diferentes instituições assumem o papel de organização e gerenciamento do desenvolvimento turístico local, relegando a comunidade local a um papel secundário, sem voz ativa nas decisões e ocupação territorial, o que, com o tempo, provocará um processo de alienação dos moradores em relação ao turismo, como já apontava Young (1973). O crescimento implacável da atividade; a flutuação no número de visitantes; a concentração geográfica dos atrativos, porém distantes dos

moradores; a falta de investimento em infraestrutura são os principais obstáculos da atividade, limitando a percepção dos benefícios pelas comunidades locais (KO; STEWART, 2002; ALRWAJFAH; ALMEIDA-GARCÍA; CORTÉS-MARCÍAS, 2019).

Acrescenta-se, ainda, que a ausência de um planejamento turístico, com suas etapas de diagnóstico e prognóstico, além de metas para curto, médio e longo prazo; o desconhecimento dos anseios e expectativas dos visitantes; a não definição de objetivos claros, além do raro envolvimento de todos no processo de organização turístico, fazem com que a balança do turismo, diante de seus impactos – positivos e negativos, comece a se desequilibrar. Relega-se a qualidade e a sustentabilidade para um segundo plano, aumentando o conceito de poder-dependência alertado por Ap (1992), tirando o poder decisório de segmentos que não detém o poderio econômico. Neste contexto, dos diversos pilares do turismo, o foco recai na comunidade local, cujo envolvimento no processo de recepção do turista pode se tornar um diferencial para a satisfação dos visitantes e um dos pilares para a manutenção da atividade no longo prazo (DEMIROVIC *et al.*, 2018).

A manutenção do local enquanto destino turístico desejado depende de diversos aspectos, mas com ênfase para o comportamento da população local e o desejo desta em receber estranhos em seu espaço cotidiano e de convivência. Ignorar os impactos sociais do turismo na qualidade de vida da comunidade local é o mesmo que ignorar a base do turismo: uma relação entre o turista e o morador, este em seu papel de anfitrião, seja no espaço público, privado e/ou comercial, com potencial de contribuir com um urbanismo mais “hospitaleiro” (CHRISTOU; SHARPLEY, 2019; BELL, 2007a, KITSON, 2015; PAULAUSKAITE *et al.*, 2017).

O desafio se torna mais intenso quando se percebe que há um estereótipo atrelado às comunidades locais: toda comunidade quer e está feliz em receber visitantes, aspecto já apontado por De Kadt (1984) e reafirmado por McCombes, Vanclay e Evers (2015); Meimand *et al.* (2017), Nogués-Pedregal, Travé-Molero e Carmona-Zubiri (2017). Agrega-se, ainda, a dificuldade em se replanejar o turismo em espaços já massificados, como Campos do Jordão (SP), podendo registrar situações de rejeição, como já apontados por Martín-Martín, Ostos-Rey e Salinas-Fernández (2019) e Gjerald (2005). Não se pode ignorar aspectos como a heterogeneidade da população, o envolvimento desta com o turismo, a educação, além das mudanças econômicas e sociais que afetam o turismo. Também é preciso compreender as demandas do turismo de massa e o consumo de símbolos e imaginários da localidade

selecionada como destino, normalmente sem um contato aprofundado com a comunidade local.

No geral, a análise do turismo pelas comunidades locais sob a perspectiva positiva é permeada por aspectos como a geração de empregos, melhoria da infraestrutura, entre outros, enquanto a perspectiva negativa é geralmente atribuída aos custos culturais e ambientais para o desenvolvimento da atividade. Caso o aspecto econômico e de ganhos indiretos para a população não se sobressaia, e as atitudes negativas prevaleçam, uma saturação psicológica da população local poderá ocorrer, assim como a perda da vontade de receber os turistas, afetando as relações futuras. Apesar do reconhecimento da existência de tais impactos, para Meimand *et al.* (2017), os impactos sociais ainda são negligenciados.

É preciso entender as razões das reações negativas da população local em relação ao turismo, compreendendo a conexão do residente com a cidade, a proximidade da moradia com a zona turística, a relação da idade com o envolvimento com o turismo. Apenas com esses conhecimentos é que o apoio ao turismo pela comunidade local se dará além de tolerar as inconveniências criadas pelo turismo, tornando-se um verdadeiro anfitrião, com ações de hospitalidade (NEMATPOUR; FARAJI, 2019; ALRWAJFAH; ALMEIDA-GARCÍA; CORTÉS-MARCÍAS, 2019; TEYE; SONMEZ; SIRAKAYA, 2002).

Para tanto, é preciso desenvolver ações que impeçam o distanciamento social apontado por Çelik (2018) como os gargalos nos relacionamentos. É preciso considerar a hospitalidade em suas ações de acolhimento, cordialidade, educação, apoio ao turismo (DYWER; CHUKNOW, 2003; CHANDRALAL; VANENZUELA, 2013; CETIN; BILGIHAN, 2015; CETIN; OKUMUS, 2018). É neste contexto que se defende que uma nova perspectiva precisa ser agregada à essas discussões, sendo que se adota a da hospitalidade, em sua dimensão de acolhimento – que juntamente com a dimensão do pertencimento, carrega um peso semântico maior do que a cordialidade. Porém, por envolver relações sociais entre pessoas desconhecidas, com experiências prévias, sejam positivas ou negativas, influenciando no processo de agir, é preciso agregar, ainda, uma nova dimensão: a do pertencimento. Para se entender a relação entre o pertencimento e acolhimento com a hospitalidade, adota-se a perspectiva sistêmica, sob a proposta de Sistema Social de Niklas Luhmann (2017), perspectiva pouco trabalhada no campo teórico da hospitalidade.

Defende-se que para um turismo sustentável a longo prazo, sendo benéfico a todos os envolvidos nessa relação, um sentimento de pertencimento à comunidade e à atividade turística deve permear as relações. Berger e Luckmann (2014) demonstram a importância de se reativar os saberes locais para que um novo sentido possa ser dado aos espaços compartilhados. Desta forma, o espaço social se torna um pré-requisito para uma interação positiva entre anfitrião e turista. Tal discussão urge quando passa a se considerar a perspectiva da hospitalidade, pois esta está atrelada à temporalidade e funções dos atores nas relações estabelecidas ou que serão estabelecidas. Contudo, com o aumento do fluxo turístico e a recepção de variados perfis de turistas, todo um processo social se altera e diversas irritações surgem, gerando acomodações que poderão não resultar nas relações de hospitalidade. Isso decorre de uma ruptura das leis da hospitalidade, como destaca Pitt-Rivers (2012), já que o turista passa a se ocupar de um papel de anfitrião, acarretando numa possível igualdade, que leva a hostilidade. Esse aspecto é reforçado por Camargo (2021), principalmente em relação à lei da assimetria, pela qual o hóspede deve respeitar o direito do anfitrião ao espaço.

Considera-se, para tanto, que as relações a serem estabelecidas se darão em um espaço marcado pelo turismo massificado, com cada ator envolvido marcado por experiências anteriores, além de que, sem hospitalidade, nenhuma relação turística se manterá no longo prazo. Osorio-García (2000; 2007), Ramirez *et al.* (2013), e Sotomayor (2010) acreditam que a teoria de Luhmann possa unificar diferentes caminhos para se compreender o turismo. Compartilha-se com os autores este posicionamento, agregando a compreensão dos impactos sociais em suas comunidades locais e da hospitalidade (pelo pertencimento e acolhimento).

A hospitalidade cria um espaço moral no qual estranhos possam ser tratados como membros locais, regulando relações cujos atores ocupam posições assimétricas em busca de uma simetria para a efetivação do acolhimento, devendo haver um respeito quanto às regras locais e ao tempo de permanência, disseminando, no mínimo, uma ética de tolerância, principalmente quando se avalia relações estabelecidas em espaços turísticos massivos (SHYOCK, 2004; CHAN, 2005; BARNETT, 2005; PITT-RIVERS, 2012; CAMARGO, 2021).

Concebe-se, assim, a hospitalidade baseada na circulação da dádiva, uma troca socialmente determinada, que permite a criação, manutenção e regeneração de laços sociais; manutenção da sociedade; direitos e deveres definidos para uma

convivência satisfatória; transmissão de sentimentos de amizade; transformação de um estranho em hóspede cuja transição seja voluntária, além de se considerar o tempo como aspecto necessário para a contraprestação (MAUSS, 2017; COELHO, 2005; CAILLÉ, 2002; GODBOUT, 1999; GOTMANN, 2008).

A rápida transição entre a figura do anfitrião e do visitante nos processos interacionais na sociedade fazem com que os breves contatos moldem as experiências de hospitalidade. A partir da compreensão que as relações em espaços turísticos massificados já vem norteado por experiências anteriores, muitas vezes permeado por sentimentos de irritabilidade, busca-se, sob a perspectiva da hospitalidade, os momentos singulares, nos quais os encontros se fortalecem, gerando memórias e experiências nos envolvidos (CETIN; OKUMUS, 2018); sem ignorar os riscos envolvidos aos atores (ARAMBERRI, 2001; GOTMANN, 2008; SHRYIK, 2004; FRIESE, 2004).

Para que haja hospitalidade é necessário haver acolhimento. Envolvendo diferentes códigos e normas, o acolhimento é a primeira aproximação, um momento inaugural do contato, um gesto de autorização, uma permissão, sob certas condições. (BINET-MONTANDON, 2004; GRASSI, 2011, FUÃO, 2014; PAESE, 2018). Contudo, ao expandir a compreensão de que o estrangeiro (turista) pode carregar uma identidade negativa antes mesmo de chegar ao local (GRASSI, 2011), em função de visitantes anteriores, como ocorrerá um acolhimento em espaços turísticos massificados, cujas relações geradas são, muitas vezes, marcadas pela inospitalidade e desrespeito às regras locais, infringindo um dos pilares básicos das leis da hospitalidade?

Desta forma, antes mesmo de conseguir desenvolver momentos para que o acolhimento se efetive, é preciso resgatar os papéis dos atores sociais, tendo a comunidade local repostada ao seu papel de anfitriã. Para tal, é preciso permitir novos processos criadores de identidades, principalmente com o espaço, o que só será possível a partir de um sentimento de pertencimento por parte dos residentes, compreendendo a cidade como algo compartilhado por eles (FORTUNA, 1994; SELLER; URRY, 2003; BELL, 2007a).

O sentimento de pertencimento afeta a qualidade de vida dos residentes, o reconhecimento dos valores pessoais e papel de cada um como cidadão (SAMPSON, 1998; LIMA, 1998; CALLAI, 2005; WANG; XU, 2015). Porém, a recuperação deste sentimento de pertencimento, perpassa pelo processo educacional associada à

diversidade, descontinuidade e diferença como categorias centrais nos processos de interação (CANEN; OLIVEIRA, 2002), em processo permanente de construção e reconstrução. Os contextos culturais, sejam eles imediatos ou não, antigos ou recentes, existem por razões histórico-sociais e por isso não devem ser apenas investigados, mas também pensados e compreendidos sob diversas perspectivas, principalmente dentro da escola, como explica Peñalongo (2003). Evidencia-se já neste ambiente a relação de autopoiese adotada por Luhmann (2017) já que, a cada mudança de reconhecimento social, um reflexo será gerado naquele ambiente em foco, provocando novas adaptações.

Ampliar a discussão da hospitalidade incorporando, além da sua dimensão de acolhimento, uma dimensão do pertencimento é essencial para se analisar cidades marcadas por um turismo já massivo, como é o caso de Campos do Jordão. A cidade foi reformulada para se tornar uma cidade turística, afastando-se do tratamento para a tuberculose atrelado ao município. Tal processo de reformulação foi conduzida por um grupo de pessoas, proprietários de terras e políticos, que tinham interesses econômicos em alterar o imaginário conectado à cidade. Para tal, diversas ações foram realizadas, algumas com a criação de legislação específica, organizando a ocupação territorial do modo que desejavam, isolando os visitantes dos moradores. Essas ações levaram a um isolamento psicológico presente até hoje nos habitantes jordanenses, principalmente no seu comportamento social, vendo-se como prestadores de serviço, e não como potenciais organizadores da cidade. Para a população, o turismo traz benefícios, mas também traz muitos problemas. Escutá-la é o primeiro passo para a construção de um planejamento a longo prazo da atividade turística, visando sua sustentabilidade.

Para poder compreender a opinião da comunidade optou-se pela perspectiva fenomenológica, aliada ao método integrativo, constituído pela união de duas técnicas de pesquisa: o questionário, de análise quantitativa; e o grupo focal, de análise qualitativa. Tal definição considerou as ponderações de Landim *et al.* (2006) sobre a utilização de única abordagem ser insuficiente para abarcar toda a realidade observada, desenvolvendo uma relação prática de diálogo e complementaridade. Assim, pautou-se nas pesquisas de Maisonnave e Pinto (2007, 2008), Braun e Cupchik (2001) e Gougeon, Hutton e McPherson (1990), Huang, Xiao e Wang (2018), Masberg e Silverman (1996), Ingram (2002).

A partir da análise das respostas obtidas com o questionário, de modo geral, a população jordanense se mostra favorável ao turismo e ao turista. Destacam o ganho econômico como aspecto mais importante, apesar de não conseguirem relacionar determinados trabalhos indiretos com o turismo, não reconhecendo a dependência entre eles (como é o caso da construção civil na cidade). Foi possível identificar a relação positiva com a cidade, o que afeta o pertencimento, assim como com os visitantes, afetando o acolhimento. Há satisfação em morar na cidade, com o desenvolvimento de sentimentos de orgulho e responsabilidade com o local. Possuem contato com os turistas, estabelecendo uma boa relação com eles, até desenvolvendo sentimentos de amizade. Acreditam que o bom atendimento e a hospitalidade são essenciais para o retorno dos visitantes.

Contudo, permanece a dúvida se esta positividade ocorre por compreenderem o turismo como única alternativa para a cidade; se ocorre por ser uma resposta já condicionada, ou ainda, se recebeu influência do período da pandemia, forçando os moradores a viverem uma realidade sem turistas. Estes questionamentos se fortalecem ao serem analisadas as questões que abordaram as opiniões sobre infraestrutura, as sobrecargas que os turistas trazem aos serviços, e a exploração da comunidade pelo turismo, demonstrando haver um processo de irritabilidade nas relações.

Uma polaridade entre sentir falta ou não da cidade foi identificada, assim como a dificuldade em construir memórias na cidade, o que pode afetar o sentimento de pertença a longo prazo. O afastamento do papel de cidadão já pode ser identificado com a pouca participação nos momentos políticos locais, assim como o cuidado com a cidade pelo outro (jordanense). Os respondentes sinalizaram uma grande insatisfação quanto à infraestrutura da cidade, assim como a ocupação de apenas poucos espaços turísticos. Apreciam a imagem disseminada da cidade, mas não se reconhecem nela, potencializando a polaridade entre espaços turísticos e espaços de moradores. Apesar de demonstrarem interesse em aumentar o turismo na cidade, sinalizam ser em função do dinheiro que ganham, assim como também por não haver outra opção de trabalho. Há sinais de insatisfação do jordanense quanto ao benefício pessoal com o turismo, o que necessita de um acompanhamento mais longitudinal. Até porque, consideram que Campos do Jordão é uma cidade hospitaleira pelo aspecto humano e não pela estrutura da cidade (urbana e turística).

A técnica de grupo focal corroborou com um grande aspecto já identificado na etapa anterior: a conexão financeira do turismo para a comunidade, principalmente na oferta de empregos temporários. Os participantes sinalizaram que a alta temporada representa muito trabalho, busca de lucro e dedicação total ao turismo. Também destacaram a alta exigência do mercado de trabalho e a dificuldade de se contratar extras e mantê-los durante a temporada inteira.

Em termos amplos, o turismo em Campos do Jordão é visto como desorganizado, subaproveitado, explorador, agressivo e desrespeitoso com a cidade e com os seus moradores. Essa perspectiva negativa foi potencializada quando os grupos analisaram a diferença entre excursionista e turista. O primeiro exerce um turismo predador, onde a pressa e a necessidade de consumo cronometrado são as grandes características; desrespeito com os funcionários dos locais frequentados também foi citado, assim como a falta de conexão com a cidade e/ou com o morador. O segundo é visto como o consumidor do *glamour* vendido pela cidade, especialmente se já visitou a cidade anteriormente. Consome os produtos e serviços, valoriza o profissional e chega até a desenvolver laços de amizade. Por isso, os grupos sinalizaram que a comunicação sobre Campos do Jordão é falha, pois tudo se concentra em um único bairro – Vila Capivari, em uma única temporada – inverno.

Gostam de ajudar os turistas, contribuindo com as decisões sobre os locais a serem visitados, assim como orientando-os espacialmente – já que a sinalização turística é considerada deficiente. E é exatamente essa dimensão humana que faz com que a cidade de Campos do Jordão seja considerada hospitaleira – aspecto diferenciador que faz com os problemas de infraestrutura sejam ignorados, apesar de reconhecerem que a ausência afeta qualquer ação de acolhimento ao turista. Outro aspecto a ser enfatizado é que o prazer em ajudar o turista depende de dois importantes fatores: conhecer melhor a cidade e o modo como o turista os aborda (a falta de respeito do visitante em relação à cidade e ao morador foi bem citada).

Por terem a impressão de que a distribuição dos ganhos não é feita de forma equitativa, não se consideram acolhidos pela/na cidade. E essa sensação vem marcando gerações, acarretando uma baixa autoestima e um bloqueio mental que os impedem de frequentarem certos lugares, principalmente os mais turísticos. Os grupos sinalizaram que o jordanense não se sente pertencente à cidade, não acha que a cidade pertence a ele e se isola em sua zona de conforto – não aproveitando o que a cidade oferece em termos educacionais, profissionais e de lazer.

As respostas-pistas puderam ser organizadas em cinco categorias envolvendo a percepção sobre o turismo; o turista; a alta temporada; a imagem da cidade e a relação do jordanense com a cidade. A dimensão do acolhimento é afetada pelas três primeiras categorias, enquanto a dimensão do pertencimento é afetada pelas duas últimas. Acrescentam a estas respostas-pistas, considerando todo o processo interacional dos grupos focais, oito pontos principais.

Primeiro, reorganizar o setor, definindo o público almejado e as diretrizes para alcançá-lo. Segundo, reavaliar a imagem difundida da cidade, já que a atual – Suíça Brasileira – é vista como antiquada, falsa e não representativa da cidade; defendem que a natureza e o clima deveriam ser incorporados ao processo representativo da localidade. Terceiro, que uma adaptação durante a alta temporada é um item obrigatório para o jordanense sobreviver, alterando horários de compras em supermercados e farmácias, assim como o uso de caminhos alternativos, fugindo do eixo central da cidade. Quarto, a população não sente o retorno dos gastos dos turistas em infraestrutura, como ruas pavimentadas, esgoto tratado, saúde e educação. Acreditam ser necessária uma melhor distribuição dos ganhos da alta temporada, principalmente para os bairros periféricos.

Em quinto, é necessário criar um processo educacional que atinja os jordanenses a partir dos dez anos, permitindo que as informações sobre o significado do turismo, sua representativa, características, potencialidades e fragilidades sejam informadas a todos, acarretando um novo posicionamento do morador em relação a atividade turística. Sexto, é preciso reavaliar as excursões e se forem definidas como um dos grupos prioritários para o turismo na cidade, oferecer estrutura adequada.

Sétimo, o primeiro papel representado pelo jordanense é o de trabalhador e não de cidadão, fato que impacta no processo de autoaceitação e, conseqüente, usufruto de todo espaço de direito. Oitavo, a relação com o turismo se dá quando agem como turistas e não como anfitriões, o que também sinaliza um isolamento do seu papel de morador/cidadão.

A partir da base teórica selecionada e os resultados das técnicas aplicadas, reflexões puderam ser realizadas sobre como criar mecanismos para que a hospitalidade possa circular em espaços com um turismo massivo como o de Campos do Jordão. Destas reflexões, um sistema social de hospitalidade proposto, a partir das diretrizes de Niklas Luhmann, cuja relação com a hospitalidade apresenta-se a seguir.

8.2 ASPECTOS DA TEORIA DE NIKLAS LUHMANN APLICADOS AO MODELO

Dentre todos os possíveis caminhos que a literatura científica pode seguir quando busca entender a hospitalidade em espaços turísticos, destaca-se a perspectiva sistêmica. Apesar de tal perspectiva já ser muito difundida no estudo do turismo, em hospitalidade está apenas se iniciando. É neste contexto que se buscou uma aproximação da hospitalidade com a perspectiva sistêmica, com base no sistema social de Niklas Luhmann.

Defende-se que um novo olhar deve ser destinado às comunidades locais, consideradas como anfitriãs de um destino turístico. Responsáveis pelo acolhimento ao estrangeiro, os residentes têm sido colocados em segundo plano nas pesquisas sobre o turismo, estas focadas nos turistas e aspectos econômicos advindos do deslocamento. Em um mercado competitivo como o turismo, com o surgimento de novos nichos e a busca por diferenciais, a participação ativa da comunidade local fará diferença. Contudo, assumir o seu papel enquanto anfitrião responsável pelo acolhimento dos estrangeiros exige um sentimento de pertencimento e o reconhecimento de que a cidade visitada pelos outros pertence, primeiro, aos moradores.

Esse processo de reconhecimento e valorização do sentimento de pertencimento é um processo que provoca, primeiramente, mudanças na própria comunidade. Posteriormente, reflexos poderão ser sentidos na receptividade de outras pessoas. Por causa deste ciclo autopoietico adotou-se a visão sistêmica de Niklas Luhmann, de forma a compreender como a hospitalidade ocorre em comunidades receptoras marcadas pelo turismo.

É importante salientar que Luhmann (2017) não considera os processos tradicionais de *input* e *output* comumente encontrados na Teoria Geral dos Sistemas, concentrando-se no fechamento operacional, autopoiese e irritações que incitam as mudanças em cada ambiente. Para Luhmann, a teoria do sistema social está ligada à separação de sociedade – sistema social, cuja autopoiese se opera com base na comunicação; e homem – sistema psíquico, cuja autopoiese tem por elemento a consciência que, nesse sentido, tornar-se-iam ambiente. Também se utiliza de um conceito abrangente de sociedade, que englobaria as diversas sociedades regionais, assim como a perspectiva teórica segundo a qual a sociedade seria um sistema autorreferencial que descreve a si mesmo (GONÇALVES; BÔAS FILHO, 2013).

Em um sistema da sociedade convivem subsistemas que se caracterizam por dois elementos, a saber, uma unidade de operação que se reproduz a si mesma e uma diferença constante com relação ao seu entorno. Na comunicação deste sistema global, cada subsistema se constrói a partir de códigos, que desenvolvem estruturas como resultado de sua própria evolução. (RAMIREZ *et al.*, 2013). Silva (2016) explica que o sistema é operacionalmente fechado, porém cognitivamente aberto, possibilitando que os intercâmbios a partir das irritações entre o sistema e o ambiente possam resultar nos chamados acoplamentos estruturais. O autor ainda ressalta que, a despeito de seu fechamento operacional, o sistema não funciona à revelia do ambiente, mas exatamente por causa dele.

Segundo Treuke (2017), o sistema de Luhmann segue uma lógica fechada e autogenética que filtra os estímulos exógenos em 'atualidades' e 'potencialidades'. Por isso que, para Luhmann (2017), o critério que regula os sistemas sociais é o sentido, que depende de outros fatores como normas, valores, metas – um conjunto que crie uma ordem de preferências formada por critérios de sentido, condição de possibilidade de formação de um sistema (MATHIS, 2004). As normas e valores também são enfatizados por Gonçalves e Bôas Filho (2013) como influenciadores da intencionalidade humana, sendo cada um constituinte de um subsistema social funcional.

A relação sistema meio caracterizada por um acoplamento estrutural significa que sistemas autopoieticos – sistema de estrutura determinada e autorregulativo – não podem ser determinados por acontecimentos do meio. Esses acontecimentos somente podem estimular operações internas próprias do sistema (MATHIS, 2004). Segundo Gonçalves e Bôas Filho (2013), a autopoiese para Luhmann adquire uma maior abrangência e deve ser lida a partir do processo de diferenciação do sistema em relação ao ambiente. Para Melo Junior (2013), tudo aquilo que não diz respeito ao sistema observado é tido como entorno, até mesmo os diferentes tipos de sistemas que coexistem em uma mesma dimensão espaço-temporal.

O sentido produzido tanto no sistema quanto pelo sistema não está baseado em um mundo como realidade externa, mas nas formas de sentido produzidas no interior do sistema – para o sistema, torna-se observável aquilo que lhe faz sentido na observação. A forma ou sentido da observação já é um elemento pelo qual o sistema se diferencia do ambiente (VIANA, 2011). Mathis (2004) entende o sistema como capaz de definir e redefinir internamente o que é o sentido, que depois se torna a base

da seleção para a redução da complexidade do meio e da contingência interna. Para a estabilização de um sistema autopoietico diferenciado de seu ambiente, três fases interdependentes precisam ocorrer: autorreferência de base - autorreprodução dos elementos; a reflexividade – capacidade de um processo referir-se a si mesmo; reflexão – autodescrição do sistema, à sua necessidade de se reconhecer como diverso (GONÇALVES; BÔAS FILHO, 2013).

Os sistemas sociais autopoieticos, capazes de se reproduzirem sem qualquer interferência externa, são operativamente fechados no sentido de que essas operações não são determinadas pelo ambiente. Cada sistema é dotado de um código comunicativo próprio cuja utilização primária é vedada ao outro (GONÇALVES; BÔAS FILHO, 2013). Podem ocorrer modificações a partir das chamadas “irritações” que, quando processadas pelo sistema, são incorporadas a ele se representarem sentido (operando-as internamente) (SILVA, 2016). Tais processos direcionam o sistema social para a sua autorreprodução. As diferenciações que ocorreram no interior da sociedade acabam reproduzindo funções específicas que trazem consequências para a própria evolução da sociedade (MELO JUNIOR, 2013). A partir de irritações causadas pelo ambiente, o sistema estrutura suas próprias operações de modo a diminuir a complexidade externa (SILVA, 2016).

Nesse processo de construção do sentido, os sistemas sociais parciais se renovam e atualizam a distinção possível em suas operações, pela incorporação de distinções adicionais como sistema/ambiente; significante/significado. Os sistemas parciais da sociedade só podem observar a si mesmos e ao seu ambiente na forma de sentido – os sistemas surgem (autorreferencialmente) como núcleos constitutivos de sentido (VIANA, 2011). A integração de seus elementos se relaciona por meio de um único tipo de operação, formando uma rede que produz recursivamente seus próprios componentes, derivando a sua característica autopoietica (RAMIREZ *et al.*, 2013).

Agrega-se ao conceito de sistema explorado por Luhmann (2017), a visão de Nematpour e Faraj (2019): ao considerar o turismo como um sistema, precisa-se entender que cada um dos seus elementos visa atingir um (só) objetivo, a saber, uma relação recíproca e interacionista entre visitante e comunidade, cada um influenciando e dependendo do outro, tornando essencial aprofundar o debate sobre a hospitalidade local e as alterações que as suas comunidades sofrem com o turismo. Para que a união entre os conceitos da Teoria Social de Niklas Luhmann e a teoria da

Hospitalidade possa ocorrer com a conseqüente criação do Sistema Social de Hospitalidade, o quadro 15 relaciona os aspectos da teoria luhmaniana com o sistema proposto.

Quadro 15 – Aspectos da Teoria de Niklas Luhmann para o Sistema Social de Hospitalidade

Acoplamento	Informações referentes ao pertencimento; relações de hospitalidade (em suas expressões de acolhimento) e experiências de hospitalidade
Acoplamento estrutural	Relação entre duas unidades sistêmicas, ou seja, entre pertencimento e relações de hospitalidade e entre relações de hospitalidade e experiência de hospitalidade
Causalidades	Envolve aspectos políticos, econômicos, sanitários, sociais, legislativos.
Códigos	Regras informais de cada grupo social, gerando uma resposta binária. Dependendo da resposta, mudanças estruturais poderão ocorrer.
Comunicação	Processo de comunicação interna a cada unidade sistêmica: pertencimento; relações de hospitalidade e experiência de hospitalidade
Diferenciação social	A diferenciação com o objetivo de reduzir a complexidade envolve a primeira unidade sistêmica pela perspectiva da comunidade local (esta tem que se sentir conectada à cidade); as relações de hospitalidade ocorrem entre os próprios moradores, assim como entre moradores e visitantes (gerando ou não o vínculo); a experiência de hospitalidade também ocorre entre os indivíduos do sistema anterior, acarretando numa busca de experiências cada vez mais marcantes.
Diferenciação funcional	Inicialmente, todas as unidades sistêmicas representadas correspondiam a uma única unidade. Porém, analisada sob a perspectiva de uma comunidade local influenciada por atividades turísticas, a complexidade aumentou, gerando subsistemas que se comportam como uma unidade sistêmica. O pertencimento à comunidade se tornou fator essencial para o processo atual de turismo. Para a sua competitividade, as relações de hospitalidade ganham contornos de diferenciação competitiva entre destinos turísticos. E a experiência de hospitalidade é o fator decisivo para satisfação e criação de memórias em destinos turísticos, assim como essencial para a manutenção da atividade turística a longo prazo.
Dupla contingência	Assume-se a posição binária entre participar ou não das ações internas. O indivíduo pode participar de ações que incitem o seu reconhecimento enquanto cidadão, assim como pode participar das relações com outras pessoas, assim como gerar experiências. Tudo isso pode ou não ser compartilhado com outros indivíduos, caracterizando o grupo social.
Sentido	As relações marcadas pela circularidade da dádiva passam a funcionar como um filtro de assimilação de informações que passarão a ter um sentido em cada um dos sistemas autopoéticos
Irritações	São provocadas pelo entorno ou ainda pelos outros sistemas autopoéticos, gerando modificações. Entende as irritações como as respostas da comunidade local para os impactos que o turismo traz para a localidade em que vivem, assim como a miríade de dádivas, ambas as influências sob uma perspectiva binária.

Fonte: a autora (2021), baseado nas teorias de Niklas Luhmann

Considerando-se os resultados das pesquisas de campo, principalmente, a ausência do reconhecimento do morador no seu papel de anfitrião-residente, e, a partir da perspectiva sistêmica e da hospitalidade, em suas dimensões do pertencimento e acolhimento, iniciou-se o processo de construção de um modelo teórico referencial de um Sistema Social de Hospitalidade. Considera-se que, sem a participação da comunidade no desenvolvimento do turismo local, não poder-se-á falar em um turismo sustentável, com uma balança mais positiva a todos os envolvidos. Defende-se que a educação é o caminho para se desenvolver o sentimento de pertencimento na comunidade local, permitindo uma maior percepção e efetiva participação nas decisões políticas e sociais.

8.3 PROPOSTA DE MODELO

O turismo está sujeito a vetores de transformação de diferentes origens, potencializado pela sua saturação e/ou rejeição nas destinações turísticas (BENI, 2020). A este contexto soma-se os impactos da pandemia do Covid-19. Para Richards (2020), a pandemia forçou o setor do turismo a repensar suas práticas, já que os turistas não irão mais agir como no passado, fato que exige resiliência dos envolvidos na atividade turística, assim como criatividade para se achar novos meios de se desenvolver e gerenciar o setor. É neste contexto que Campos do Jordão não pode continuar a depender do turismo em um único período do ano marcado por uma temporada de inverno; a ignorar os impactos que a atividade traz ao município e munícipes; a buscar o lucro máximo sem pensar no planejamento; a ignorar a falta de rumo do turismo local, entre diversos outros aspectos já comentados no decorrer deste trabalho.

Acredita-se ser esse o momento para se repensar a prática turística em diversos espaços, principalmente nos locais que compartilham o cotidiano com um número intenso de turistas, pois, como aponta Richards (2020), os residentes poderão querer retornar ao convívio social, mas não com muitos turistas, o que nos força a pensar em um sistema resiliente, capaz de responder às mudanças a partir de uma sinergia. Para Beni (2020), as reivindicações atuais se baseiam em reafirmar o cuidado com a comunidade residente, buscando adaptar-se às mudanças do tecido social de forma a garantir que os residentes permaneçam em suas cidades, sem ter a

sua qualidade de vida afetada demasiadamente pela saturação turística. Já Camargo (2021) explica que a atual valorização do turismo como experiência e não apenas como desfrute da paisagem marca o desejo dos turistas de desfrutar mais da viagem, incluindo maior integração com os moradores locais.

Com o objetivo de “Construir a institucionalidade de “sentir-se acolhido e bem-vindo” em uma cidade com um turismo massivo”, a Proposta do Modelo teórico-referencial de um Sistema Social de Hospitalidade é formado por três grandes subsistemas autopoieticos, a saber: pertencimento; relação de hospitalidade – ênfase na expressão de acolhimento; e experiência de hospitalidade.

Cada um destes é representado pela sua autonomia enquanto unidade sistêmica, ou seja, a partir da sua operação interna, pautada em uma operação estrutural autorreferencial, assimila as informações e irritações que fazem sentido. É pela sua seletividade que a complexidade do entorno é atenuada, permitindo “entrar” no sistema apenas aquilo que faz sentido ao mesmo. O que não tiver a sua entrada autorizada pertence a outra unidade sistêmica ou ao entorno. Isso faz com que a clausura operativa do sistema seja uma de suas grandes características, pois cada unidade cria seu limite de operação. Cada uma das unidades sistêmicas possui uma seta que a circunda, tendo como objetivo representar o caráter autopoietico, marcado pela seletividade e caráter autorreferencial.

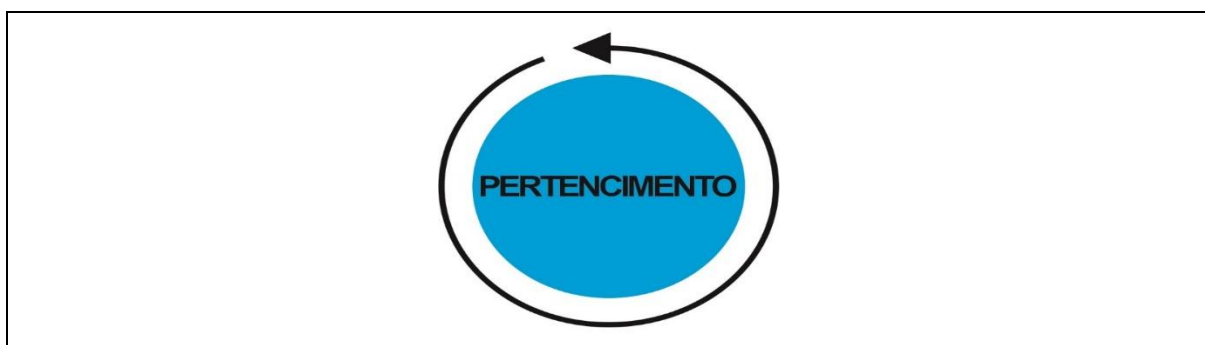
Apesar de o acolhimento representar a ação inaugural para a hospitalidade (BINET-MONTANDON, 2004), ao pensar em relações estabelecidas em espaços turísticos massificados, o conflito e a irritabilidade podem impedir a efetivação do acolhimento, já que uma barreira é criada antes mesmo de um contato ser estabelecido – a partir de experiências anteriores, projeta-se uma expectativa negativa que não autoriza nenhum tipo de aproximação. Assim, questiona-se: como o processo de acolhimento pode ocorrer quando o antagonismo já é uma impressão estabelecida antes mesmo do encontro/aproximação?

Este antagonismo foi sendo delineado a partir de relações estabelecidas anteriormente, por outros atores representando os mesmos papéis: o visitante – turista, e o morador – anfitrião. Em muitos destes encontros, a hospitalidade não se efetivou em toda a sua totalidade por rupturas em suas leis (PITT-RIVERS, 2012), com o desrespeito do visitante quanto às normas locais, assim como o desinteresse do morador em bem receber o estrangeiro. É preciso provocar mudanças nos

estigmas desenhados, gerando alterações na posição que o morador normalmente ocupa: de um ser passivo para um ser ativo no processo da atividade turística.

A primeira unidade sistêmica representa o pertencimento da comunidade ao seu local de morada, como evidenciado na figura 18. Para Callai (2004), o sentimento de pertença tem uma estreita ligação com o território, criando a possibilidade de se entender (a si próprio) como sujeito que constrói a sua vida, produz a sua história e a concretiza ao construir/produzir o seu espaço. Desta forma, Moreira e Hespanhol (2007); Santos e Lima (2020) e Freitas (2008) explicam que o sentimento de pertencimento e o acúmulo de tempos e histórias individuais passam a constituir o lugar e suas múltiplas relações, resultando em referenciais afetivos, sendo que este sentimento é fundamental para a manutenção e coesão da comunidade.

Figura 18 - Unidade Sistêmica de Pertencimento



Fonte: a autora (2021)

Influenciado por mídias sociais, reprodução cultural, padrão globalizado, exigência de visitantes, além da massificação do turismo, as comunidades locais têm restringido seu convívio local aos espaços que são considerados como seus clusters de pertença, ignorando demais espaços vistos como pertencentes ao turismo e aos turistas. Esse é um fato preocupante, já que deixa de se conhecer e reconhecer o lugar em que vive, acarretando um isolamento e uma ausência de reprodução de si próprio, como sujeito (CALLAI, 2004). Santos e Lima (2020) explicam que o sentimento de pertencimento é importante na construção histórica e cultural do lugar, uma vez que ele é o elo entre o homem e o meio que ele habita. Tal contexto também é explorado por Freitas (2008) quando explica que quanto mais forte são as ligações emocionais, maior será o sentimento de pertencimento dos indivíduos.

O afastamento do papel ativo na comunidade, assim como a falta de conexão com o lugar foram verificados na pesquisa de campo, tanto na etapa quantitativa

quanto na qualitativa. O questionário permitiu a identificação de pontos que precisam ser considerados e acompanhados a longo prazo: a dificuldade em construir memórias; o afastamento do jordanense em seu papel de cidadão; a ocupação de poucos espaços vistos como turísticos; o não reconhecimento da cidade do jordanense na imagem veiculada pela mídia.

Já no grupo focal, a desconexão do morador com Campos do Jordão ficou mais evidente: o jordanense procura sua zona de conforto por não se sentir pertencente à cidade e não achar que a cidade pertence a ele. Nesse contexto, vale destacar as três respostas-pistas registradas na categoria “percepção sobre a relação do jordanense com a cidade”: necessidade de ensinar o jordanense a apreciar a cidade e a reestabelecer uma relação com ela; reconhecimento do morador como cidadão e não apenas trabalhador; não reconhecimento da cidade pelo jordanense, pois ele não se sente pertencente a ela, deixando de aproveitá-la

Acrescenta-se, ainda, as percepções de falta de acolhimento que a cidade oferece e de como o jordanense não cuida do seu espaço, sendo tais aspectos considerados por Callai (2004) como pontos essenciais para se verificar o sentimento de pertencimento atual da população, já que, para Santos e Lima (2020), a ausência de uma relação de apego sentimental com o local impede que o homem se sinta parte do lugar e que o lugar seja parte dele também. Por isso se considera que a visitação em poucos espaços turísticos – evidenciada nas pesquisas, também precisa ser considerada, pois se deixa de viver uma experiência, atribuir representações e consolidar uma relação de afetividade com o ambiente onde habita (SANTOS; LIMA, 2020). A percepção de que o retorno que o turismo poderia proporcionar à cidade não é aplicado na infraestrutura também afeta o sentimento de pertencimento, pois, como explica Tavares (2014), para desenvolver tal sentimento, estão implícitas condições fundamentais como saúde – física e mental, autonomia, conhecimento de si e de sua cultura, além de autoaceitação (termo que apareceu nos grupos focais como uma espécie de impedimento que o jordanense sente para visitar determinados espaços da cidade).

Na pesquisa de campo – etapa qualitativa, ainda se evidenciou como o jordanense se coloca sempre como trabalhador, como também se considera como parte do turismo apenas quando age como turista. Tais fatos impactam no processo de autoaceitação e uso dos espaços públicos. De acordo com Santos e Lima (2020), para que uma pessoa tenha uma relação afetiva com um lugar, é necessária uma

construção de sentimentos. Essas relações de afetividade podem levar a um sentimento de pertencimento, carregando memórias que tornam a relação ainda mais efetiva. Tavares (2014) acrescenta que sem as condições para que o indivíduo se sinta sujeito – e não coadjuvante, ele não será capaz de participar voluntariamente dos processos de interação social. Freitas (2014) reforça que o sentimento de pertencimento é um aliado do desenvolvimento local, além de criar forte identificação dos indivíduos com a cultura, despertando o interesse em participar das formulações e decisões da comunidade – fato essencial para uma cidade turística como Campos do Jordão.

Importante ressaltar que a discussão de pertencimento em espaços urbanos, assim como turísticos, já vem sendo discutido há muito tempo, com destaque, nesta tese, para Grinover (2019), Wassal e Salles (2019), Issa (2007), Callai (2004). Em comum, os autores reforçam que o acolhimento ao próprio morador, no qual se reconheça como pertencente, vai além do espaço privado, mas também o público, cujo papel é possibilitar a reunião e identificação entre os grupos sociais, que passam a desenvolver conjuntos de códigos a partir das relações estabelecidas entre si. Ghasemi, Chiappa e Correia (2016) complementam ao destacarem que o planejamento do turismo que seja sensível às percepções, necessidades e atitudes dos residentes é uma condição necessária para se obter apoio dos residentes e um maior sentimento de pertencimento ao lugar.

O reconhecimento de si como cidadão e dono do espaço é a base deste pertencimento em espaços turísticos. Reconhecer-se como ator principal nas relações entre moradores e visitantes é agir para cuidar, preservar e manter o espaço visitado, como se fosse a extensão de sua casa. É necessário reconhecer a cidade como algo compartilhado por eles, o que depende, defende-se aqui, de uma ação educacional específica. Segundo Callai (2004), é no cotidiano que o espaço vai se configurando e dando feição ao lugar, um espaço vivido, de experiências sempre renovadas, o que permite considerar o passado e vislumbrar o futuro, processo que resgata os sentimentos de identidade e de pertencimento. Para Santos e Lima (2020), o sentimento de pertencimento é a sensação que o homem faz parte do lugar e que o lugar é um quebra-cabeça no qual ele é uma peça que possui uma dada contribuição. Já para Freitas (2008), o sentimento de pertencimento são laços que prendem o sujeito ao lugar, fazendo com que ele se sinta e aja como participante pleno.

É preciso, assim como defende Baptista (2008), reconhecer cada cor, som, cheiro que envolve a paisagem, reconhecendo a identidade de cada lugar. Callai (2005), Saviani (2009), Lima (1998) entendem que a educação, neste contexto, tem a função de reforçar os laços sociais, entendendo os espaços como resultados de uma cidade em sociedade, propiciando uma igualdade de oportunidades para todos. Sampson (1988), Carvalho (2009) e Wang e Xu (2015) também abordam o contexto educacional, mas em ambientes turísticos, reforçando a necessidade de se buscar uma identidade ao morador correspondente aos seus valores pessoais, o que afetará, diretamente, a qualidade de vida compreendida por cada envolvido.

Ao sentir-se pertencente ao espaço e à cidade, o morador assumirá sua corresponsabilidade com o desenvolvimento e organização urbano/social, vendo-se como um cidadão – com seus direitos e deveres, e não apenas como um morador – ciente apenas dos seus direitos. Reconhecendo o seu papel de sujeito ativo, assumirá o seu papel de anfitrião – pelo desejo em receber o outro e não pela obrigação de o fazer. Contudo, assim como evidenciado nos grupos focais, o afastamento do processo decisório e do seu papel ativo é resultado de anos de alienação, normalmente disseminados no ambiente familiar, social e político. Desta forma, não se ignora que qualquer ação que busque resgatar o sentimento de pertença demorará anos para apresentar resultados visíveis; porém, se não fizermos nada, o resultado já sabemos de antemão: aumento da violência; degradação do espaço público; consumo de drogas – lícitas e ilícitas por crianças e adolescentes; rompimento familiar, entre outros.

Também não é uma ação que poderá ser realizada de forma unilateral. É preciso aproveitar-se de ações já existentes na cidade. Destacam-se as ações executadas pela Secretaria Municipal de Valorização da Cultura da Prefeitura de Campos do Jordão, na figura de Benilson Toniolo, com as ações “Culturalmente Jordanense” e “Prêmio Campos do Jordão de Literatura”; a ação da Vanessa Ellias, com o projeto “Bailarinas de Campos” na Escola Vanessa Ballet; da AMECampos – Associação dos Amigos de Campos do Jordão, com o projeto “Meninas Cantoras de Campos do Jordão”; a ação da Fundação Lia Maria Aguiar, com diversos projetos socioculturais, desenvolvendo o caráter cidadão. Também merece menção o projeto “Mãostiqueiras” de Juliana Muller Bastos, capacitando as mulheres da comunidade para aproveitar da tosquia anual de ovelhas criadas na Mantiqueira, desenvolvendo produtos e vendendo-os com divisão dos lucros, assim como o projeto da “Peace

Ambiental – Projeto Educação Ambiental para Corações Ecológicos”, com diversas ações, com destaque para reaproximar o jordanense da natureza local, resgatando saberes.

Com a redescoberta da cidade e com o desenvolvimento de uma relação afetiva com os espaços sociais, espera-se que o residente assuma o seu papel de anfitrião, e queira receber o visitante de forma a garantir a sua segurança, felicidade, saúde, despertando sentimentos que marquem uma experiência considerada como positiva. Só assim poder-se-á falar em relações de hospitalidade, a segunda unidade sistêmica representada (Figura 19), em sua expressão de acolhimento como marco inaugural.

Figura 19 - Unidade Sistêmica de Relação de Hospitalidade



Fonte: a autora (2021)

Para esta unidade, explora-se a hospitalidade como uma aproximação entre pessoas que ocupam posições assimétricas, a partir de regras não escritas estabelecidas, visando uma troca de experiências e de apoio social/psicológico/emocional. Busca-se, nessa relação, uma simetria, sendo a acolhida a ação inaugural. Desta forma, não há relação de hospitalidade sem a acolhida – desta forma, traduz-se a dimensão do acolhimento pela relação de hospitalidade. Considera-se que tanto as relações entre os próprios moradores de uma cidade turística quanto as relações entre visitantes e anfitriões (assim como poderia ser expandida para as relações entre os visitantes) podem ser marcadas pela hospitalidade – e por isso foi considerada uma unidade sistêmica. Defende-se, ainda, que, se a unidade sistêmica anterior (de pertencimento), provocar irritações suficientes para incitar mudanças nesta segunda unidade sistêmica, as relações de

hospitalidade serão solidificadas, perpetuando modificações internas – a partir do processo de acolhimento.

Na busca pelo fortalecimento das relações, Bell (2007a, 2007b, 2009), Kitson (2015), Christou e Sharpley (2019) e Paulaskaite *et al.* (2017) estudam a hospitalidade sob a perspectiva do anfitrião, investigando espaços que possibilitem momentos de interação. Telfer (2000) também aponta os estados de transitoriedade da condição social e dos estados de espírito e das emoções dos sujeitos para a efetivação de uma hospitalidade híbrida. Contudo, estes espaços só serão reconhecidos como potenciais facilitadores para uma relação de hospitalidade entre visitantes e anfitriões se estes últimos se reconhecerem em todo e qualquer espaço da cidade (assim como defendido pela primeira unidade sistêmica).

Na área do turismo, diversos são os estudos acerca da experiência do turista, mas poucos exploram a experiência do morador, um descompasso em qualquer relação a ser estabelecida. Este fato já foi evidenciado em diversas pesquisas, como a de Osman, Johns e Lugosi (2014). Cetin e Bilgihan (2015) lembram que a experiência (positiva) tem um benefício mais simbólico, emocional e hedônico. Para Frleta e Jurdana (2020), as relações entre visitantes e residentes são influenciadas pelas percepções dos impactos do turismo – sejam estes positivos ou negativos, e por isso, deve-se entender como elas ocorrem em cada destino turístico já que cada local é uma combinação única de pessoas, de recursos culturais e naturais, de tradicionais e modo de vida.

Como já mencionado, para que as relações possam ser de hospitalidade, o acolhimento é essencial. A dimensão interacional do turismo e o reconhecimento do “outro” como fator essencial para a efetivação da relação são reconhecidos como norteadores por Gurjão, Quadros e Ikawa (2011), Perazzolo, Pereira e Santos (2010), Ferreira, Perazzolo e Pereira (2013) e Ikawa e Santos (2015) – aspectos norteadores da teoria do ‘corpo coletivo acolhedor’. A acolhida é essencial para a efetivação das relações de hospitalidade em espaços turísticos – principalmente os massivos, nos quais a irritabilidade faz parte do cotidiano interacional (BINET-MONTANDON, 2004; PAESE, 2018; PLENTZ, 2015).

Nesse processo de acolhimento e reconhecimento das relações pela hospitalidade, a pesquisa demonstrou que Campos do Jordão é considerada uma cidade hospitaleira. A dimensão humana foi citada como essencial para que a infraestrutura precária da cidade não seja um complicador no processo de

acolhimento. Contudo, os respondentes foram claros: qualquer ação de acolhimento depende do modo como o turista se comporta, como aborda os moradores locais, e o respeito que demonstra pela cidade e pelos seus habitantes. Para Zaidan e Kovacs (2017), a erosão da identidade local e o fracasso dos turistas em respeitar os costumes locais e valores morais, dificultam o acolhimento por parte dos residentes, e o estabelecimento de relações. Segundo Cetin e Okumus (2018) há uma gama de responsabilidades e obrigações de todos os envolvidos, e, no caso do turismo, aos turistas também, como o respeito às normas culturais, valores e comportamentais, assim como exposto por Pitt-Rivers (2012) com as Leis da Hospitalidade. Tais aspectos foram evidenciados ao anotar a percepção diferenciada entre o turista e o excursionista, este último visto como predador e desrespeitoso com o espaço visitado, reforçando a necessidade urgente de replanejamento do setor turístico em Campos do Jordão – relação já marcada por uma pré-disposição ao conflito, a partir de experiências anteriores.

No geral, os respondentes gostam de ajudar os turistas, contribuindo com as decisões sobre os locais a serem visitados. Compreendendo que o turismo é uma relação estabelecida, principalmente, entre turistas e residentes locais, gerando mudanças múltiplas em todos os envolvidos (MIOCIC; VIDIC; BAKIJA, 2016), destacam-se a educação, amizade, generosidade e boa-vontade como atitudes de hospitalidade (CETIN; BILGIHAN, 2015), vistas como essenciais para uma relação em espaços turísticos.

Conhecer melhor a cidade foi citada como essencial para receber o turista. Contudo, os jordanenses desconhecem muito dos espaços locais, restringindo sua circulação no trajeto casa-trabalho. Deixa-se de se reconhecer a cidade como território, conforme expõe Grinover (2019), ignorando-se a co-extensividade do espaço, criando rupturas, as quais passam a ser ocupadas – mesmo que mentalmente, por grupos aos quais o jordanense não se reconhece – como o espaço da Vila Capivari. Conforme Miocic, Vidic e Bakija (2016), enquanto para os turistas o sentimento é de liberdade e prazer, para a comunidade local, normalmente é de trabalho e irritação. Esse fato também foi verificado na pesquisa, quando os jordanenses se posicionaram como trabalhador durante as respostas, raramente como cidadãos.

Outro aspecto ressaltado na pesquisa foi o potencial de os turistas ajudarem na construção de um sentimento de orgulho pela cidade, aspecto reforçado por

Carneiro, Eusébio e Caldeira (2017) ao explicarem que o morador, ao se sentir orgulhoso, desenvolve uma maior apreciação pelo local em que vivem, assim como fortalece o sentimento de pertença. Desta forma, os relacionamentos a serem estabelecidos podem ultrapassar a barreira comercial e se solidificarem em relações de amizade (aspecto também comentado durante a etapa qualitativa).

Entretanto, como já apontado anteriormente, para que este sentimento de pertencimento se fortaleça, ações para minimizar os conflitos entre turista e residente devem ser desenvolvidas, o que perpassa por um planejamento competente e contínuo. É primordial definir as metas, objetivos, diretrizes, mas, principalmente o público-alvo, envolvendo todo o *trade* nas ações de reformulação do turismo jordanense. Como defendido até aqui, a comunidade local precisa ser compreendida como comunidade anfitriã e ser envolvida no processo. Porém, se o turismo continuar a ser desenvolvido de modo aleatório, toda relação iniciar-se-á com sentimento de irritabilidade. Assim, não conseguir-se-á falar de relações de hospitalidade, mas sim de hostilidade e até de inospitalidade – com conflitos e não acolhimento.

Pela perspectiva autopoiética, as relações de hospitalidade serão perpetuadas em novas relações, que continuarão a procurar a hospitalidade como um diferencial de uma relação, assim como um fator essencial para uma convivência marcante na atual sociedade, gerando experiências consideradas como memoráveis. Por isso, neste sistema se apresenta a Experiência de Hospitalidade, exposto na figura 20, como uma unidade sistêmica.

Figura 20 - Unidade Sistêmica de Experiência de Hospitalidade



Fonte: a autora (2021)

Em espaços turísticos, a hospitalidade pode auxiliar na experiência com aquele espaço e indivíduo, necessário para a apropriação de espaços públicos. Considera-

se as observações de Pitt-Rivers (2012) e Camargo (2021) sobre as leis da Hospitalidade e a regulação das relações; as de Shyrock (2004) com o espaço moral e a possibilidade dos estranhos serem tratados como membros locais. Não se ignorou as observações de Derrida (2001) sobre a autoridade do anfitrião e sua manutenção, e a possibilidade das relações na sociedade atual serem breves, mas não menos importantes como apontado por Bell (2001) com os momentos cintilantes; Camargo (2001; 2015; 2021) com as cenas de hospitalidade e Lugosi (2008) com a meta-hospitalidade. A relação da hospitalidade com o turismo tem como base Cetin e Okumus (2018) que entendem a hospitalidade local como a atitude tradicional, incondicional e comportamental das pessoas locais em relação aos turistas, utilizando-se de espaços sociais e até privados.

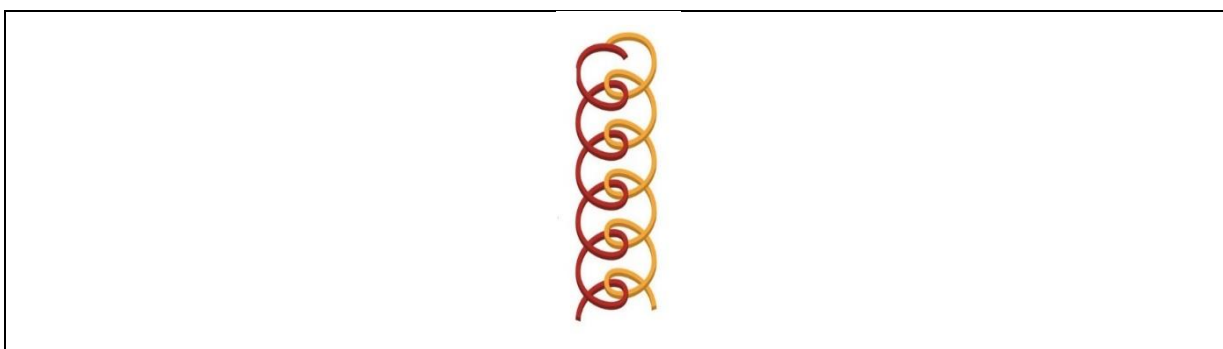
Para Montandon (2004), visitar pressupõe um deslocamento para encontrar uma pessoa que acolhe um visitante durante um tempo limitado, representando os principais elementos da cena hospitaleira. Por isso que a construção de um conceito universal de hospitalidade é um processo influenciado por cada nova interação social, devendo-se considerar nuances que afetarão a experiência da hospitalidade (SPOLON, 2017). Em pesquisa de Santana e Nascimento (2020) a qualidade – aqui compreendida nas relações de hospitalidade, influencia diretamente na satisfação e na percepção de valor, sendo que o apoio dos residentes ao turismo é influenciado de maneira direta pelo valor percebido, resultado similar ao encontrado na pesquisa de Alves *et al.* (2019) e Pezzi e Viana (2015).

A experiência da troca influencia significativamente a percepção da hospitalidade (ALVES *et al.*, 2019), podendo ser determinante na sua lealdade e na avaliação da experiência como memorável (CERQUEIRA, 2020), tanto na percepção de uma hospitalidade social quanto de uma comercial (MILITO, 2020). Para Cerqueira (2020), a experiência de hospitalidade ocorre em nove dimensões: empatia, reconhecimento, autonomia, surpresa, serviço, eficiência *welcome*, à vontade, entretenimento. Contudo, para garantir essa experiência de hospitalidade, Hockert (2015) cita a necessidade de todos os envolvidos no processo agirem juntos para a conquista da experiência, ações permeadas pelas leis de hospitalidade: de um lado o residente anfitrião com sua ação de cuidado, atenção e respeito ao turista; do outro, o turista com sua ação de respeito a cultura, ao espaço local, aos seus habitantes, às regras e normas.

A experiência de hospitalidade tem comprovadamente efeito na intenção de revisita e a intenção de recomendação (CERQUEIRA, 2020), apresentando resultados multidimensionais em resposta ao processo interacional (ALVES *et al.*, 2019) e demonstrando a possibilidade de existir um momento único, especial, extraordinário que ocorre durante vivências particulares, em diversos momentos (PEZZI; VIANA, 2015). Na pesquisa de campo evidenciou-se a importância dada à hospitalidade para o retorno dos visitantes. Contudo, a experiência vendida pela imagem veiculada nunca se concretizará, já que a imagem representa uma camuflagem de Campos do Jordão. Desta forma, precisa-se reanalisar as potencialidades da cidade, como a natureza e divulgar o que realmente pode ser compartilhado.

Após compreender cada unidade sistêmica projetada, unificando-as em um sistema global, é importante lembrar que, neste estudo, a hospitalidade é compreendida a partir da dimensão da dádiva. No sistema proposto, a dádiva é representada pela imagem de duas “molas”, exposta na figura 21, representando a temporalidade e a espacialidade. A hospitalidade, a partir da dádiva, é um elemento necessário para promover a coesão social humana e o bem-estar, em qualquer lugar e contexto, incluindo o turismo (SPOLON, 2017).

Figura 21 - Representação circularidade da dádiva



Fonte: a autora (2021)

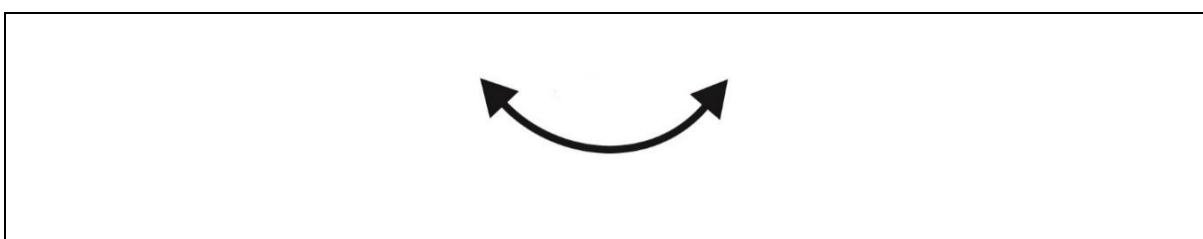
Para Spolon (2017), a teoria da dádiva é essencial para se entender o conceito de hospitalidade, pois estabelece o princípio que governa a ação humana, a partir de um ciclo que permeia relações sociais – gratuitas ou comerciais. Deve-se ainda considerar a temporalidade e a espacialidade, importantes no processo de afetividade e do sentimento de pertencimento a partir das relações de vivência (SANTOS; LIMA, 2020).

Apesar das críticas recebidas, a teoria proposta por Mauss (2017) tem sua importância a partir da manutenção da coletividade. Das análises realizadas sobre essa teoria, utilizam-se para o desenvolvimento do sistema, a perspectiva de Godbout (1996) sobre a materialização da dívida a partir de um tempo decorrido entre receber e retribuir; de Sigaud (1999) acerca da finalidade moral; de Coelho (2006) sobre a liberdade de decisão sobre como cumprir seu dever, assim como a incerteza quanto à forma e ocasião da retribuição; de Caillé (2002) com a sua miríade de dívidas entrecruzadas, aliado à criação, manutenção e regeneração do vínculo.

As relações marcadas pela circularidade da dívida funcionam como um filtro pelo qual um sentido será (ou não) constituído, podendo levar a modificações em qualquer uma das unidades sistêmicas. Optou-se por representar as dívidas entrecruzadas, pois há um tempo decorrido entre o receber e o retribuir, assim como a forma de como essa retribuição ocorrerá. Defende-se que não importa a duração do contato, o mesmo pode ser impactante e provocar mudanças mesmo que diante de sua temporalidade. Inclusive, a retribuição não precisa ocorrer com a mesma pessoa da primeira relação, mas com outra que estabelecerá um novo contato. Acredita-se não ser possível verificar atualmente – e considerando o espaço social – a circularidade total da dívida entre os mesmos indivíduos, mas é possível ver a relação entre as diversas circularidades (trocas) que ocorrem, gerando reflexos nas futuras relações que serão estabelecidas com outras pessoas, mas com reflexos da primeira relação fixada.

Outro aspecto do sistema a ser ressaltado é o acoplamento estrutural (figura 22), representando a possível relação entre duas unidades sistêmicas, ou seja, entre pertencimento e relação de hospitalidade e entre relação de hospitalidade e experiência de hospitalidade. Constitui-se a partir da seleção de possíveis irritações que, ao assumirem sentido, provocarão mudanças na unidade sistêmica anterior/posterior.

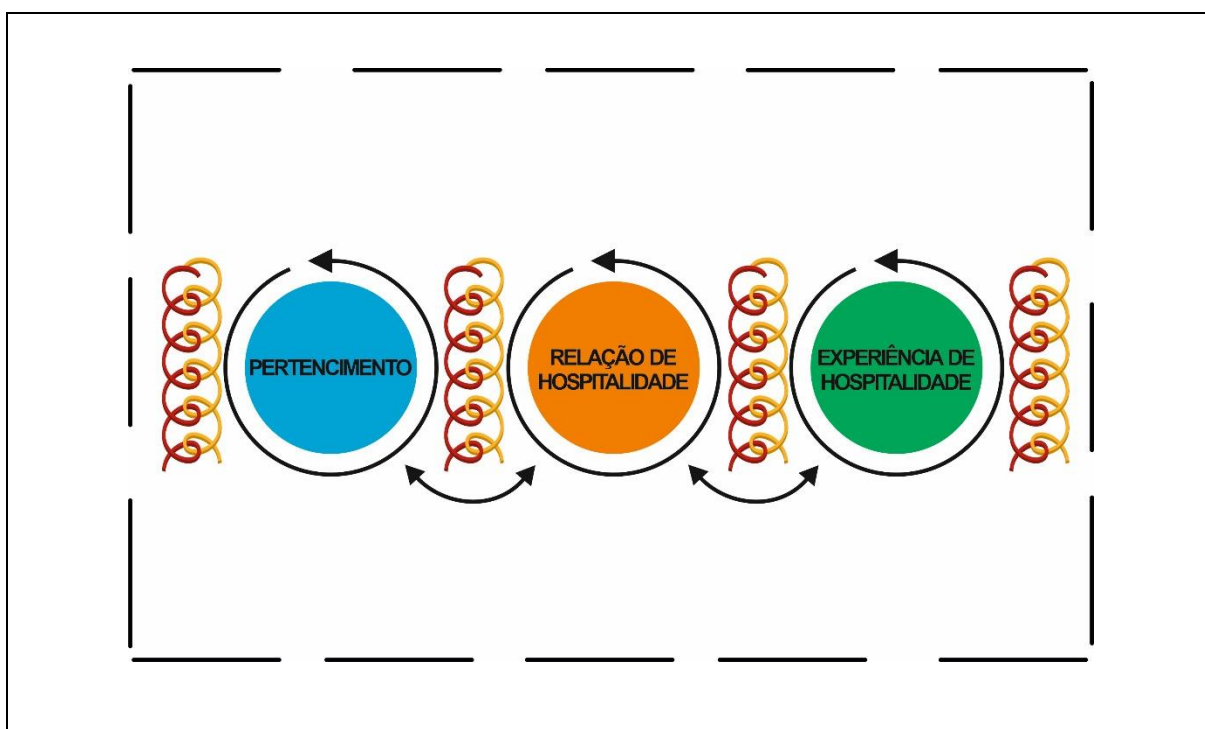
Figura 22 - Representação do acoplamento estrutural



Fonte: a autora (2021)

Sob a perspectiva sistêmica de Niklas Luhmann, unindo as três unidades sistêmicas propostas (pertencimento; relações de hospitalidade e experiência de hospitalidade), com a miríades de dádiva, apresenta-se o Modelo Teórico-Referencial do Sistema Social de Hospitalidade (Figura 23). Representa-se os conceitos de autopoiese, clausura operativa, o acoplamento estrutural, a diferenciação funcional, além das causalidades. É importante ressaltar que tais representações foram selecionadas como representativas do sistema social da hospitalidade em cidades com turismo massivo. Há outras unidades sistêmicas distribuídas no ambiente, não consideradas neste momento, mas que poderão ser contempladas em análise futura, como territorialidade, identidade e representações (lugares, pessoas), ao se direcionar a análise para outra além da atual. Também há diversas irritações nos ambientes, como políticas, educação, economia que poderão assumir o posicionamento de uma unidade dependendo da perspectiva contemplada na análise.

Figura 23 - Modelo teórico-referencial do Sistema Social de Hospitalidade



Fonte: a autora (2021)

Compreendendo que as respostas da comunidade local para os impactos do turismo na localidade caracterizam as chamadas irritações, como propõe Luhmann (VIANA, 2011), mudanças serão provocadas nas comunidades e nos relacionamentos estabelecidos entre os residentes-anfitriões e os turistas. A curto prazo nenhuma

irritação preocupante ocasionará mudanças, mas à medida que estas se tornam mais frequentes, mudanças serão provocadas dentro do sistema, o que poderá levar a ações de inospitalidade, quando não de hostilidade.

Na ponta inicial do sistema tem-se a ideia de pertencimento, e em seu final a própria experiência de hospitalidade. Diante da dimensão do pertencimento, torna-se mais perceptível a participação das diversas circularidades da dádiva, não podendo, contudo, falar em “purezas” de relações, ou seja, essas pontas de contato carregam interferências dos núcleos aos quais estão mais próximas. De forma simplificada, entende-se que a partir das mudanças no primeiro ambiente, irritações continuarão a serem geradas. Ao sentir-se membro e corresponsável por uma comunidade, o residente-anfitrião estará interessado em manter as relações com os turistas, traduzidas aqui pela ação de acolhimento com a efetivação das relações de hospitalidade. Contudo, tal processo se efetivará se houver a circularidade da dádiva, momento em que o turista também demonstra interesse em manter tal relação.

Mantendo-se a circularidade da dádiva entre os envolvidos, há a possibilidade da experiência de hospitalidade, aspecto essencial para tornar um deslocamento turístico marcante aos seus participantes e envolvidos. Acredita-se serem essas experiências que marcarão positivamente (ou negativamente) uma viagem a determinado destino turístico, pois tal atividade depende das relações e dos resultados dessas relações para o registro de uma memória. Como a hospitalidade é um resultado direto do contato do anfitrião com o hóspede (turista), a segunda unidade sistêmica demonstra essa perspectiva. Considerando o acolhimento como a ação inaugural para o estabelecimento de uma relação de hospitalidade, faz-se necessário ressaltar que esta relação é afetada pela bagagem de cada ator envolvido no processo relacional, e estas podem se tornar subsistemas dependendo do processo seletivo da unidade sistêmica em questão. Já a última unidade sistêmica representa o aspecto mais perceptível do sistema, pois associa-se a proximidade dos equipamentos turísticos, elementos tangíveis dessa relação, assim como os intangíveis.

Reforça-se que, a partir dos resultados de tais relações, novas mudanças serão provocadas, considerando-se o conceito de “irritações” de Luhmann (2017), o que levará a mudanças dos ambientes. Tais irritações podem ser aproveitadas pelo turismo, assim como já apontava Getz (1986) quando afirmava que uma constante reavaliação das direções, irá tornar o processo de planejamento mais adaptável às

mudanças ocorridas no sistema em si, levando a maior capacidade de compreensão do espaço no qual este sistema representa.

Alerta-se neste ponto, que Luhamnn (2017) não considera as relações para a sua base interpretativa, mas sim a comunicação. Contudo, o modelo teórico referencial do Sistema Social de Hospitalidade reforça as relações estabelecidas entre as pessoas, com foco no social. Desta forma, a cidade pode tornar-se refúgio para o que chega, adotando-se a fala de Léonard-Roques (2004), considerando aqui não o caráter político de uma cidade-refúgio, mas sim a perspectiva do turismo, no qual as cidades turísticas com características massivas recebem cada vez mais ingressantes, muitos já não recebendo a acolhida esperada, e em alguns casos, uma certa falta de hospitalidade.

9 CONCLUSÕES

Com o objetivo geral de compreender como as relações de hospitalidade, pelas dimensões do pertencimento e acolhimento, são percebidas pela comunidade anfitriã de Campos do Jordão (SP), explorou-se os impactos do turismo percebidos pela comunidade; as relações entre comunidade e turista e como o sentimento de pertencimento à cidade afeta o acolhimento aos turistas. A partir das reflexões teóricas e práticas, propôs-se um modelo teórico referencial de um sistema social de hospitalidade baseado no pensamento de Niklas Luhmann.

O setor do turismo tem potencial para se tornar uma ferramenta para a melhoria da qualidade de vida da comunidade local. Porém, sem um planejamento adequado, os impactos provocados, principalmente nas comunidades locais, serão desbalanceados, impactando negativamente na localidade. Sem esta compreensão, não há como a comunidade se tornar um dos pilares para a manutenção da atividade turística no longo prazo, já que as relações serão marcadas pela rejeição, hostilidade e até inospitalidade.

Desta forma, o repensar sobre a prática do turismo deve envolver, além do já disseminado foco no turista, a comunidade local, com suas percepções, opiniões e expectativas, possibilitando reassumir o seu papel de anfitrião, atuando como um dos atores principais na construção de uma experiência turística. Porém, em espaços turísticos já massificados, como é o caso de Campos do Jordão, as experiências prévias fazem com que os atores envolvidos não cheguem despidos de estereótipos, precauções e ressalvas no encontro. Há, ainda, um desrespeito às regras locais e ao tempo de permanência, ignorando-se os membros locais em seus papéis de anfitriões.

Por isso, defende-se que, para se falar em hospitalidade em tal contexto, é preciso explorar, primeiramente, a dimensão do pertencimento, o que permitirá que a cidade passe a ser compreendida como algo compartilhado por todos, moradores e visitantes. Tal posicionamento pode vir a afetar a qualidade de vida, com o uso de novos espaços públicos para entretenimento e lazer, assim como o processo de reconhecimento dos valores pessoais e papel de cada um como cidadão. A partir do resgate do papel de anfitrião, em sua máxima expressão de cidadania, a comunidade local estará preparada para a ação do acolhimento, dimensão essencial para a efetivação do processo de hospitalidade, já que inaugura o contato. Reforça-se, ainda,

a necessidade de compreender o processo de circulação da dádiva, o que permite a definição de direitos e deveres para uma convivência satisfatória, gerando reflexos para as demais relações que serão estabelecidas.

Para que a hospitalidade em espaços turísticos massificados pudesse ser ampliada, adotou-se a perspectiva sistêmica de Niklas Luhmann (2017), possibilidade já explorada no turismo, mas pouco explorada no campo da hospitalidade. Com suas unidades sistêmicas de pertencimento, relação de hospitalidade e experiência de hospitalidade, caracterizadas pela autopoiese e autorreprodução, a miríade de dádivas se torna essencial para a provocação de ruídos que poderão afetar as demais unidades sistêmicas, principalmente ao se considerar o processo de acoplamento estrutural. Para a unificação dos conceitos, sob a perspectiva fenomenológica, adotou-se o método integrativo, unindo as técnicas de questionário – para provocar a *époche*, e o grupo focal – para aprofundamento das percepções da comunidade, aproveitando-se das potencialidades das técnicas selecionadas.

Adotou-se, ainda, Campos do Jordão como foco do estudo, caracterizada como uma cidade montanhosa que passou por intensas mudanças para se tornar um destino marcado por um turismo massivo. Essas mudanças ocorreram mediante intensa ação política de proprietários de terras na cidade, conduzindo a uma segregação socioespacial que desencadeou reflexos sobre a ocupação e organização espacial da cidade, principalmente com a definição de localizações privilegiadas, normalmente ocupadas por turistas. Utilizando meios legais, foi criada legislação para incentivar e facilitar a transformação da cidade, seja por isenções tributárias ou demarcação de espaços. Destaca-se, ainda, a construção de um imaginário para alterar a imagem de uma 'cidade doente' para uma 'cidade turística', utilizando-se de termos como 'Suíça brasileira', 'exuberante', 'intocada' e 'majestosa'.

A partir de tais investimentos, a cidade foi sendo reconhecida pelo seu turismo de inverno, atraindo muitos turistas durante os meses de junho, julho e agosto. Esse processo de desenvolvimento turístico, contudo, não foi construído com diretrizes claras para um planejamento contínuo e a longo prazo. Foi-se vivenciando um crescimento desorientado, concentrado em uma única Vila, Capivari, sem organização territorial e distribuição social. Sua estrutura hoteleira se expandiu, assim como os espaços de restauração, mas a estrutura urbanística e de transportes foi ignorada, gerando conflitos durante a alta temporada. Pela análise histórica da formação da cidade, pode-se afirmar que a participação da população nas decisões

também foi negligenciada, relegando ao setor privado (com um número grande de investidores externos) e ao setor público (com interesses próprios, alterando a cada quatro anos as orientações) as decisões sobre o turismo local, com foco na lucratividade máxima – apesar de que a população, segundo as pesquisas de campo, não ter tal percepção de isolamento, demonstrando uma relação satisfatória com o turismo. Nesse processo de construção do turismo local em busca do lucro, postergou-se a análise e ignorou-se os impactos que o turismo gera na cidade, sejam esses positivos ou negativos.

Este turismo, considerado aqui como massificado, acarretou um distanciamento da comunidade local em seu papel de anfitriã, tornando-se apenas reprodutora de ações impostas por seus empregadores. Apesar de demonstrarem nas pesquisas a satisfação em receber e conviver com o turismo e com os turistas, o fato de sempre se posicionarem como trabalhadores, e não como moradores, evidencia o afastamento do papel de anfitrião-residente. Em um mundo competitivo como o turismo, a perda da singularidade do acolhimento de determinada comunidade gera uma perda de competitividade em relação aos outros destinos turísticos, o que necessita uma ação intensa para evitar casos de inospitalidade e hostilidade. Dessa forma, não se pode falar na presença de um anfitrião-residente, como seria o esperado.

Acredita-se que, na busca pela construção de um turismo sustentável, não só os atrativos e a infraestrutura devem ser considerados, mas também o anfitrião, o residente, visto que ele será o primeiro a realizar a acolhida do turista que chega. Contudo, considerando o distanciamento do seu papel como anfitrião, decorrente de anos de alienação social, as relações anteriores – influenciadas pelo turismo massificado, deixaram marcas negativas como irritabilidade e apreensão no encontro entre residentes e turistas. Esta alienação gerou um isolamento dos moradores em áreas específicas, desenvolvendo uma auto proibição de frequentar certos espaços dominados por turistas, distanciando-se da cidade. Portanto, antes de se falar em acolhimento, é preciso falar em pertencimento e no processo de resgate do sentimento de que a cidade pertence a todos.

Tal pertencimento só será possível a partir de um processo educacional – formal e/ou informal, permitindo uma maior percepção e efetiva participação no processo de circularidade da dádiva e suas trocas culturais – e diante de sua importância, foi considerado como a primeira unidade sistêmica a ser ponderada.

Entretanto, como foi considerado o processo de interação social, não há apenas uma circularidade (trocas) que acontece, mas sim várias, que vão se entrelaçando e gerando outras novas circularidades (trocas), além provocar também, irritações nas demais unidades sistêmicas – relação de hospitalidade e experiência de hospitalidade. A partir do acolhimento associado à circularidade da dádiva – só possíveis a partir do reconhecimento do residente como anfitrião -, relações de hospitalidade poderão ocorrer, acarretando novas mudanças nesta unidade sistêmica. Tais mudanças, intercaladas com novas circularidades da dádiva, poderão gerar experiências de hospitalidade, resultando em memórias positivas acerca do espaço.

Tais conceitos foram organizados de forma sistêmica no modelo teórico referencial do Sistema Social da Hospitalidade, que reforça a preocupação de se considerar a população em qualquer estágio de desenvolvimento do turismo. Quanto mais cedo ela for incorporada no planejamento e no processo decisório, menor serão as ações necessárias para se resgatar o sentimento de pertencimento e as relações de hospitalidade e conseqüente experiências de hospitalidade irão ocorrer de modo natural, pessoal e focado nos resultados da interação: coesão social. Assim, defende-se a tese de que o sentimento de pertencimento da comunidade, associado à percepção de uma relação de hospitalidade, explicam um sistema social permeado pela circularidade da dádiva para a efetivação do acolhimento em destinos com alta incidência turística, resultando em experiências de hospitalidade.

Desta forma, apesar de usar como objeto de estudo uma localidade caracterizada por um turismo já massivo, acredita-se que o modelo pode ser considerado em qualquer estágio de evolução do turismo. O que mudará é a quantidade de ações necessárias para provocar irritações nas unidades sistêmicas definidas. Novamente, quanto antes o modelo for adotado, menor será o número de ações necessárias. Claro que ajustes serão necessários, como em qualquer processo de planejamento, mantendo o foco para que a comunidade local assuma o seu papel de anfitriã – em qualquer espaço, seja ele doméstico, público ou privado.

Mudar significa planejar o turismo; discutir sobre como o setor afeta a sociedade local; reconhecer e compreender os impactos – positivos e negativos da atividade; desenvolver parcerias com o setor privado para incentivar o reconhecimento da cidade como local a ser compartilhado e vivenciado por todos; aproveitar as ações que a cidade já realiza, potencializando-as. A tarefa é árdua e não pode ser realizada isoladamente, é preciso o envolvimento de diferentes setores para que o planejamento

possa ser executado e realmente praticado, com acompanhamento das situações que poderão forçar mudanças no caminho traçado. No geral, defende-se que um processo de redescoberta da cidade precisa ser iniciado, de forma a permitir que a comunidade local, conduzida por uma curiosidade/interesse, possa ver o cotidiano com novos olhos.

Neste sentido, oito propostas foram feitas para que se pudesse construir essa jornada para um novo olhar do jordanense – o que exige tempo e parcerias, assim elencadas: primeiro, debater sobre o turismo nas escolas – por ações formais, como cursos de extensão, discutindo os seus impactos – positivos e negativos; segundo, promover cursos com os professores das redes locais de ensino para debater o processo do turismo e a influência na vida do estudante; terceiro, apresentar a história da cidade tanto no formato pedagógico como no formato visual, investindo na sinalização com placas indicando fatos marcantes da cidade; quarto, desenvolver parcerias que ofereçam transporte/ *city-tour* de forma gratuita, uma vez por mês aos jordanenses; quinto, criar parceria com o Trenzinho da Montanha para ser retomado o seu processo de transporte municipal no eixo central da cidade a preços diferenciados aos jordanenses; sexto, promover ações de encontro cultural – dança, música, grafite, entre outros, que ocupem diferentes espaços da cidade a cada encontro; sétimo, mapear os saberes populares locais, como boleiras, bordadeiras, artesãos, entre outros e criar espaços para exposição para além da zona turística do Capivari; e oitavo, recuperar os prédios abandonados e representativos da história jordanense, como a Santa Casa – inclusive criando espaços de sociabilidade, por intermédio de uma ação público-privada.

Tais propostas focam no resgate do sentimento de pertencimento de uma comunidade já marcada por um turismo desequilibrado e massivo, com impactos negativos para a comunidade local – em termos sociais e na apropriação do espaço público. Essa situação faz com que o morador não ocupe a sua posição de anfitrião-residente. As sugestões não representam um processo único a ser seguido fielmente, mas sim ações que devem complementar o processo de planejamento turístico na localidade – algo inexistente em muitas cidades ou realizados de modo precário. O modelo apresentado não é único e fechado; necessita de adaptação dependendo do estágio de desenvolvimento da localidade turística, os problemas advindos da prática, as potencialidades do setor para a cidade, entre outros aspectos.

Aproveitar ações já existentes na cidade é essencial, além de desenvolver novas parcerias. Desta forma, irritações serão geradas e poderão modificar internamente cada unidade sistêmica; novas irritações serão geradas e afetarão a unidade sistêmica vizinha pelo acoplamento estrutural. Outras unidades sistêmicas podem, ainda, ser consideradas, já que estas foram resultados do olhar sobre a hospitalidade, em suas dimensões do pertencimento e acolhimento, da comunidade anfitriã de uma cidade com um turismo massivo. Antes de tudo, deve-se conseguir responder: Que turismo queremos para a localidade?

Importante citar que durante todo o período de estudo e pesquisa para esta tese, além da energia demandada, a pandemia do Covid-19 provocou alterações. O cronograma para a pesquisa de campo foi alterado três vezes, com um atraso de quase um semestre para a finalização completa das duas técnicas. A técnica de grupo focal também sofreu alterações, principalmente no processo organizacional – um deles, virtual; assim como no encontro presencial com distanciamento entre os participantes e a obrigatoriedade do uso de máscaras. O primeiro fez com que se perdesse um pouco do processo interacional entre os participantes, e o segundo, inviabilizou o registro de comunicação não-verbal. Acredita-se, ainda, que os sentimentos positivos em relação ao turismo e ao turista presentes na pesquisa quantitativa possam ter sido resultado desse período, o que necessita acompanhamento futuro com novas pesquisas.

Desta forma, é essencial que a pesquisa com a comunidade local seja realizada periodicamente e de forma contínua, assim como uma pesquisa com os turistas precisa ser mais bem delineada. Compreender as expectativas e anseios dos dois principais atores do turismo é um passo primordial para que se possa entender a hospitalidade em espaços turísticos, sob sua perspectiva social e não apenas gerencial. Afirma-se, apenas, que manter a comunidade local apenas em seu papel de colaborador, e não de anfitrião, impedirá a efetivação de relações de hospitalidade, impedindo a concretização de experiências consideradas memoráveis. Pode-se ainda acrescentar uma pesquisa para delinear o perfil do empresariado do turismo (origem, local de moradia, áreas de investimento), assim como os anseios destes com o futuro do setor. Outra perspectiva que pode ser adotada é se a relação com o turista tende a ser mais hospitaleira a partir de experiências anteriores de viagem do morador, ou seja, se há uma relação de mais hospitalidade do morador de uma cidade turística que já tenha viajado para outras localidades anteriormente.

Espera-se que essa pesquisa possa ajudar os planejadores e gerentes a entender melhor as percepções dos residentes. É necessário desenvolver ações mais efetivas para o envolvimento e atuação da comunidade no processo organizacional do turismo local. É essencial, também, que o governo local e demais envolvidos no processo organizacional do turismo entendam a importância de se realizar um planejamento, com ações a curto, médio e longo prazo, com diretrizes claras e que não dependam unicamente de ações políticas. Reforça-se, contudo, que qualquer processo decisório deve contemplar em suas ações uma perspectiva educacional, com projetos – formais ou informais – mais direcionados à atividade; assim como deve-se proporcionar situações que permitam um maior envolvimento do empresariado local, o que pode gerar um maior reconhecimento e valorização da mão de obra local.

REFERÊNCIAS

ABBAGNANO, N. *Dicionário de Filosofia*. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000

ABET. COMTUR aprova estratégia de branding e nova marca turística de Campos do Jordão. Disponível em: <http://www.abet.tur.br/comtur-aprova-estrategia-de-branding-e-nova-marca-turistica-de-campos-do-jordao/?fbclid=IwAR1N6KcsESE3Bpj5OcCbKWlaH4NHEblmCyNbkmyYPWoGMTob7PzTnpHfxl>. 29 set. 2021. Acesso em: 30 set. 2021.

ABITANTE, J.C. *Segregação espacial e acessibilidade: uma construção para o desenvolvimento sustentável em Campos do Jordão – SP*. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento. Universidade Federal de Itajubá, 2016.

ABREU, N., BALDANZA, R.; GONDIM, S. Os grupos focais on-line: das reflexões conceituais à aplicação em ambiente virtual. *Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação*. v. 6, n. 1, 2009, 5-24.

ACERENZA, M.A. *Administração do Turismo*. Bauru: Universidade do Sagrado Coração, 1994

AGUIAR, E.C.; POLICARPO, M.C. Fenomenologia da percepção: uma abordagem para a investigação de experiências de consumo. *Consumer Behavior Review*, v.2, n.2, p.72-83, 2018.

ALMEIDA, A.R. de. Os Campos do Jordão na história e na lenda: memória lida perante o Instituto Histórico de São Paulo, na sessão de 20 de fevereiro de 1913. *Revista do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo*, v. 18, 2 ed., p.197-209, 1913.

ALMEIDA, J.G. *A (in)sustentabilidade do turismo no entorno de Campos do Jordão – SP*. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências, área de concentração Propaganda e Publicidade, Relações Públicas e Turismo, Universidade de São Paulo, 2006, p.189.

ÁLVARES, L.C.; SILVA, I.de O.; CAVALCANTI, J.E.A. Educação e capacitação comunitária para o turismo: um estudo dos polos turísticos Caminhos do Norte e Vales do São Francisco e do Jequitinhonha – MG. *Turismo Visão e Ação*, v.8, n.1, p.47-60, jan.- abr.2006.

ALVES, C.A.; MARQUES, R.B.; STEFANINI, C.J.; NASCIMENTO, V.S. Hospitalidade, experiências e emoções. *Turismo Visão e Ação*, v.21, n.3, p.373-398, set./dez. 2019

ALVES, M.B. Turismo e desenvolvimento local: a qualidade de vida sob a ótica da população do Arraial de Conceição do Ibitipoca- MG. *Turismo em Análise*, v.25, n.3, p.628-648, dez. 2014.

ALRWAJFAH, M.M.; ALMEIDA-GARCÍA, F.; CORTÉS-MACÍAS, R. Resident's Perceptions and Satisfaction toward Tourism Development: A Case Study of Petra Region, Jordan. *Sustainability*, v. 11, pp.1-19, 2019.

AMIN, A. The Good City. *Urban Studies*, v. 43, n.516, p.1009-1023, mai.2006.

ANDERECK, K.L.; NYAUPANE, G. Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents. *Journal of Travel Research*, v. 50, n.3, p.248-260, 2011.

ANDERECK, K.L.; VOGT, C.A. The Relationship between Residents' Attitudes toward Tourism and Tourism Development Options. *Journal of Travel Research*, v. 39, p.27-36, 2000.

ANDRADE, C.C.; HOLANDA, A.F. Apontamentos sobre pesquisa qualitativa e pesquisa empírica – fenomenológica. *Estudos de Psicologia*. Campinas, v.27, n.2, p.259-268, abr.- jun. 2010

ANDRIOTIS, K. Sacred Site Experience: a phenomenological study. *Annals of Tourism Research*, v.36, n.1, p.64-84, 2009.

ANDRIOTIS, K.; VAUGHAN, D.R. Urban residents' attitudes toward tourism development: the case of Crete. *Journal of Travel Research*, v.42, n.2, p.172-185, 2003.

ANJOS, F.A.; ANJOS, S.J.G.; OLIVEIRA, J.P. A abordagem sistêmica no processo de planejamento e gestão de territórios urbanos turísticos. *Rosa dos Ventos*, v.5, n.3, p. 390-407, 2013.

ANTUNES, R. Desenvolvimento Turístico: um olhar sobre as comunidades receptoras. In: RUSCHMANN, D.; SOLHA, K.T. *Planejamento Turístico*. Barueri, SP: Manole, 2006, pp. 201-218.

AP, J. Resident's perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, v. 19, n.4, p.665-690, 1992.

AP, J.; CROMPTON, J. Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel research*, v. 32, n.01, p.47-50, 1993.

AQUINO, R.S.; LÜCK, M.; SCHÄNZEL, H.A. A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, v.37, p.23-32, 2018.

ARAMBERRI, J. Mass Tourism does not need defending. In: HARRISON, D.; SHARPLEY, R. *Mass Tourism in a Small World*. Boston, USA: CAB International, 2017, p.15-27.

ARAMBERRI, J. The host should get lost: Paradigms in the Tourism Theory. *Annals of Tourism Research*, v. 28, n.3, p.738-761, 2001.

ATLAS BRASIL. Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil. 2013. Disponível em: http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/2027. Acesso: 10 out. 2019.

AUGUSTO, A. Metodologias quantitativas/metodologias qualitativas: mais do que uma questão de preferência. *Fórum Sociológico – Circulação de Saberes e Desafios em Saúde*, v.24, p.1-9, 2014.

ÁVILA, N.; BAPTISTA, M.L.C.A Expressividade da Dança Circular. *Revista Hospitalidade*, v. 15, n.01, p. 117-140, jan-jul de 2018.

BACKES, D.S.; COLOMÉ, J.S.; ERDMANN, R.H.; LUNARDI, V.L. Grupo focal como técnica de coleta e análise de dados em pesquisas qualitativas. *O mundo da saúde*. São Paulo, v. 35, n.4, 2011, p. 438-442.

BAPTISTA, I. Hospitalidade e eleição intersubjetiva: sobre o espírito que guarda os lugares. *Revista Hospitalidade*, v.V, n.2, p.5-14, dez. 2008

BARBOSA, E.F. Instrumentos de coleta de dados em pesquisas educacionais. 2008. Disponível em: http://www.inf.ufsc.br/~vera.carmo/Ensino_2013_2/Instrumento_Coleta_Dados_Pesquisas_Educacionais.pdf. Acesso em: 31 mar. 2020

BARBOSA, F.F. O turismo como fator de desenvolvimento local e/ou regional. *Caminhos da Geografia*, v.10, n.14, p. 107-114, fev. 2005.

BARNETT, C. Ways of relating: hospitality and the acknowledgment of otherness. *Progress in Human Geography*, v. 29, n.1, p.5-21, 2005.

BELL, D. The hospitable city: social relations in commercial spaces. *Progress in Human Geography*, v. 31, n.1, p.7-22, 2007a.

BELL, D. Hospitality and urban regeneration. In: LASHLEY, C.; LYNCH, P.; MORRISON, A. *Hospitality: a social lens*. Oxford: Elsevier, 2007b, pp.89-99.

BELL, D. Tourism and Hospitality. In: JAMAL, T.; ROBINSON, M. *The Sage Handbook of Tourism Studies*. Sage: Londres, 2009, pp.19-33

BELL, D. Hospitality is society. *Hospitality and Society*, v.1, n.2, p.137-152, 2011.

BELLO, A.A. *Introdução à Fenomenologia*. Bauru, SP: Edusc, 2006.

BENI, M.C. *Política e planejamento de turismo no Brasil*. São Paulo: Aleph, 2006.

BENI, M.C. Entrevista em seu domicílio concedida à pesquisadora. 09 out. 2018. Duração: 53min55s.

BENI, M.C. *Análise estrutural do turismo*. 14 ed. São Paulo: Senac, 2019

BENI, M.C. Saturação e rejeição ao turismo nas destinações turísticas. *Revista Brasileira de Turismo*, v.14, n.2, p.1-8, mai/ago. 2020.

BENVENISTE, E. A hospitalidade. In: _____. *O vocabulário das instituições indo-europeias*. Economia, parentesco, sociedade. Campinas: Ed. da Unicamp, v.1, p. 87-101, 1995.

BERGER, P.L.; LUCKMANN, T. *A construção social da realidade: Tratado de sociologia do conhecimento*. Petrópolis: Vozes, 2014.

BERTOLLI FILHO, C. Antropologia da doença e do doente: percepções e estratégias de vida dos tuberculosos. *História, ciências, saúde – Manguinhos*, v. VI, n.3, p. 493-522, nov. 1999 – fev. 2000

BERTOLLI FILHO, C. *História social da tuberculose e do tuberculoso: 1900-1950*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2001.

BINET-MONTANDON, C. Acolhida: uma construção do vínculo social. In: MONTANDON, A. (ed). *O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: Senac, 2004, pp. 1171-1189.

BLACKSTOCK, K. A critical look at Community based tourism. *Community development Journal*, v. 40, n. 01, p.39-49, jan. 2005.

BOMFIM, L.A. Grupos focais: conceitos, procedimentos e reflexões baseadas em experiências com o uso da técnica em pesquisas de saúde. *Physis – Revista de Saúde Coletiva*. v. 19, n.3, 2009, p.777-796

BORBA, J.M.P. A fenomenologia em Husserl. *Revista Nufen*, v.1, n.2, p.90-112, jul.-dez.2010

BORGES, V. Felicidade, políticas públicas e desenvolvimento turístico: uma proposta para o Polo Costa do Delta. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, v.1, n.27/28, p. 1611-1626, 2017.

BOULLÓN, R.C. *Planificación Del Espacio Turístico*. México, Trillas, 1985

BOURDIEU, P. *Marginalia*: algumas notas adicionais sobre o dom. *Mana*, v. 2, n.2, p. 7-20, 1996.

BRAUN, I.; CUPCHIK, G.C. Phenomenological and quantitative analysis of absorption in literary passages. *Empirical Studies of the Arts*, v.19, n.1, p.85-109, 2001.

BRESSON, G.; LOGOSSAH, K. Crowding-out effects of cruise tourism on stay-over tourism in the Caribbean: non-parametric panel data evidence. *Tourism Economics*, v. 7, n.1, p. 127-158, 2011.

BRITO, L.A.P.F. de; BARBOSA, A.C. dos S. Incremento do nível de ruído no meio urbano devido às atividades turísticas: estudo de caso da cidade de Campos do Jordão. *Tecno-Lógica*, Santa Cruz do Sul, v.18 n.2, p.84-89, 2014.

BUTLER, G. Fostering community empowerment and capacity building through tourism: perspectives from Dullstroom, South Africa. *Journal of Tourism and Cultural Change*, v.15, n.3, p.199-212, 2016.

BUTLER, R.W. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, v. XXVI, 1980.

CAILLÉ, A. *Antropologia do dom: O terceiro paradigma*. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

CALLAI, H. C. O estudo do lugar como possibilidade de construção da identidade e do pertencimento. VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências de Estudos Sociais, Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra, 16 a 18 set. 2004.

CALLAI, H. C. Aprendendo a ler o mundo: a Geografia nos anos iniciais do Ensino Fundamental. *Cad. Cedes*, Campinas, v. 25, nº 66, p. 227-247, maio/ago. 2005.

CALVINO, I. *As cidades invisíveis*. São Paulo: Folha, 1972.

CAMARGO, L. O. L. O estudo da hospitalidade. In: Montandon, A. (org.). *O livro da hospitalidade: Acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: Senac, 2001, pp. 13-29.

CAMARGO, L. O. L. Os interstícios da hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, v.12, n. especial, p. 42-69, maio. 2015.

CAMARGO, L.O.L. As leis da hospitalidade. *Revista Brasileira de Turismo - RBTUR*, São Paulo, v. 15, n. 2, e-2112, maio/ago. 2021.

CANEN, A.; OLIVEIRA, A.M.A. de. Multiculturalismo e currículo em ação: um estudo de caso. *Revista Brasileira de Educação*. N. 21. Set-dez. 2002.

CARDONA, J.R.; BASSI, D.A. Posibles causas del apoyo de los residentes a un aumento de llegadas turísticas en Punta del Este (Uruguay). *Turismo Visão e Ação*. v.18, n.3, 2016, p.448-470.

CARDONA, J.R.; CRIADO, M.C.A.; CANTALLOPS, A.S. Propuesta de componentes generales de las actitudes de los residentes: sociedad tradicional, desarrollo del turismo y evolución de pesquisa en turismo de las actitudes. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, v.9, n.2, p. 240-257, mai.- ago. 2015.

CARNEIRO, M.J.; EUSÉBIO, C.; CALDEIRA, A. The influence of social contact in resident's perceptions of the tourism impact on their quality of life: a structural equation model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, v. 19, n. 01, pp.1-30, 2017.

CARVALHO, A.F.; NASCIMENTO, Y. de F.; SOARES, M.J.N. O método fenomenológico de Edmund Husserl. *VI Colóquio Internacional de Educação e Contemporaneidade*. São Cristóvão (SE), 20-22 set 2012.

CARVALHO, K.D. Turismo e preservação do patrimônio cultural na visão dos moradores do bairro da Praia Grande em São Luís/MA. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 3, n.1, p.25-45, abr. 2009.

ÇELIK, S. Does tourism reduce social distance? A study on domestic tourists in Turkey. *Anatolia*, v.30, n. 1, p.1-12, 2018.

CENDÓN, B.V.; RIBEIRO, N.A.; CHAVES, C.J. Pesquisas de survey: análise das reações dos respondentes. *Inf. & Soc.:Est.*, João Pessoa, v.24, n.3, p. 29-48, set./dez. 2014

CERQUEIRA, I.C.T. A experiência de Hospitalidade nos serviços: antecedentes e consequentes. Dissertação (mestrado em Gestão de Serviços). – Programa de Gestão de Serviços, Faculdade de Economia, Universidade do Porto, 2020, p.74

CERVO, A.L.; BERVIAN, P.A.; DA SILVA, R. Metodologia científica. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CETIN, G.; BILGIHAN, A. Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, v. 19, n.2, p.137-154, 2015.

CETIN, G.; OKUMUS, F. Experiencing local Turkish hospitality in Istanbul, Turkey. *International Journal of Culture, tourism and Hospitality Research*, v.12, n.2, p.266-276, 2018.

CHAN, W.F. A gift of a pagoda, the presence of a prominent citizen, and the possibilities of hospitality. *Environment and Planning D: Society and Space*, v. 23, p.11- 28, 2005.

CHANDRALAL, L.; VALENZUELA, F.R. Exploring memorable tourism experiences: antecedents and behavioural outcomes. *Journal of economics, business and management*, v.1, n.2, p. 177-181, 2013.

CHEN, J.S. An investigation of urban residents' loyalty to tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, v. 24, n.1, p.21-35, fev. 2000.

CHEN, M.H. Understanding the hospitality philanthropy – performance link: demand and productivity effects. *International Journal of Hospitality Management*, v. 80, p.166-172, 2019.

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

COELHO, M.C. *O valor das intenções: dádiva, emoção e identidade*. São Paulo: FGV Editora: 2005.

COHEN, E. The sociology of tourism: Approaches, issues and findings. *Annual Review of Sociology*, v. 10, p.373–392, 1984.

COSTA, A.J.; LOPES, R.M.; RODRIGUES, J.F. Segunda residência na dinâmica urbana e turística da cidade de Portalegre. *Revista Turismo & Sociedade*, v.10, n.1, p.1-21, 2017.

COSTA, E.G.; COELHO, G.B. Para entender a sociologia de Niklas Luhmann. *Caderno CRH*. Salvador, v.30, n.81, p.597-599, 2017.

COSTA, M.E.B. Grupo focal. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (org). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006. pp.180-192

COTTA, L.C.V. *Adhemar de Barros (1901-1969): a origem do “rouba, mas faz”*. Dissertação (Mestrado em História) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2008, p. 215.

COZMIUC, C. City branding – just a compilation of marketable assets? *Economy Transdisciplinary Cognition*, v.14, n.1, p.428-436, 2011.

CRUZ, R. de C.A. *Introdução à Geografia do Turismo*. 2 ed. São Paulo, Rocca: 2003.

CUERVO, R. *Estudios y Desarrollo de las Zonas Turísticas*. *Cuadernos Técnicos de Turismo*. Instituto Mexicano de Ivestigaciones Turisticas. México, 1967.

CUTHILL, V. Sensing and Performing Hospitalities and Socialities of Tourist Places: eating and drinking out in Harrogate and Whitehaven. _____. In: MOLZ, J.G.; GIBSON, S. *Mobilizing Hospitality: the ethics of social relations in a mobile world*. Ashgate E-Book: Grã-Bretanha, 2007, pp.83-100.

DEERY, M.; JAGO, L.; FREDLINE, L. Rethinking social impacts of Tourism Research: a new research agenda. *Tourism Management*, v.33, n.1, p. 64-73, 2012.

DE KADT, E. *Tourism: Passport to development?* Nova Iorque: Oxford University Press, 1984.

DE MATOS, C.A.; TREZ, G. A influência da ordem das questões nos resultados de pesquisas surveys. *Revista de Administração FACES Journal*, v.11, n.1, p.151-172, jan.-mar. 2012.

DEMIROVIC, D.; RADOVANOVIC, M.; PETROVIC, M.D.; CIMBALJEVIC, M; VUKSANOVIC, N.; VUKOVIC, D.B. Environmental and community stability of a mountain destination: an analysis of residents' perception. *Sustainability*, v. 10, n.70, p.1-16, 2018.

DENCKER, A.F.M. *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo*. São Paulo: Futura, 2001.

DERRIDA, J. *Cosmopolitas de todos os países, mais um esforço!* Coimbra: Minerva, 2001.

DIAS, C.A. Grupo focal: técnica de coleta de dados em pesquisas qualitativas. *Informação e sociedade: estudo*, v.10, n.02, p.141-158, 2000.

DOXEY, G. A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences. In: *Proceedings of the sixth annual conference of the travel research association*. San Diego, CA: Travel and Tourism Research Association, 1975, p. 195-198.

DREDGE, D. Destination place planning and design. *Annals of Tourism Research*, v.26, n.4, p.772-791, 1996.

DUARTE, R.F.; BARBOSA, A.S.; BRUNA, G.C. O turismo e a transformação de cidades: o caso de Campos do Jordão – Brasil e Sintra-Portugal. *AE Ensaios*, v.II, nº 01, p.01-26, fev. 2007.

DWYER, L.; CHUKWON, K. Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current issues in Tourism*, v. 6, n.5, p.369-414, 2003.

EMPLASA. Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte. Disponível em: <https://www.emplasa.sp.gov.br/RMVPLN>. 2016. Acesso em: 06 ago. 2018.

EUSÉBIO, C.; VIEIRA, A.L.; LIMA, S. Place attachment, host-tourist interactions, and residents' attitudes towards tourism development: the case of Boa Vista Island in Cape Verde. *Journal of Sustainable Tourism*, v.26, n. 6, pp. 1-20, 2018.

FAN, D.X.F.; LIU, A.; QIU, R.T.R. Revisiting the relationship between host attitudes and tourism development: a utility maximization approach. *Tourism Economics*, v. 25, n. 2, p.1-18, 2018.

FAULKNER, B; TIDESWELL, C. A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, v. 5, n. 1, p.3-28, 1997.

FERREIRA, J.C.; PATINO, C.M. O que realmente significa o valor-p? *J. Brasileiro de Pneumologia*, v.41, n.5, p.485, 2015.

FERREIRA, L.T.; PERAZZOLO, O.A.; PEREIRA, S. Traços de acolhimento do corpo coletivo acolhedor (primariamente acolhedor) em ambientes virtuais: análise de site oficial da Secretaria Municipal de Bento Gonçalves. *X Seminário ANPTUR*. 2013, Universidade Caxias do Sul.

FIGUEROA, B.E.; ROTAROU, E.S.. Sustainable Development or eco-collapse: Lessons for tourism and development from Easter Island. *Sustainability*, v. 8, p.1-26, 2016.

FLICK, U. *Introdução à pesquisa qualitativa*. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FONTANINI, C.A.C. A fenomenologia em pesquisas em administração. *X Congresso Nacional de Educação*. Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba. p.915-926, 7 a 10 nov.2011

FORTUNA, C. Por entre as ruínas da cidade: o patrimônio e a memória na construção das identidades sociais. *Encontro Economia e Cultura*, Lisboa, v.61, p.01-35, dez. 1994.

FREITAS, C.G.de. *Desenvolvimento local e sentimento de pertença na comunidade de Cruzeiro do Sul – Acre*. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Local) – Programa de Pós- Graduação em Desenvolvimento Local, Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande – MS, 2008.

FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A.Z.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. *Revista de Administração*, São Paulo, v.35, n.03, p.105-112, jul.-set.2000

FRIESE, H. Spaces of hospitality. *Angelaki: Journal of Theoretical Humanities*, v. 9, n.2, p.67-79, 2004.

FRLETA, D.S.; JURDANA, D.S. Insights into differences in residents' attitudes: tourism impacts and support for future development. *Tourism*, v.68, n.2, p.170-180, 2020.

FUAO, F.F. A collage como trajetória amorosa e o sentido de hospitalidade: acolhimento em Derrida. In: GARCIA, E.M. *Expediente, ensaios filosóficos*. V. IX, mai. 2014, pp. 74-89

FUSTER, L.F. *Teoría y técnica del turismo*. 2. ed. Madri: Nacional, 1975.

GARAU-VADELL, J.; GUTIÉRREZ-TAÑO, D.; DIAZ-ARMAS, R. Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. *Journal of Destination Marketing and Management*, v.1, p.68-75, 2018.

GARNICA, A.V.M. Algumas notas sobre Pesquisa Qualitativa: Fenomenologia. *Interface – Comunicação, Saúde, Educação*, v.1, n.1, p.109-122, 1997.

GASTAL, S. Alegorias urbanas: o passado como subterfúgio. Campinas, SP: Papyrus, 2006.

GETZ, D. Models in Tourism Planning: towards integration of theory and practice. *Tourism Management*, v. 7, n.1, p. 21-36, 1986.

GHASEMI, V.; CHIAPPA, G.D.; CORREIA, A. Host-Guest interactions: conceptualizing and testing the role of apathy. *4th Interdisciplinary Tourism Research Conference*, 24-29 mai. 2016, Turquia, p.497-502

GJERALD, O. Sociocultural impacts of tourism: a case study from Norway. *Journal of Tourism and Cultural Change*, v. 3, n.1, p.36-48, 2005.

GODBOUT, J. Introdução à dádiva. *Rev. bras. Ci. Soc*, São Paulo, v. 13, n. 38, out. 1998

GODBOUT, J. A dádiva existe ainda? In: GODBOUT, J. ; CAILLÉ, A. *O espírito da dádiva*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas Editora, 1999, pp. 11-29.

GOFFMAN, E. *Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings*. New York (EUA): The Free Press, 1963.

GOLUBOVSKAYA, M.; ROBINSON, R.N.S.; SOLNET, D. The meaning of hospitality: do employees understand? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, v.29, n.5, p.1-43, 2017.

GONÇALVES, G..L; BÔAS FILHO, O. *Teoria dos sistemas sociais: direito e sociedade na obra de Niklas Luhmann*. São Paulo: Saraiva, 2013.

GONDIM, G.M.M. Espaço e saúde: uma (inter)ação provável nos processos de adoecimento e morte em populações. In: MIRANDA, A.C.; BARCELLOS, C.; MOREIRA, J.C.; MONKEN, M. *Território, ambiente e saúde*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2015, pp.57-77

GONDIM, S.M.G. Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos. *Paidéia*, v.12, n.24, 2003, p.149-161.

GOTMAN, A. O turismo e a encenação da hospitalidade. In: CAMARGO, L.O.L.; BUENO, M.L. *Cultura e consumo*. Estilos de vida na contemporaneidade. São Paulo: Senac SP, 2008, pp. 115-134.

GOTMAN, A. O comércio da hospitalidade é possível? *Revista Hospitalidade*, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 3-27, 2009.

GOMES, L.G. Comércio étnico em Belleville: memória, hospitalidade e conveniência. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 29, p. 187-207, 2002.

GOUGEON, T.D.; HUTTON, S.I.; McPHERSON, J.L. A quantitative phenomenological study of leadership: social control theory applied to actions of school principals. *Journal of Thought*, v.3, n.4, p. 93-126, 1990.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. Serviços e informações sobre as estâncias paulistas. Disponível em: <http://www.saopaulo.sp.gov.br/conhecasp/praias-e-estancias/estancias/>. Acesso em: 18 jan. 2019.

GRASSI, M. C. Transpor a soleira. In: Montandon, A. (Org.). *O livro da hospitalidade*. São Paulo: Senac, 2011, pp.45-62.

GRIFFITHS, I.; SHARPLEY, R. Influences of Nationalism on tourist-host relationships. *Annals of Tourism Research*, v. 39, n.4, p.2051-2072, 2012.

GRINOVER, L. A hospitalidade na perspectiva do espaço urbano. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, v.VI, n. 1, p. 04-16, jan.-jun. 2009.

GRINOVER, L. Nós, a cidade, a hospitalidade. *Rosa dos Ventos: turismo e hospitalidade*, v.11, n.01, 2019, p.224-234.

GUNTHER, H. Pesquisa qualitativa versus Pesquisa quantitativa: está é a questão? *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, v.22, n.2, p.201-210, mai.-ago. 2006

GURJÃO, B.D.; QUADROS, A.C.P.; IKAWA, R.T.R. A expressão da hospitalidade/acolhimento no discurso de sujeitos primariamente acolhedores da comunidade turística de Ana Rech em Caxias do Sul - RS. *II Encontro Semintur Jr.* 11 e 12 nov. 2011, Caxias do Sul (RS).

GURSOY, D.; JUROWSKI, C.; UYSAL, M. Resident attitudes: a structural modelling approach. *Annals of Tourism Research*, v. 29, n.01, p.79-105, 2002.

HADINEJAD, A.; NUNKOO, R.; MOYLE, B.; SCOTT, N.; KRAIJ, A. Residents' attitudes to tourism: a review. *Tourism Review*, v. 74, n.2, p. 150-165, 2019.

HAMMERL, P.C. *Campos do Jordão (SP): de estância de saúde à estância turística*. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade). Universidade Anhembi Morumbi. 2011. P.189

HAMMERL, P.C.; SILVEIRA, R.L.L. Por um desenvolvimento turístico: o planejamento de Campos do Jordão em uma escala local/regional/global (1950-1960). *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo local*, v.6, n.15, p. 1-19, 2013

HAMMERL, P.C. Por uma cidade turística: formação e transformação territorial da Estância de Campos do Jordão. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional). Universidade de Santa Cruz do Sul. 2016, p.312

HANAI, F.Y.; ESPÍNDOLA, E.L.G. Programa de sensibilização sustentável do turismo: uma proposta para envolvimento e participação das comunidades locais. *Turismo em Análise*, v.22, n.1, p.04-24, abr. 2011.

HARRIL, R. Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, v.18, n.01, p.1-16, fev. 2004.

HARRISON, D.; SHARPLEY, R. Introduction: Mass Tourism in a small world. In: HARRISON, D.; SHARPLEY, R. *Mass Tourism in a small world*. Boston, MA (EUA): Cab International, 2017, pp.01-14

HERNÁNDEZ, J. M.; CASIMIRO, L. A. Simulation model for a joint mass/rural tourism system. *Tourism and Hospitality Research*, v. 12, n. 1, p.5-14, 2012.

HEUMAN, D. Hospitality and reciprocity: working tourists in Dominica. *Annals of Tourism Research*, v. 32, n.2, 2005, p. 407-418

HILLMAN, J. *Cidade e Alma*. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

HOCKERT, E. *Ethics of hospitality: participatory tourism encounters in the northern highlands of Nicaragua*. Acta universitatis lapponiensis:Lapland University Press, Finlândia, 2015.

HOLANDA, S.B. O Semeador e o Ladrilhador. In: _____. *Raízes do Brasil*. 21 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1990, pp. 93-138

HORODYSKI, G.S.; MANOSSO, F.C.; GÂNDARA, J.M.G. A pesquisa narrativa na investigação das experiências turísticas relacionadas ao consumo de souvenirs: uma abordagem fenomenológica. *Revista Turismo em Análise*, v.25, n.1, p.203-230, abr. 2014.

HUANG, J.; HSU, C.H. Interaction among fellow cruise passengers: diverse experiences and impacts. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, v.26, p.547-567, 2009.

HUANG, W.J.; XIAO, H.; WANG, S. Airports as liminal space. *Annals of Tourism Research*, v.70, p.1-13, 2018.

HUH, C.; VOGT, C.A. Changes in resident attitudes toward tourism over time: a cohort analytical approach. *Journal of Travel Research*, v. 46, p.446-455, mai. 2008.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2016). *Dados do mercado de trabalho de Campos do Jordão*. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/campos-do-jordao/panorama>. Acesso em: 31 jan. 2019.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2017). *Cidades. Brasil*. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/campos-do-jordao/panorama>. Acesso em 01 jun. 2020.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2019). *Cidades. Brasil*. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/campos-do-jordao/panorama>. Acesso em 01 jun. 2020.

IKAWA, R.T.R.; SANTOS, M.M.C. dos. Sinalizadores discursivos da relação entre o turista como sujeito primariamente acolhido e uma comunidade – corpo coletivo acolhedor. *Revista Hospitalidade*, v. XVII, n.01, p.325-343, 2015.

INGRAM, G. Motivations of farm tourism hosts and guests in the South West Tapestry Region, Western Australia: a phenomenological study. *Indo-Pacific Journal of Phenomenology*, v.2, n.1, p.1-12, abr. 2002.

ISSA, Y.S.M. de M. Produção do turismo e sítios simbólicos de pertencimento: inserção da comunidade local como fator de hospitalidade. *Observatório de Inovação do Turismo*, v. 2, n.4, p.1-14, dez. 2007.

JAMAL, T.B.; GETZ, D. Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, v. 22, n.1, p.186-204, 1995.

JOHNSON, J.D.; SNEPENGGER, D.J.; AKIS, S. Residents' perceptions of tourism development. *Annals of Tourism Research*, v.21, n.3, p.629-642, 1994.

KANG, S.K.; LEE, J. Support of marijuana tourism in Colorado: a residents' perspective using social exchange theory. *Journal of Destination Marketing and Management*, v. 9, p. 310-319, 2018.

KASTENHOLZ, E.; CARNEIRO, M.J.; EUSEBIO, C. Diverse socializing patterns in rural tourist experiences – a segmentation analysis. *Current Issues in Tourism*, v.21, n.4, p. 401-421, 2015.

KIM, J.H. The antecedents of memorable tourism experiences: the development of a scale to measure the destination attributes associated with memorable experiences. *Tourism Management*, v. 44, p.34-45, 2014.

KIM, K.; UYSAL, M.; SIRGY, M.J. How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, v.36, p.527-540, 2013.

KING, B.; PIZAM, A.; MILMAN, A. Social impacts of tourism: host perceptions. *Annals of Tourism Research*, v. 20, n.4, p.650-665, 1993.

KIRSCHBAUM, C. Decisões entre pesquisa Quali e Quanti sob a perspectiva de mecanismos causais. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v.38, n.82, p.179-195, jun. 2013.

KITSON, J. Home touring as hospitable urbanism. *Journal of Urbanism: international research in placemaking and urban sustainability*, v.10, n.1, p.77-97, 2015.

KO, D.W.; STEWART, W. A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, v. 23, n.5, p.521-530, 2002.

LANDIM, F.L.P.; LOURINHO, L.A.; LIRA, R.C.M.; SANTOS, Z.M.S. Uma reflexão sobre as abordagens em pesquisa com ênfase na integração qualitativo-quantitativa. *Revista Brasileira em Promoção da Saúde*, v.19, n.1, p.53-58, 2006.

LANKFORD, S.V. Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development. *Journal of Travel research*, v.32, n. 35, p.35-43, 1994.

LATHAM, A. Urbanity, lifestyle and making sense of the new urban cultural economy: notes from Auckland, New Zealand. *Urban Studies*, v. 40, n.9, p.1699-1724, ago. 2003.

LAWSON, R.W; WILLIAMS, J.; YOUNG, T.; COSSENS, J.A A comparison of residents' attitudes towards tourism in 10 New Zealand destinations. *Tourism Management*, v.19, n.3, p.247-256, 1998.

LEEP, A. Residents' attitudes towards tourism in Bigodi Village, Uganda. *Tourism Management*, v. 28, p.876-885, 2007.

LEIPER, N. The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, v.6, n.4, p. 390-407, 1979.

LERVOLINO, SA.; PELICIONI, MCF. A utilização do grupo focal como metodologia qualitativa na promoção da saúde. *Rev Esc Enf USP*, v. 35, n.2, p.115-21, 2001.

LÉONARD-ROQUES, V. Cidade-Refúgio. In: MONTANDON, A. (ed). *O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: Senac, 2004, pp. 501-508

LICKORISH, L.J. *Developing Tourism Destinations: policies and perspectives*. Inglaterra: London Group, 1991.

LIMA, S.M.C. Multiculturalismo. *Comunicação & Educação*, São Paulo, v.20, n.1, p. 15-18, set. 1998.

LIU, J.C.; VAR, T. Resident attitudes towards tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, v. 13, p.193-214, 1986.

LUGOSI, P. Hospitality spaces, hospitable moments: Consumer encounters and affective experiences in commercial settings. *Journal of Foodservice*, v. 19, n. 2, p. 139-149, 2008.

LUGOSI, P. Deviance, deviant behavior and hospitality management: sources, forms and drivers. *Tourism Management*, v. 74, p.81-98, 2019.

LUGOSI, P.; BELL, D.; LUGOSI, K. Hospitality, culture and regeneration: urban decay, entrepreneurship and the “ruin” bars of Budapest. *Urban Studies*, v.47, n.14, p.3079-3101, 2010.

LUHMANN, N. *Sistemas sociais: esboço de uma teoria geral*. Petrópolis, Vozes: 1984 [2017]

LYNCH, P. Mundane welcome: Hospitality as life politics. *Annals of Tourism Research*, v. 64, n.2, p.171-184, 2017.

MÂCEDO, L.A.; NEVES, L.R. Em busca do passado: memórias e identidades do lugar. *Relacult – Revista Latino Americana de Estudos em Cultura e sociedade*, v.2, ed. Especial, p. 741-756, 2016.

MADRIGAL, R. Residents` perceptions and the role of government. *Annals of Tourism Research*, v. 22, n.1, p.86-102, 1995.

MAFFESOLI, M. O imaginário é uma realidade. *Revista Famecos*, v. 8, n.15, p.74-82, 2001.

MAIO, I.P.; BARRETTO, M.; SANTOS, R.J. Processos socioculturais do turismo na localidade receptora: o olhar de residentes sobre os visitantes da Ilha da Pintada/Porto Alegre/RS. *Turismo – visão e Ação*, v.8, n.2, p.235-252, mai.-ago. 2006.

MAISONNAVE, P.R.; PINTO, S.R. da R. Em busca da epoché: uma pesquisa quantitativa como subsídio à redução fenomenológica. *Revista da Administração e Inovação*. São Paulo, v.4, n.3, p.86.101, 2007.

MAISONNAVE, P.R.; PINTO, S.R. da R. Uma análise fenomenológica a respeito da percepção da inovação nos investimentos de pesquisa e desenvolvimento do setor elétrico brasileiro. *XXXII Enanpad*, Rio de Janeiro (RJ), 06 a 10 set 2008.

MARTÍN-MARTÍN, J.M.; OSTOS-REY, M.S.; SALINAS-FERNÁNDEZ, J.A. Why regulation is needed in emerging markets in the tourism sector. *American Journal of Economics and Sociology*, v.78, n.1, p.225-254, 2019.

MARTÍNEZ, A. J. J. Aproximação à Conceituação do Turismo a partir da Teoria Geral de Sistemas. In: TRIGO, L. G. (ed.), *Análises Regionais e Globais do Turismo Brasileiro*. São Paulo: Roca, 2005, pp. 109–148.

MARUJO, N. A pesquisa em Turismo: reflexões sobre as abordagens quantitativas e qualitativas. *Revista de Investigación em Turismo y Desarrollo Local*, v. 6, n.14, p.1-16, jun-jul 2013

MASAKAZU, A. *50 anos de Campos do Jordão*. Campos do Jordão (SP): Editora Mantiqueira, 1985.

MASBERG, B.A.; SILVERMAN, L.H. Visitor experiences at heritage sites: a phenomenological approach. *Journal of Travel Research*, v. 34, n.4, p.20-25, 1996.

MATHIESON, A.; WALL, G. *Tourism: Economic, physical, and social impacts*. London, New York: Longman, 1982.

MATHIS, A. A sociedade na teoria dos sistemas de Niklas Luhmann. *Presença Revista de Educação, Cultura e Meio Ambiente*, v.8, n. 28, p.1-23, 2004.

MAUSS, M. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Ubu Editora, 2017

MAZZON, J.A. *Análise do programa de alimentação do trabalhador sob o conceito de marketing social*. Tese (Doutorado em Economia, Administração e Contabilidade) – Programa de Economia, Administração e Contabilidade. Universidade de São Paulo, São Paulo, 1981.

McCOMBES, L.; VANCLAY, F.; EVERS, Y. Putting social impact assessment to the test as a method for implementing responsible tourism practice. *Environmental Impact Assessment Review*, v.55, p.156-168, 2015.

McCOOL, S.F.; MARTIN, S.R. Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, v. 3, n. 3, p.29-34, 1994.

McGEHEE, N.G.; ANDERECK, K.L. Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel research*, v. 43, p.131-140, nov. 2004.

MEIMAND, S.E.; KHALIF, Z.; ZAVADBKAS, E.K.; MARDANI, A.; NAJAFIPOUR, A.A.; AHMAD, U.N.U. Residents' attitude toward tourism development: a sociocultural perspective. *Sustainability*, v. 09, n.1170, p.1-29, 2017.

MELO JUNIOR, L.C.M.M. A teoria dos sistemas sociais em Niklas Luhmann. *Revista Sociedade e Estado*, v. 28, n.3, p.715-719, 2013.

MENDES, B. C.; CAVENAGHI, A. J.; WADA, E. K. Sense of belonging and the appropriation of a touristic city by local students (Brazil). *Journal of Teaching in Travel and Tourism*, v.20, n.1, p.41-58, 2020.

MENEGHINI, R. *Turismo e a busca por um pedaço de chão em Campos do Jordão – SP*. Saarbrücken (Alemanha): Novas edições acadêmicas, 2018.

MENEGUEL, C.R. de A.; TRICÀRICO, L.T. Aplicação da abordagem fenomenológica e estudo epistêmico no turismo: análise dos artigos publicados em periódicos. *Marketing and Tourism Review*. Belo Horizonte, v.4, n.1, p.01-23, ago. 2019

MILL, R.; MORRISON, A. *The Tourism System: an introductory text*. Dubuque, IA: Kendall/Hunt Publishing CO, 1998.

MIOCIC, B.K.; VIDIC, G.; BAKIJA, V. Residents' attitudes towards tourism: a case study of the city of Zadar. *4th Interdisciplinary Tourism Research Conference*, 24-29 mai. 2016, Turquia, p.235-240

MOLINA, E. S. *Conceptualización del turismo*. México-DF: Limusa, 1991.

MOLZ, J.G.; GIBSON, S. Introduction: Mobilizing and Mooring Hospitality. In: MOLZ, J.G.; GIBSON, S. *Mobilizing Hospitality: the ethics of social relations in a mobile world*. Ashgate E-Book: Grã-Bretanha, 2007, pp.01-26.

MONTANDON, A. Visitas. In: MONTANDON, A. (ed). *O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: Senac, 2004, pp. 1303-1309.

MOON, H.; HAN, H. Tourist experience quality and loyalty to an island destination: the moderating impact of destination image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. v.36, n.1, 2018, pp. 43-59,

MOREIRA, E.V.; HESPANHOL, R.A.M. O lugar como uma construção social. *Revista Formação*, v.14, n.2, p.48-60, 2007

MUMFORD, L. Suburbia – and Beyond. IN: _____ *The city in history: its origins, its transformations and its prospects*. NYC (EUA): Harvest Books, 1961, pp.482-524

NAIDOO, P.; PEARCE, P.L. Enclave Tourism versus Agritourism: the economic debate. *Current Issues in Tourism*, v. 21, n. 17, p.1946-1965, 2016.

NASCIMENTO, J.L.B.; GOMES, E.L. dos S.; FRANÇA, J.P. O “bem acolher” na prestação dos serviços turísticos de base comunitária do movimento de mulheres das Ilhas de Belém (MMIB), Belém/PA. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, v. IX, n. 2, p. 254-272, jul.- dez. 2012.

NEMATPOUR, M.; FARAJI, A. Structural analysis of the tourism impacts in the form of future study in developing countries (case study: Iran). *Journal of Tourism Futures*, v. 5, n. 3, p.259-282, 2019.

NEVES, C.B.; SAMIOS, E.M.B. Niklas Luhmann: a nova teoria dos sistemas. Porto Alegre: UFRGS, Goethe Institut/ICBA: 1997.

NITSCHKE, L.B. Um estudo fenomenológico de turismo. *IV Seminário Anptur*, 27 a 28 ago. Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo -SP, 2007.

NOGUÉS-PEDREGAL, A.M.; TRAVÉ-MOLERO, R.; CARMONA-ZUBIRI, D. Thinking against 'empty shells' in tourism development projects. *Etnoloska Tribina*, v. 47, n.40, p. 88-108, 2017.

NORONHA, R. Paradise reviewed: tourism in Bali. In: DE KADT, E. *Tourism: Passport to development?* Nova Iorque: Oxford University Press, 1984, pp.177-204.

NUNKOO, R.; GURSOY, D. Residents' support for tourism: an identity perspective. *Annals of Tourism Research*, v. 39, n. 01, p. 243-268, 2012.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE CAMPOS DO JORDÃO. *Relatório anual 2016*. Prefeitura Municipal de Campos do Jordão. 2017. Pdf.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE CAMPOS DO JORDÃO. *Relatório anual 2017*. Prefeitura Municipal de Campos do Jordão. 2018. Pdf.

OGUZTIMR, S.; AKTURAN, U. Synthesis of city branding literature (1988-2014) as a research domain. *International Journal of Tourism Research*, v. 18, p.357-372, 2016.

OLIVEIRA, A.M. de. Planejamento participativo como instrumento de desenvolvimento turístico responsável. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 8, n.3, p.22-26, 2008.

OLIVEIRA, G. Festival de Inverno rende R\$131 milhões para Campos do Jordão. *Isto É*. 01 ago. 2019. 11h33. Disponível em: <https://istoe.com.br/festival-de-inverno-rende-r-131-milhoes-para-campos-do-jordao/>. Acesso em: 17 jan. 2020.

OLIVEIRA, J.P.; PORTELA, L.O. A cidade como um sistema: reflexões sobre a teoria geral de sistemas aplicado à análise urbana. *Perspectivas contemporâneas*, v.1, n.2, p.164-182, nov-mai. 2006.

OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Roca, 2001.

OSMAN, H.; JOHNS, N.; LUGOSI, P. Commercial hospitality in destination experiences: McDonald's and tourist's consumption of space. *Tourism Management*, v.42, p.238-247, 2014.

OSORIO-GARCÍA, M. Nuevos caminos para el estudio del turismo desde la teoría de sistemas. *Convergencia: Revista de Ciencias Sociales*, v. 7 n.23, p. 219-235, 2000.

OSORIO-GARCÍA, M. El carácter social del turismo: un análisis sistémico sobre su complejidad. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, v. 16, p.464-492, 2007.

PAIXÃO, D.L.D. 1930-1945: a verdadeira Belle Époque do turismo brasileiro: o luxo e os espetáculos dos hotéis-cassino imperam na era getulista. 2005. Disponível em: <http://www.obsturpr.ufpr.br/artigos/hotelaria11.pdf>. Acesso em: 26 jul. 2018.

PAESE, C. A cidade e os mapas de hospitalidade. 2018. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/436286282634994597/>. Acesso em: 24 out. 2018

PAN, B.; LI, X. The long tail of destination image and online marketing. *Annals of Tourism Research*, v. 38, n.01, p.132-152, 2011.

PANOSSO NETTO, A. *Filosofia do turismo: teoria e epistemologia*. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2011.

PAULAUŠKAITE, D.; POWELL, R.; COCA-STEFANIAK, J.A.; MORRISON, A.M. Living like a local: authentic tourism experiences and the sharing economy. *International Journal of Tourism Research*, v. 19, n.6, p.1-10, 2017.

PAULO FILHO, P. *Estórias e lendas do povo de Campos do Jordão*. São Paulo: O Recado, 1988.

PAVLIC, I.; PORTOLAN, A.; PUH, B. Does tourism cut the branch it is sitting on? – local residents' perspective. *Montenegrin Journal of Economics*, v.15, n.2, p.153-164, 2019.

PEARCE, P.L.; MOSCARDO, G; ROSS, G.F. *Tourism Community relationships*. Oxford: Pergamion Press, 1996.

PEÑALONZO, J.O. La escuela, diferentes contextos culturales y culturas de frontera. *Revista Brasileira de Educação*. N.23, mai-ago. 2003. p. 149-155.

PERALTA, N.; VIEIRA, F.S.; OZORIO, R.Z. Gestão participativa da pousada Uacari: um processo em construção. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, São Paulo, v.8, n.1, p. 115-133, fev-abr. 2015.

PERAZZOLO, O.A; SANTOS, M.M.C. dos; PEREIRA, S. Corpo coletivo acolhedor: uma proposição teórica. *VIII Seminário ANPTUR*. Univali, Balneário Camboriú (SC), 2011.

PERAZZOLO, O.A; SANTOS, M.M.C. dos; PEREIRA, S. O acolhimento – ou hospitalidade turística – como interface possível entre o universal e o local no contexto da mundialização. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, v. 11, n.1, p. 45-55, 2013.

PERDUE, R.R.; LONG, P.T.; ALLEN, L. Rural resident tourism perceptions and attitudes. *Annals of Tourism Research*, v.14, p.420-429, 1987.

PERNECKY, T.; JAMAL, T. (Hermeneutic) phenomenology in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, v.37, n.4, p.1055-1075, 2010

PESTEK, A.; DIZDAREVIC, L.; GALIC, M.; ARIFHODZIC, M. Residents' attitudes toward tourism development: a case study of the federation of Bosnia and Herzegovina. *Zagreb God.*, v.28, p.131-151, 2019.

PEZZI, E.; VIANNA, S.L.G. A experiência turística e o turismo de experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. *Revista Turismo em Análise*, v.26, n.1, p.165-188, 2015

PIMENTEL, T.D.; PIMENTEL, M.P.C. Autopoiese e Sistema Turístico. *IX Seminário ANPTUR*. Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo. 2012.

PINTO, L.A.S.; RICCI, F. Qualificação profissional e turismo: uma discussão sobre as questões sociais e o espaço turístico construído na cidade de Campos do Jordão. *IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*, Caixas do Sul, 7-8 jul. 2006.

PIRES, E.V.; ALCANTARINO, M.D. A participação das comunidades autóctones no turismo e o capital social no processo de desenvolvimento local: um exame do Programa Turismo Solidário-MG. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 8, n.1, p.1-15, 2008.

PITT-RIVERS, J. The law of hospitality. 1977. *Journal of Ethnographic Theory*, v..2, n.1, p.501-517, 2012.

PIVOTT, C. *O turismo e a produção social do espaço urbano: estudos sobre Campos do Jordão (SP)*. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano Regional) – Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional, Universidade do Vale do Paraíba, 2006, p.180

PLENTZ, R.S. O papel da hospitalidade na busca de um outro turismo. 2015. Disponível em: <https://www.uces.br/site/midia/arquivos/qt8-o-papel.pdf>. Acesso em: 16 out. 2018

PMGIRS – Plano Municipal de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos. Campos do Jordão, SP: Prefeitura Municipal de Campos do Jordão. Ago. 2013. Pdf.

POLLARD, C. What is original in Merleau-Ponty's view of the phenomenological reduction? *Human Studies*, v.41, n.3, p. 395-413, set 2018.

PONS, P.O.; CRANG, M.; TRAVLOU, P. Introduction: Taking Mediterranean Tourists Seriously. In: PONS, P.O.; CRANG, M.; TRAVLOU, P. *Culture of Mass tourism: doing the Mediterranean in the age of banal mobilities*. Burlington, USA: Ashgate, 2009, pp.01-20.

POULSTON, J. Expressive labour and the gift of hospitality. *Hospitality and Society*, v. 5, n.2 e 3, p.145-165, 2015.

PRATS, L.; GUIA, J.; MOLINA, F.X. How tourism destinations evolve: the notion of Tourism Local Innovation System. *Tourism and Hospitality Research*, v. 8, n.3, p. 178-191, 2008.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DO JORDÃO. Festival de Inverno tem impacto de 131 milhões na economia. Geração de emprego também bate recorde: foram 1,8 mil novas vagas geradas. 30 jul. 2019. Disponível em: <http://camposdojordao.sp.gov.br/Noticia/?i=1143&c=12>. Acesso em: 17 jan. 2020.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DO JORDÃO. Plano de Desenvolvimento Turístico 2018-2020. 2018. Disponível em: http://camposdojordao.sp.gov.br/Arquivos_Publicacoes/PPA_LDO/18112019-050635-anexo-i-plano-diretor-de-turismo-2018-2020.pdf. Acesso em: 20 mai. 2019.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPOS DO JORDÃO. Plano de Mobilidade da Estância de Campos do Jordão. 2018. Pdf.

PRINCE, A.E. *O Estado de São Paulo e a luta contra a tuberculose no século XIX e meados do século XX*. Taubaté, SP: Editora e Livraria Cabral Universitária, 2017a.

PRINCE, A.E. *Campos do Jordão como centro de tratamento e cura da tuberculose*. Taubaté, SP: Editora e Livraria Cabral Universitária, 2017b.

PRINCE, A.E. *Estação Climática de Campos do Jordão: sanatórios e pensões e a luta contra a tuberculose*. Taubaté, SP: Editora e Livraria Cabral Universitária, 2017c.

RAFFESTIN, C. Réinventer l'hospitalité. *Communications*, v. 65, p. 165-177, 1997.

RAMÍREZ, D.V.; GARCÍA, M.O.; HERNÁNDEZ, A.A.; NAFARRATE, J.T. El turismo desde el pensamiento sistémico. *Investigaciones Turísticas*, v. 5, p.01-28, 2013.

RAMPAZZO, S.E.; CORRÊA, F.Z.M. *Desmistificando a metodologia científica: guia prático para a produção de trabalhos acadêmicos*. Erechim, RS: Habilis, 2008.

RAYMOND, C.; BROWN, G. A spatial method for assessing resident and visitor attitudes towards tourism growth and development. *Journal of Sustainable Tourism*, v. 15, n.5, p.520-540, 2007.

RENOÓ, L.C.; TEIXEIRA, D.J. O impacto do turismo nos hábitos de consumo de uma comunidade de pequeno porte. *Turismo Visão e Ação*, v. 9, n.2, p. 217-232, mai.-ago.2007.

RESSEL, L.B.; COLOMÉ BECK, C.L.; ROSA GUARDA, D.M.; HOFFMANN, I.C.; MARION DA SILVA, R.; DUTRA SEHNEM, G. O uso do grupo focal em pesquisa qualitativa. *Texto & Contexto Enfermagem*. V.17, n.4, out.-dez.2008, p.779-786.

RIBAS, L.C.C.; HICKENBICK, C. O papel de condutores ambientais locais e de cursos de capacitação no ecodesenvolvimento turístico e as expectativas locais sociais no sul do Brasil. *Turismo em Análise*, v. 23, n.1, p. 143-165, abr. 2012.

RICHARDS, G. Tourism in challenging times: resilience or creativity? *Tourism Today*, v. 20, n.1, p.8-15, 2020

RODRIGUES, A.J. *Metodologia científica: completo e essencial para a vida universitária*. São Paulo: Avercamp, 2006.

RODRIGUES, L.P. Notas epistemológicas: Niklas Luhmann e a tradição sociológica. *Revista de Ciências Sociais*, v. 2, n.1, p.108-137, 2012.

ROSA FILHO, A.; CORTEZ, A.T.C. A problemática socioambiental da ocupação urbana em áreas de risco de deslizamento da “Suíça Brasileira”. *Revista Brasileira de Geografia Física*, v.3, p.33-40, 2010.

ROSA, L.G.; FOGAÇA, I. de F. Hospitalidade e Interpretação turística: relações com a comunidade local. *ABET*, Juiz de Fora, v.5, n.3, p.64-71, set - dez. 2015.

ROSS, G.F. Resident perceptions of the impact of tourism on an Australian city. *Journal of Travel Research*, v.3, n.3, p.13-17, 1992.

ROTHMAN, R.A. Residents and transients: community reaction to seasonal visitors. *Journal of Travel Research*, v. 16, n.3, p.8-13, 1978.

RYAN, C.; MONTGOMERY, D. The attitudes of Bakewell residents to tourism and issues in community responsive tourism. *Tourism Management*, v. 15, n.5, p.358-369, 1994.

SACCOL, A.Z. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. *Revista de Administração UFSM*. Santa Maria, v.2, n.2, p.250-269, mai.-ago.2009

SAMPSON, R.J. Local friendship ties and community attachment in mass society: a multilevel systemic model. *American Sociological Review*, n. 53, p.766-779, 1988.

SÁNCHEZ, F. A reinvenção das cidades na virada do século: agentes, estratégias e escalas de ação política. *Revista de Sociologia Política*. Curitiba, v.16, p.31-49, jun.2001.

SANTANA, C.S.C.de M.; NASCIMENTO, M.A.L. do, MARQUES JUNIOR, S. Fatores que afetam o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo em áreas naturais protegidas. *Revista Brasileira de Turismo*, v.14, n.1, p.156-172, mai/ago. 2020

SANTOS, E.R.; ARAUJO, H.R. O turismo na visão dos moradores de uma comunidade garimpeira: o caso de Extração (Curradinho), Diamantina, Minas Gerais. *Cenário*, Brasília, v.2, n.3, p.153-169, dez. 2014.

SANTOS, J.S.dos; LIMA, T. C. de. O elo entre a pessoa e o lugar: a afetividade, o sentimento de pertencimento e a memória dos moradores do povoado Baixão do Pará, Município de Gonçalves Dias – MA. *Geografia: publicações avulsas*. Universidade Federal do Piauí, Teresina, v.2, n.1, p.274-291, 2020

SAVIANI, D. *Escola e Democracia*. Campinas, SP: Autores associados, 2009.

SCALABRINI, E.C.B.; REMOALDO, P.C. Residents' perception towards tourism in an industrial Brazilian city: a cluster analysis. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, v. 16, n.1, p.235-247, jan.-abr. 2020

SCHIAVETTI, A.; FORESTI, C. Turismo em unidades de conservação: Parques Estaduais de Campos do Jordão. *Turismo em Análise*, v. 10, n.1, p.47-57, 1999.

SCHIAVETTI, A.; ROBIN, M. de J.; MORAES, M.E.B. Parque estadual de Campos do Jordão: avaliação quantitativa de visitação. *Turismo em Análise*, v.8, n.2, p.13-20, 1997.

SCORSATO, S.M. Hospitalidade: o desafio das populações de pescadores que se transformam em fornecedores de serviços turísticos. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, ano 3, n.2, p.77-89, 2º sem 2006.

SESSA, A. The Science of Systems for Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, v. 15, p. 219-235, 1988.

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO DA PREFEITURA DE CJO. *Mancha urbana de Campos do Jordão. Visita in loco*. 2018.

SHARPLEY, R. Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, v. 42, p.37-49, 2014.

SHELLER, M.; URRY, J. Mobile Transformations of 'Public' and 'Private' life. *Theory, Culture and Society*, v. 20, n.3, p.107-125, 2003.

SHRYOCK, A. The new Jordanian hospitality: house, host, and guest in the culture of public Display. *Comparative Studies in Society and History*, v. 46, n.01, p.36-62, 2004.

SIGAUD, L. As vicissitudes do "Ensaio sobre o Dom". *Mana*, v. 5, n.2, p.89-124, 1999.

SILVA, C.B.; FERREIRA, R.G.; AMARAL, R.F. Análise da imagem que turistas e comunidade local têm da área de proteção ambiental dos recifes de corais. – Aparc (RN). *Caderno Virtual de Turismo*, v. 9, n.2, p.85-102, 2009.

SILVA, D.R.; SANT'ANNA, P.A. Turismo e crise/mudança da identidade cultural: impactos psicossociais da atividade turística em Diamantina. *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR*, Penedo, v.5, n.1, p.4-21, 2015.

SILVA, G.B.; MARQUES JUNIOR, S. Fatores que afetam o apoio dos residentes para o desenvolvimento do turismo religioso: o caso de Santa Cruz (RN), Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 10, n.3, p.497-515, set -dez.2016.

SILVA, G.P. da. Desafios ontológicos e epistemológicos para os métodos mistos na ciência política. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v.30, n.88, p.115-129, jun.2015.

- SILVA, L.N.da. Teoria dos sistemas sociais e os meios de difusão em Niklas Luhmann. *C S Online – Revista Eletrônica de Ciências Sociais*, Juiz de Fora, n.22, p.123-159, 2016.
- SILVA, M.G.L. *Cidades turísticas: identidades e cenários de lazer*. São Paulo: Aleph, 2004.
- SILVA, S.N. da.; MELO, R. de S. Resorts e desenvolvimento local na cidade da Ilha Grande, Piauí (Brasil): análise dos discursos dos atores locais. *Turismo e Sociedade*, Curitiba, v.5, n.1, p.209-230, abr. 2012.
- SKOKIC, V.; LYNCH, P.; MORRISON, A. In search of inhospitable knowledge. *Hospitality and Society*, v. 6, n.1, p.31-54, 2016.
- SMITH, M.; KRANNICH, R. S. Tourism dependence and resident attitudes. *Annals of Tourism Research*, v. 25, n.4, p.783-802, 1998.
- SIMONI, V. Hosts and Guests. In: LOWRY, L. L. (ed.) *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism*, London: Sage, 2017, pp. 618-621.
- SOARES, D. dos S.; GALENO, L.S.; ROS, J.P. O turismo na comunidade dos Tatus: conflitos socioambientais e percepção local. *Revista Turismo Estudos e Práticas*, v. 2, n.2, p.133-153, jul.-dez.2013.
- SOKOLOWSKI, R. *Introdução à fenomenologia*. São Paulo: Loyola, 2014.
- SOTOMAYOR, M.H.I. El turismo en el contexto de las sociedades complejas. *Cultura*, Lima (Peru), v.24, p.1-24, 2010.
- SOUZA, G.M.R.; VIEIRA FILHO, N.A. Q. Impactos socioculturais do turismo em comunidades insulares: um estudo de caso no arquipélago de Fernando de Noronha (PE). *Observatório de Inovação do Turismo*, Rio de Janeiro, v. 6, n.4, p. 1-18, dez. 2011.
- SOUZA, J.A.B. Os impactos socioambientais do turismo nas comunidades receptoras: reações de adaptação. *Rosa dos Ventos*, v. 4, n.1, p.4-14, jan.-jun 2012.
- SPERB, M.P.; QUEIRÓZ, F. da S. Percepção dos residentes sobre o desenvolvimento turístico costeiro no município de Garopaba-SC: uma proposta metodológica. *Turismo em Análise*, v. 24, n.2, p.230-247, ago. 2013.
- SPOLON, A.P.G. Hospitality. In: LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. *Tourism Theory: concepts, models and systems*. CABI: Wallingford, Oxfordshire, UK, 2017, p.8-11
- STAKE, R.E. Pesquisa qualitativa/naturalista – problemas epistemológicos. *Seminário sobre Avaliação em Debate – Departamento em Educação da PUC-RJ*, 02 e 03 ago. 1982.

STEFANINI, C. J.; ALVES, C. A.; MARQUES, R. B. Let's have lunch! A study on the relation between hospitality, service quality and experiential marketing and customer satisfaction in restaurants. *Revista Brasileira Pesquisa Turismo*. v. 12, n. 1, 2018, p. 57–79.

STEFANINI, C. J.; YAMASHITA, A. P. N. G.; ALVES, C. A.; MARQUES, R. B. Factors related to perception of quality in hosting services among business tourists from São Paulo / Brazil. *Revista Espacios*. v. 38, n.57, 2017, p. 1–20.

SURDI, A.C. A fenomenologia como fundamentação para o movimento humano significativo. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Programa de Pós-Graduação em Educação Física, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

TARRIUS, A. Leer, describir, interpretar las circulaciones migratórias: conveniencia de la noción de território circulatorio. Los nuevos hábitos de la identidad. *Estudios de historia y sociedade*, v. XXI, n.83, p.38-66, 2000.

TAVARES, R.C. O sentimento de pertencimento social como um direito universal. *Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas*, v.15, n.106, p.179-201, 2014

TELFER, E. The philosophy of hospitableness. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (eds.). *In search of hospitality: theoretical perspectives and debates*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2000.

TELLES, D.H.Q.; GÂNDARA, J.M.G. Impactos socioculturais no processo de turistificação da Vila de Encantadas, Ilha do Mel, Paraná, Brasil. *Turismo e Sociedade*, Curitiba, v.5, n.1, p.183-208, abr. 2012.

TELLES, R. A efetividade da matriz de amarração de Mazzon nas pesquisas em Administração. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, São Paulo, v. 36, n. 4, p.64-72, 2001.

TEYE, V.; SONMEZ, S.F.; SIRAKAYA, E. Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, v. 29, n.3, p.668-688, 2002.

TRINDADE, T.A. Direitos e cidadania: reflexões sobre o direito à cidade. *Revista Lua Nova*, v. 87, p.139-165, 2012.

TREUKE, S. Convergências e dissonâncias entre Luhmann e Bourdieu: os limites operacionais dos conceitos anomia e autopoiesis. *Revista de Ciências Humanas*, Florianópolis, v.51 n.1, p.34-55, 2017.

TRUJILHO, M.D.; DOMINGUES, M.; HEUBEL, M.T.C.D. Estudo da integração da comunidade local no processo de Planejamento Turístico Sustentável de Brotas (SP). *Turismo Visão e Ação*, v.5, n.2, p.147-159, mai-ago. 2003.

TUAN, Y.F. *Topofilia: Um estudo da percepção das atitudes e valores do meio ambiente*. São Paulo/Rio de Janeiro: Difel, 1980.

TULIK, O. Residências secundárias: presença, dimensão e expressividade do fenômeno no Estado de São Paulo. Tese de livre docência – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

TURATO, E.R. Métodos qualitativos e quantitativos na área de saúde: definições, diferenças e seus objetos de pesquisa. *Revista de Saúde Pública*, v.39, n.3, p.507-514, 2005.

UM, S.; CROMPTON, J.L. Measuring resident's attachment levels in a host community. *Journal of Travel Research*, v. 26, n.27, p.27-29, 1987.

URRY, J. *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel, Sesc, 2001.

VALDUGA, M.C.; MOESCH, M. M. Análise sistêmica do turismo. In: *III Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*, 2005, Caxias do Sul. CD Room, 2005.

VEAL, A. J. *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. São Paulo: Aleph, 2011
VEIGA, C.; SANTOS, M.C.; AGUAS, P.; SANTOS, J.D.de C. Sustainability as a key driver to address challenges. *World Wide Hospitality and Tourism Themes*, v. 10, n.5, p.662-673, 2019.

VELASQUEZ, G.G.; OLIVEIRA, J.P.de. O sistema Flexível de Turismo: avanço na análise sistêmica de turismo. *Revista Turismo Visão e Ação*, v. 20, n.2, p.343-360, mai-ago. 2018

VIANA, U.S. Repercussão geral sob a ótica da teoria dos sistemas de Niklas Luhmann. São Paulo: Saraiva, 2011.

VIANNA, P.V.C.; ZANETTI, V.; PAPALI, M.A. Geografia, saúde e desenvolvimento urbano no interior paulista na passagem para o século XX: Domingos Jaguaribe e a construção da Estância Climática de Campos do Jordão. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, Rio de Janeiro, v. 21, n.04, p.1.341-1.360, out-dez. 2014.

VIDAL, J.P. A teoria ecossistêmica de Niklas Luhmann e a noção de autopoiese comunicativa nos estudos organizacionais. *Cadernos EBAPE*, v. 15, n.2, p.274-291, 2017.

WAHAB, S. A. *Introdução á administração do turismo*. São Paulo: Pioneira, 1977

WANG, S.; XU, H. Influence of place-based senses of distinctiveness continuity, self-esteem and self-efficacy on resident's attitudes toward tourism. *Tourism Management*, v. 47, p.241-250, 2015.

WASSAL, A.R.A.; SALLES, M.R.R. Cidades e praças: ambivalência da hospitalidade em espaços públicos. *Rosa dos Ventos*, v. 11, n.2, p.386-399, 2019.

WASSLER, P.; SCHUCKERT, M.; HUNG, K.; PETRICK, J.F. You're welcome? Hong Kong's attitude towards the individual visit scheme. *International Journal of Tourism Research*, v. 20, n.5, p.637-649, 2018.

WILLIAMS, J.; LAWSON, R. Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, v. 28, n.02, p.269-290, 2001.

WISE, N.A.; MULEC, J.; ARIMENSKI, T. Towards a new local tourism economy: understanding sense of community, social impacts and potential enterprise opportunities in Podgrade Bac Vojvodina, Serbia. *Local Economov*, v. 32, n.7, p.1-30, 2017.

WOOD, R.C. Food Production and service systems theory. In: Brotherton, B. & Wood, R.C. *The sage handbook of Hospitality Management*. Sage, 2008, pp.443-459.

WOOSNAM, K.M. Using emotional solidarity to explain resident's attitudes about tourism and tourism development. *Journal of Travel Research*, v. 51, n.3, p.315-327, 2012.

YAZIGI, E. *A alma do lugar*. Turismo, planejamento e cotidiano. São Paulo: Contexto, 2001.

YOUNG, G. *Tourism: Blessing or Blight?* Great Britain: Penguin Books, 1973.

ZAIDAN, E.; KOVACS, J.F. Resident attitudes towards tourists and tourism growth: a case study from the middle east, Dubai in United Arab Emirates. *European Journal of Sustainable Development*, v.6, n.1, p.291-307, 2017.

ZHANG, H.; FU, X.; CAI, L.A.; LU, L. Destination image and tourist loyalty: a meta-analysis. *Tourism Management*. v.40, 2014, pp. 213-223

APÊNDICE

A – QUESTIONÁRIO

Critério de exclusão: é residente em Campos do Jordão?

Sim (prossigue com a pesquisa)

Não (término da pesquisa)

Objetivo da pesquisa: compreender como as relações de hospitalidade são percebidas pela comunidade anfitriã de uma cidade turística, tendo como objeto a cidade de Campos do Jordão (SP)

Seção 01: Características populacionais e demográficas

1. Sexo:

Feminino Masculino Não declarado

2. Idade:

entre 15 e 25 anos Entre 26 e 36 anos Entre 37 e 47 anos

entre 48 e 58 anos Entre 59 e 69 anos Entre 70 e 79 anos

3. Estado Civil:

Casado Solteiro Divorciado/Separado Outros: _____

4. Até que série você estudou:

Fundamental Médio Superior Outros: _____

5. Local de nascimento: _____

6. Se não nasceu em Campos do Jordão, há quanto tempo mora na cidade?

Menos de 1 ano Entre 1.1 e 3 anos Entre 3.1 e 5 anos Mais de 5.1 anos

7. Em qual bairro você mora? _____

8. Qual é a sua área de trabalho? _____

8a. Como você considera a relação do seu trabalho com o turismo?

Intensa relação Alguma relação Nenhuma relação

9. Qual é a área de trabalho da sua família?

9a. Como você considera a relação do trabalho deles com o turismo?

Intensa relação Alguma relação Nenhuma relação

Seção 02: Percepções da Comunidade em relação à Campos do Jordão

01. Eu me sinto orgulhoso morando em Campos do Jordão

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

02. Se eu tivesse que mudar de Campos do Jordão, em ficaria chateado em ir embora

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

03. Quando eu estou longe, sinto falta de Campos do Jordão

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

04. Eu tenho ótimas memórias em Campos do Jordão

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

05. Considero Campos do Jordão uma excelente cidade para morar

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

06. Considero que a cidade de Campos do Jordão oferece uma boa infraestrutura aos seus moradores

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

07. O jordanense tem um grande cuidado pela cidade

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

08. Eu me sinto responsável pela cidade e pela sua melhoria

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

09. Eu participo sobre as decisões políticas sobre a minha cidade

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

10. Sinto-me confortável em visitar os espaços turísticos da cidade

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

Seção 03: Percepções da Comunidade em relação ao turismo em Campos do Jordão

01. Eu apoio o turismo, pois este tem um papel essencial na cidade

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

02. O turismo ainda é uma grande promessa para o futuro da cidade

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

03. O desenvolvimento do turismo encoraja o meu sentimento de orgulho pela cidade

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

04. Eu gosto da imagem veiculada para o turista sobre a minha cidade

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

05. Eu sinto que eu me benefico com o turismo

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

06. Eu acredito que a comunidade local se beneficia com o turismo

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

07. A comunidade local está sendo explorada pelo turismo

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

08. O turismo alterou o estilo de vida do jordanense

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

09. A cidade transmite uma sensação de acolhimento

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

10. Como você se sente em relação ao volume de turistas visitando a sua cidade?

Deveria diminuir consideravelmente Deveria diminuir indiferente

Deveria aumentar Deveria aumentar consideravelmente

11. Qual é a sua opinião geral sobre o turismo em Campos do Jordão?

Totalmente contra Contra indiferente À favor Totalmente à favor

Seção 04: Percepções da Comunidade em relação ao turista em Campos do Jordão

01. Que tipo de relação você tem com os turistas

Contato constante Algum contato Nenhum contato

02. Quais são os seus sentimentos em relação à presença de turistas em Campos do Jordão?

Totalmente contra Contra indiferente À favor Totalmente à favor

03. Você acha que os turistas são diferentes das pessoas de Campos do Jordão?

Muito diferentes Diferentes indiferente Parecidas Muito parecidas

04. Eu estou feliz e orgulhoso em ver turistas em Campos do Jordão

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

05. Os turistas são valiosos

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

06. Os turistas são um fardo para os serviços da cidade

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

07. Eu me sinto próximo aos turistas que eu conheço

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

08. Minha interação com os turistas é positiva

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

09. Eu gosto de interagir com os turistas

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

10. Eu tenho amizade com os turistas

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

11. Eu trato bem os turistas

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

12. Eu faço questão de tratar bem os turistas

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

13. Eu acredito que o turista voltará se eu tratá-lo bem

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

14. Campos do Jordão é uma cidade hospitaleira

Discordo totalmente Discordo indiferente Concordo Concordo totalmente

B – PERGUNTAS NORTEADORAS DO GRUPO FOCAL

Tipo de Pergunta	Nº	Pergunta
Não estruturada	1	O que você pensa sobre o turismo?
	2	O que você pensa quando a temporada de turismo se aproxima?
	3	Quais pensamentos passam pela sua cabeça quando alguém o aborda para pedir informações?
	4	Como você considera a imagem veiculada de Campos do Jordão?
Estruturada	1	Como você acha que o jordanense se beneficia com o turismo?
	2	Para você, há diferença entre o turista que pernoita na cidade e o que passa o dia?
	3	Quais as mudanças que o turismo provocou no estilo de vida do jordanense e no processo empregatício?
	4	Um acolhimento ao turista ocorre, mas há um acolhimento ao morador?
Genérica* (podem sofrer alterações se precisar ir em busca de uma convergência nas respostas)		<p>Como você se sente como morador da cidade?</p> <p>Você se sente como parte integrante do turismo na cidade?</p> <p>Quais locais da cidade costumam ser visitados por você?</p> <p>O que você entende por hospitalidade?</p>

C – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Dados de identificação

Título do Projeto: Hospitalidade em cidades turísticas: pertencimento e acolhimento do anfitrião-residente em Campos do Jordão (SP)

Pesquisador Responsável e executor da pesquisa: Bruna de Castro Mendes Telefone (19) 997167819 e-mail mendesbruna@hotmail.com

Instituição a que pertence o Pesquisador Responsável: Universidade Anhembi Morumbi (UAM)

O(A) Sr.(a) está sendo convidado(a) a participar, de forma autônoma, consciente, livre e esclarecido, do projeto de pesquisa que tem como título “Um sistema de Hospitalidade para cidades turísticas: Campos do Jordão -SP”, de responsabilidade da pesquisadora Bruna de Castro Mendes. Este estudo tem por objetivo compreender como as relações de hospitalidade são percebidas pela comunidade de uma cidade turística. Esperamos com esta pesquisa contribuir para uma melhor compreensão dos impactos do turismo para e nas comunidades locais, possibilitando desenvolver ações sociais e/ou educacionais que incentivem a participação popular nas decisões sobre a política turística da cidade.

Sua participação consistirá em interagir com outros participantes em um processo de entrevista, com duração média de 01h30, com gravação de áudio em MP3 e imagens, em local neutro. As informações obtidas serão transcritas, interpretadas e analisadas pela pesquisadora.

O (A) Sr.(a) ao aceitar participar da pesquisa deverá:

1. Rubricar todas as páginas (duas) deste termo (Resolução CNS nº 466 de 2012, item IV.5ed.)
2. Retirar a sua versão do termo (termo elaborado em duas vias, assinadas pelo Sr.(a) e pelo pesquisador; uma versão assinada fica com o pesquisador e a outra com o participante).

Durante sua participação pode ocorrer desconforto, ansiedade e/ou constrangimento quanto ao processo de resposta das perguntas, ficando o Sr.(a) com receio de esclarecer o aspecto solicitado. Para minimizar essa possibilidade, realizaremos a entrevista de maneira tranquila, atenciosa e calma, em que o(a) Sr.(a) poderá solicitar rever a gravação de suas declarações e caso julgue necessário, recusar ou solicitar a retirada da resposta à questão. Entretanto, cabe esclarecer que garantimos o sigilo e confidencialidade de suas informações, sendo que a qualquer momento, você pode parar de responder e se retirar da pesquisa, sem constrangimentos, penalidades ou qualquer prejuízo a sua pessoa.

No caso de eventual dano, imediato ou tardio, decorrente desta pesquisa ou gastos, você tem direito de ser indenizado pelo pesquisador, bem como ter assistência gratuita, integral e imediata. Vale salientar que esta pesquisa não onera os planos de saúde, SUS, ou o próprio participante da pesquisa. Em caso de eventuais danos, o participante tem o direito de buscar indenizações diante de eventuais danos decorrentes da pesquisa (Resolução CNS nº 466 de 2012, item IV.3.h).

Sempre que desejar, poderá entrar em contato para obter informações sobre este projeto de pesquisa, sobre sua participação ou outros assuntos relacionados à pesquisa, com a pesquisadora, pelo Telefone/ Whatsapp (19) 997167819 ou mendesbruna@hotmail.com. Também pode entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Anhembi Morumbi (CEP-UAM), corresponsável por garantir e zelar pelos seus direitos como participante, pelo telefone (11) 2790-4658, pelo e-mail cep@anhembi.br ou pessoalmente na Rua Dr. Almeida Lima, 1.134, 02º andar, sala 207 Mooca, São Paulo (SP)

Este projeto foi aprovado pelo CEP-UAM sob o número 4.250.199.

Lembre-se que este termo está elaborado em duas vias, assinadas, ao seu término, pelo participante da pesquisa e pelo pesquisador, sendo uma das vias entregue ao participante.

Eu, _____,
RG/ CPF _____, fui informado e concordo em participar, voluntariamente, do projeto de pesquisa “Hospitalidade em cidades turísticas: pertencimento e acolhimento do anfitrião-residente em Campos do Jordão (SP)” descrito acima, como sujeito. Fui devidamente informado e esclarecido pela pesquisadora Bruna de Castro Mendes sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isso leve à qualquer penalidade.

Local e Data: _____

Nome e assinatura do sujeito: _____

Nome e assinatura do pesquisador: _____

D - RESUMO DA SEÇÃO 2 DO QUESTIONÁRIO

Estatísticas descritivas

	N	Mínimo	Máximo	Moda	Desvio Padrão
Q1.S2	480	1,00	5,00	4	,80118
Q2.S2	480	1,00	5,00	4	1,22425
Q3.S2	480	1,00	5,00	4	1,04340
Q4.S2	480	1,00	5,00	4	,66480
Q5.S2	480	1,00	5,00	4	,94346
Q6.S2	480	1,00	5,00	2	1,01788
Q7.S2	480	1,00	5,00	2	,90462
Q8.S2	480	1,00	5,00	4	,76887
Q9.S2	480	1,00	5,00	4	1,15068
Q10.S2	480	1,00	5,00	4	,97022
N válido (de lista)	480				

Resultados da Seção 02

Q.	DT	D	I	C	CT	TOTAL
1	4	23	36	267	150	480
2	25	112	47	184	112	480
3	14	69	47	246	104	480
4	2	11	19	293	155	480
5	6	54	44	258	118	480
6	42	221	89	116	12	480
7	36	260	94	85	5	480
8	2	49	43	339	47	480
9	55	165	61	180	19	480
10	11	73	53	278	65	480

Q1_S2

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	4	,8	,8	,8
	DIS	23	4,8	4,8	5,6
	IND	36	7,5	7,5	13,1
	COM	267	55,6	55,6	68,6
	CT	150	31,3	31,3	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q2_S2

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	25	5,2	5,2	5,2
	DIS	112	23,3	23,3	25,5
	IND	47	9,8	9,8	38,3
	COM	184	38,3	38,3	76,7
	CT	112	23,3	23,3	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q3_S2

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	14	2,9	2,9	2,9
	DIS	69	14,4	14,4	17,3
	IND	47	9,8	9,8	27,1

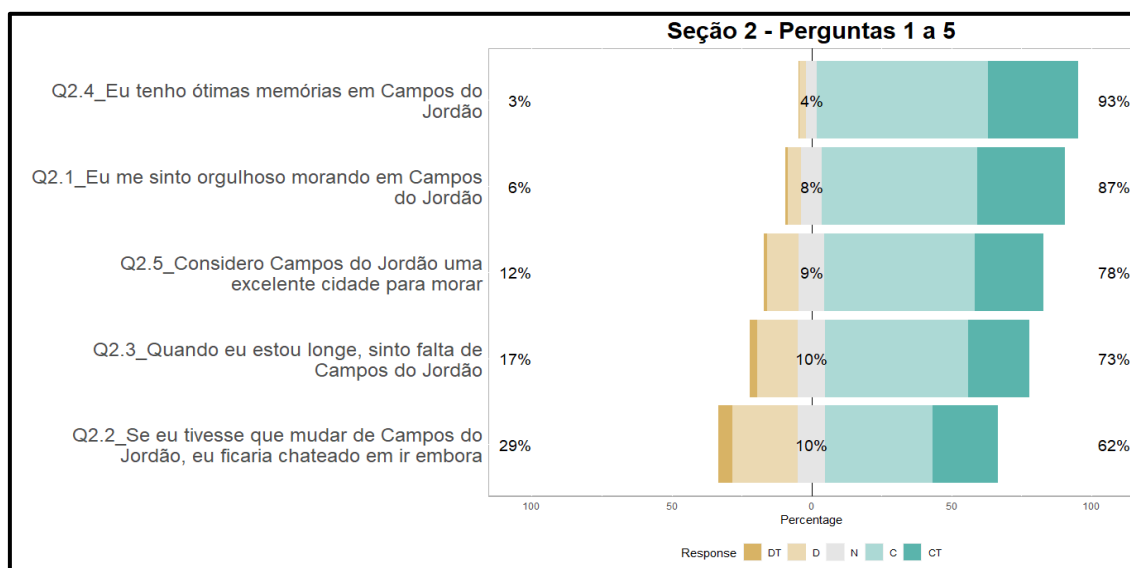
	COM	246	51,2	51,2	78,3
	CT	104	21,7	21,7	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q4_S2

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	2	,4	,4	,4
	DIS	11	2,3	2,3	2,7
	IND	19	4,0	4,0	6,7
	COM	293	61,0	61,0	67,7
	CT	155	32,3	32,3	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q5_S2

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	6	1,3	1,3	1,3
	DIS	54	11,3	11,3	12,5
	IND	44	9,2	9,2	21,7
	COM	258	53,8	53,8	75,4
	CT	118	24,6	24,6	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

**Q6_S2**

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	42	8,8	8,8	8,8
	DIS	221	46,0	46,0	54,8
	IND	89	18,5	18,5	73,3
	COM	116	24,2	24,2	97,5
	CT	12	2,5	2,5	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q7_S2

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	36	7,5	7,5	7,5
	DIS	260	54,2	54,2	61,7
	IND	94	19,6	19,6	81,3

	COM	85	17,7	17,7	99,0
	CT	5	1,0	1,0	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q8_S2

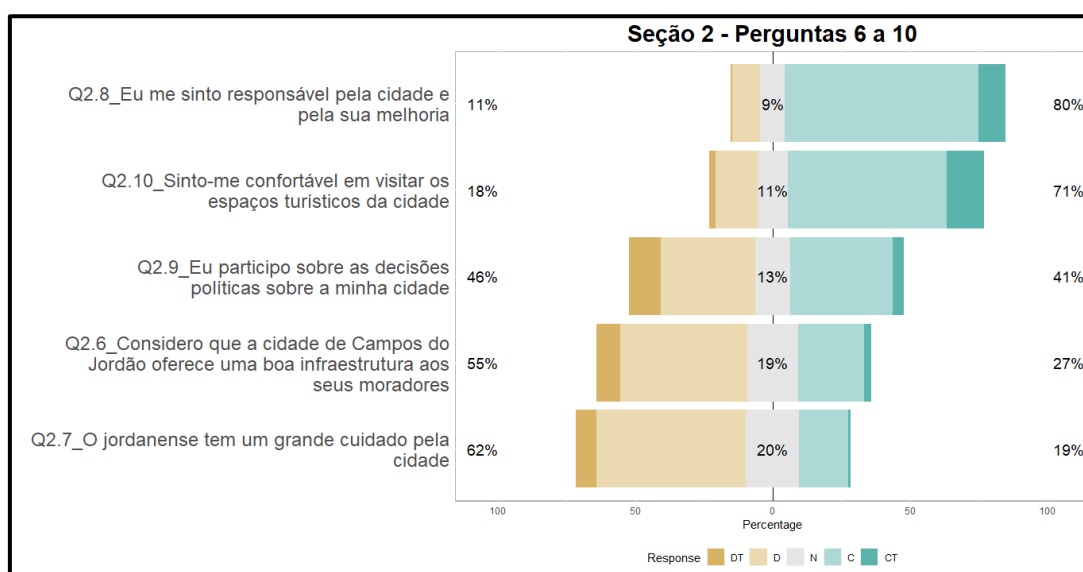
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	2	,4	,4	,4
	DIS	49	10,2	10,2	10,6
	IND	43	9,0	9,0	19,6
	COM	339	70,6	70,6	90,2
	CT	47	9,8	9,8	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q9_S2

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	55	11,5	11,5	11,5
	DIS	165	34,4	34,4	45,8
	IND	61	12,7	12,7	58,5
	COM	180	37,5	37,5	96,0
	CT	19	4,0	4,0	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q10_S2

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	11	2,3	2,3	2,3
	DIS	73	15,2	15,2	17,5
	IND	53	11,0	11,0	28,5
	COM	278	57,9	57,9	86,5
	CT	65	13,5	13,5	100,0
	Total	480	100,0	100,0	



E – RESUMO DA SEÇÃO 3 DO QUESTIONÁRIO

Estatísticas descritivas

	N	Mínimo	Máximo	Moda	Desvio Padrão
Q1_S3	480	2	5	4	,611
Q2_S3	480	1	5	4	,757
Q3_S3	480	2	5	4	,945
Q4_S3	480	1	5	4	,903
Q5_S3	480	1	5	4	,898
Q6_S3	480	1	5	4	,826
Q7_S3	480	1	5	4	1,142
Q8_S3	480	1	5	4	,957
Q9_S3	480	1	5	4	,935
Q10_S3	480	1	5	4	,905
Q11_S3	480	1	5	4	,590

Resultados da Seção 3

Q.	DT	D	I	C	CT	TOTAL
1	0	9	11	282	178	480
2	2	23	14	265	176	480
3	0	68	45	248	119	480
4	8	52	48	291	81	480
5	8	38	30	272	132	480
6	8	27	22	297	126	480
7	30	144	78	180	48	480
8	8	55	69	248	100	480
9	11	54	36	294	85	480
10*	16	31	69	287	77	480
11*	3	3	13	319	142	480

* Escala likert diferenciada

Q1_S3

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	0	0	0	0
	DIS	9	1,9	1,9	1,9
	IND	11	2,3	2,3	4,2
	COM	282	58,8	58,8	62,9
	CT	178	37,1	37,1	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q2_S3

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	2	,4	,4	,4
	DIS	23	4,8	4,8	5,2
	IND	14	2,9	2,9	8,1
	COM	265	55,2	55,2	63,3
	CT	176	36,7	36,7	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q3_S3

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	0	0	0	0
	DIS	68	14,2	14,2	14,2
	IND	45	9,4	9,4	23,5
	COM	248	51,7	51,7	75,2
	CT	119	24,8	24,8	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q4_S3

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	8	1,7	1,7	1,7
	DIS	52	10,8	10,8	12,5
	IND	48	10,0	10,0	22,5
	COM	291	60,6	60,6	83,1
	CT	81	16,9	16,9	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q5_S3

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	8	1,7	1,7	1,7
	DIS	38	7,9	7,9	9,6
	IND	30	6,3	6,3	15,8
	COM	272	56,7	56,7	72,5
	CT	132	27,5	27,5	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q6_S3

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	8	1,7	1,7	1,7
	DIS	27	5,6	5,6	7,3
	IND	22	4,6	4,6	11,9
	COM	297	61,9	61,9	73,8
	CT	126	26,3	26,3	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q7_S3

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	30	6,3	6,3	6,3
	DIS	144	30,0	30,0	36,3
	IND	78	16,3	16,3	52,5
	COM	180	37,5	37,5	90,0
	CT	48	10,0	10,0	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

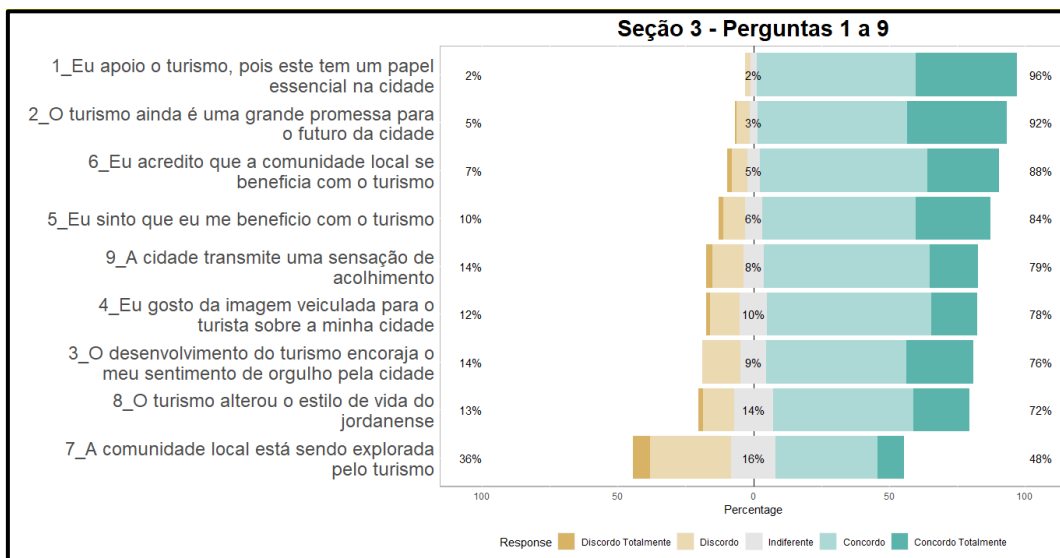
Q8_S3

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	8	1,7	1,7	1,7
	DIS	55	11,5	11,5	13,1
	IND	69	14,4	14,4	27,5
	COM	248	51,7	51,7	79,2
	CT	100	20,8	20,8	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

	Total	480	100,0	100,0
--	-------	-----	-------	-------

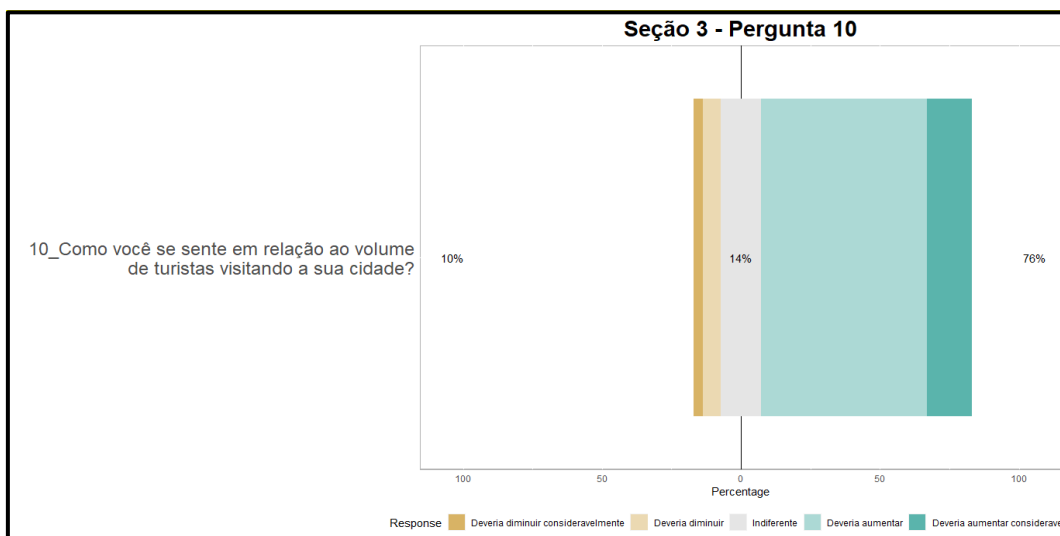
Q9_S3

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	11	2,3	2,3	2,3
	DIS	54	11,3	11,3	13,5
	IND	36	7,5	7,5	21,0
	COM	294	61,3	61,3	82,3
	CT	85	17,7	17,7	100,0
	Total	480	100,0	100,0	



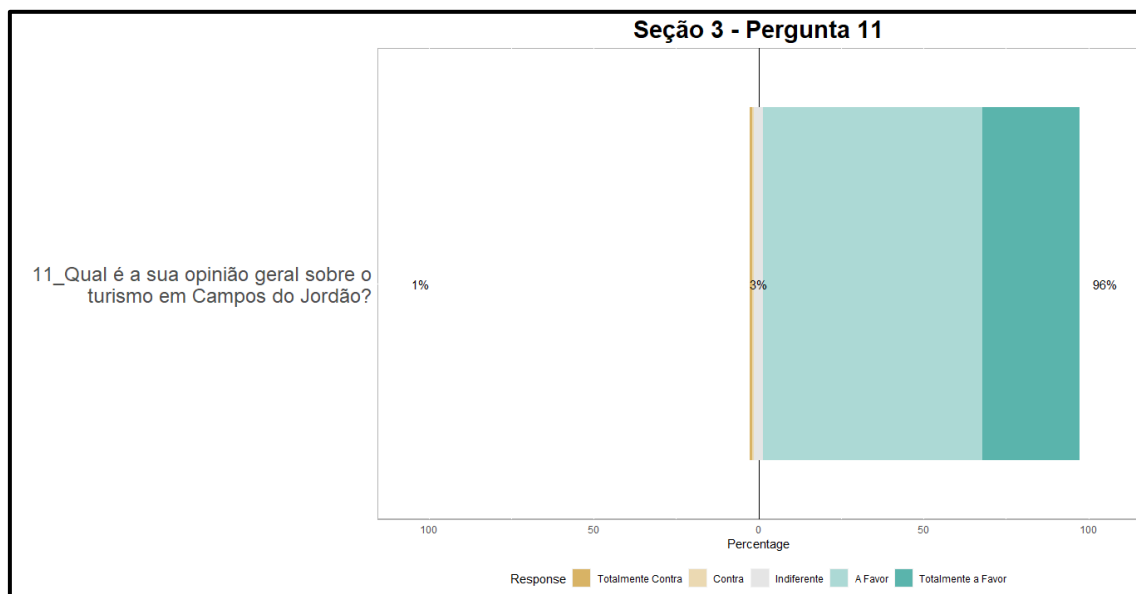
Q10_S3

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	16	3,3	3,3	3,3
	DIS	31	6,5	6,5	9,8
	IND	69	14,4	14,4	24,2
	COM	287	59,8	59,8	84,0
	CT	77	16,0	16,0	100,0
	Total	480	100,0	100,0	



Q11_S3

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	3	,6	,6	,6
	DIS	3	,6	,6	1,3
	IND	13	2,7	2,7	4,0
	COM	319	66,5	66,5	70,4
	CT	142	29,6	29,6	100,0
	Total	480	100,0	100,0	



F – RESUMO DA SEÇÃO 4 DO QUESTIONÁRIO

Estatísticas descritivas

	N	Mínimo	Máximo	Moda	Desvio Padrão
Q1_S4	480	1	3	1	,711
Q2_S4	480	1	5	4	,600
Q3_S4	480	1	5	2	1,055
Q4_S4	480	1	5	4	,613
Q5_S4	480	2	5	4	,689
Q6_S4	480	1	5	2	1,074
Q7_S4	480	1	5	4	,907
Q8_S4	480	1	5	4	,693
Q9_S4	480	1	5	4	,823
Q10_S4	480	1	5	4	,942
Q11_S4	480	2	5	4	,618
Q12_S4	480	2	5	4	,649
Q13_S4	480	2	5	5	,665
Q14_S4	480	1	5	4	,862

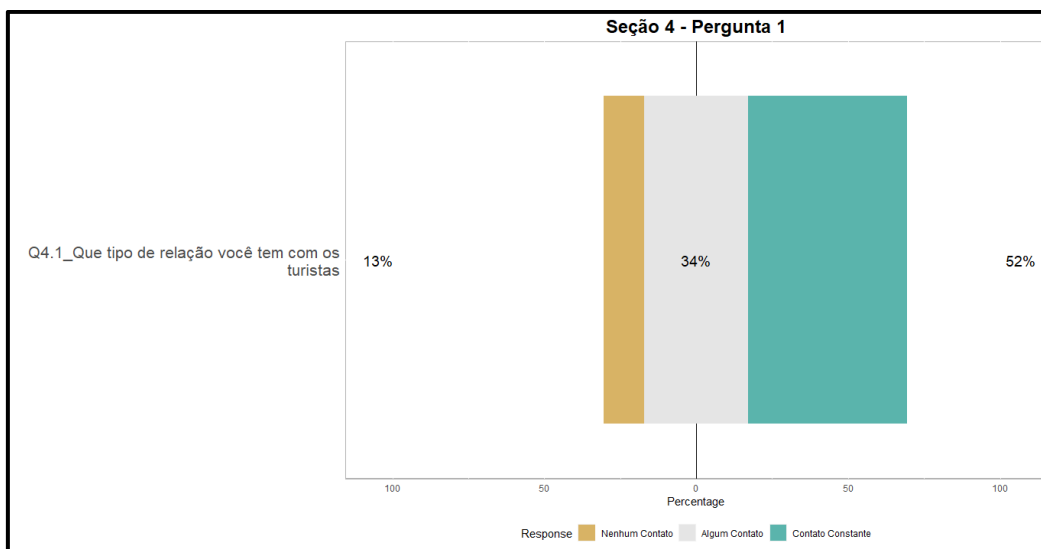
Resultados da Seção 4

Q.	DT	D	I	C	CT	TOTAL
1*	-----	-----	251	165	64	480
2*	1	4	35	314	126	480
3*	166	203	47	51	13	480
4	2	6	36	328	108	480
5	0	21	31	312	116	480
6	100	222	51	100	7	480
7	6	72	75	277	50	480
8	2	22	42	332	82	480
9	3	40	50	295	92	480
10	5	76	62	269	68	480
11	0	8	16	275	181	480
12	0	7	25	240	208	480
13	0	12	11	215	242	480
14	6	32	23	263	156	480

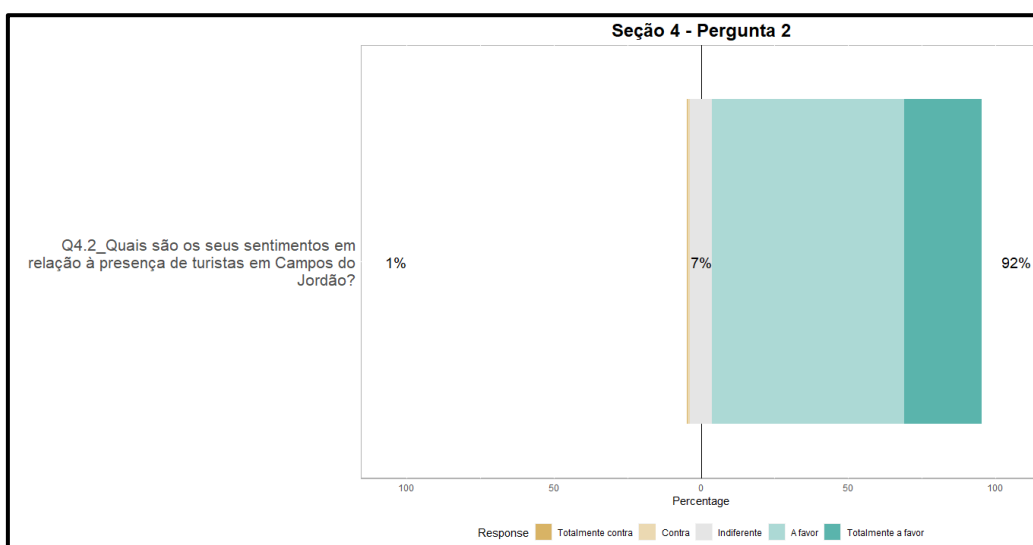
* Escala likert diferenciada

Q1_S4

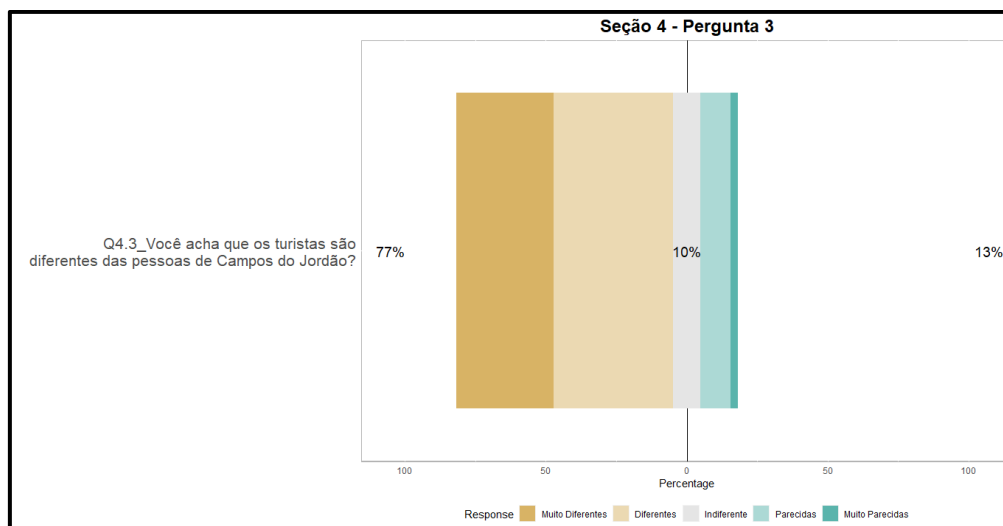
		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	CC	251	52,3	52,3	52,3
	AC	165	34,4	34,4	86,7
	NC	64	13,3	13,3	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

**Q2_S4**

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	TC	1	,2	,2	,2
	COM	4	,8	,8	1,0
	IND	35	7,3	7,3	8,3
	AF	314	65,4	65,4	73,8
	TAF	126	26,3	26,3	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

**Q3_S4**

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	MD	166	34,6	34,6	34,6
	DIF	203	42,3	42,3	76,9
	IND	47	9,8	9,8	86,7
	PAR	51	10,6	10,6	97,3
	MP	13	2,7	2,7	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

**Q4_S4**

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	2	,4	,4	,4
	DIS	6	1,3	1,3	1,7
	IND	36	7,5	7,5	9,2
	COM	328	68,3	68,3	77,5
	CT	108	22,5	22,5	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q5_S4

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	0	0	0	0
	DIS	21	4,4	4,4	4,4
	IND	31	6,5	6,5	10,8
	COM	312	65,0	65,0	75,8
	CT	116	24,2	24,2	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q6_S4

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	100	20,8	20,8	20,8
	DIS	222	46,3	46,3	67,1
	IND	51	10,6	10,6	77,7
	COM	100	20,8	20,8	98,5
	CT	7	1,5	1,5	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q7_S4

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	6	1,3	1,3	1,3
	DIS	72	15,0	15,0	16,3
	IND	75	15,6	15,6	31,9
	COM	277	57,7	57,7	89,6
	CT	50	10,4	10,4	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q8_S4

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	2	,4	,4	,4
	DIS	22	4,6	4,6	5,0
	IND	42	8,8	8,8	13,8
	COM	332	69,2	69,2	82,9
	CT	82	17,1	17,1	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q9_S4

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	3	,6	,6	,6
	DIS	40	8,3	8,3	9,0
	IND	50	10,4	10,4	19,4
	COM	295	61,5	61,5	80,8
	CT	92	19,2	19,2	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q10_S4

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	5	1,0	1,0	1,0
	DIS	76	15,8	15,8	16,9
	IND	62	12,9	12,9	29,8
	COM	269	56,0	56,0	85,8
	CT	68	14,2	14,2	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q11_S4

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	0	0	0	0
	DIS	8	1,7	1,7	1,7
	IND	16	3,3	3,3	5,0
	COM	275	57,3	57,3	62,3
	CT	181	37,7	37,7	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

Q12_S4

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	0	0	0	0
	DIS	7	1,5	1,5	1,5
	IND	25	5,2	5,2	6,7
	COM	240	50,0	50,0	56,7
	CT	208	43,3	43,3	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

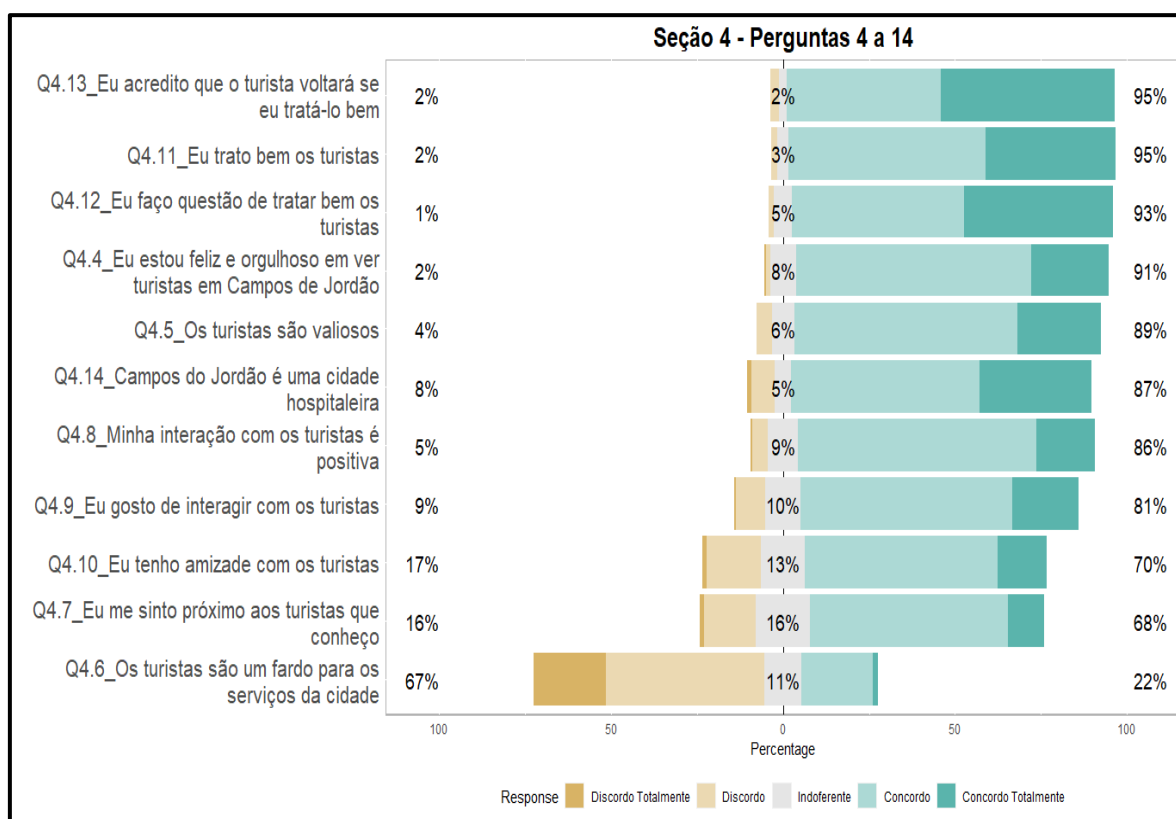
Q13_S4

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	0	0	0	0
	DIS	12	2,5	2,5	2,5
	IND	11	2,3	2,3	4,8
	COM	215	44,8	44,8	49,6
	CT	242	50,4	50,4	100,0

	Total	480	100,0	100,0
--	-------	-----	-------	-------

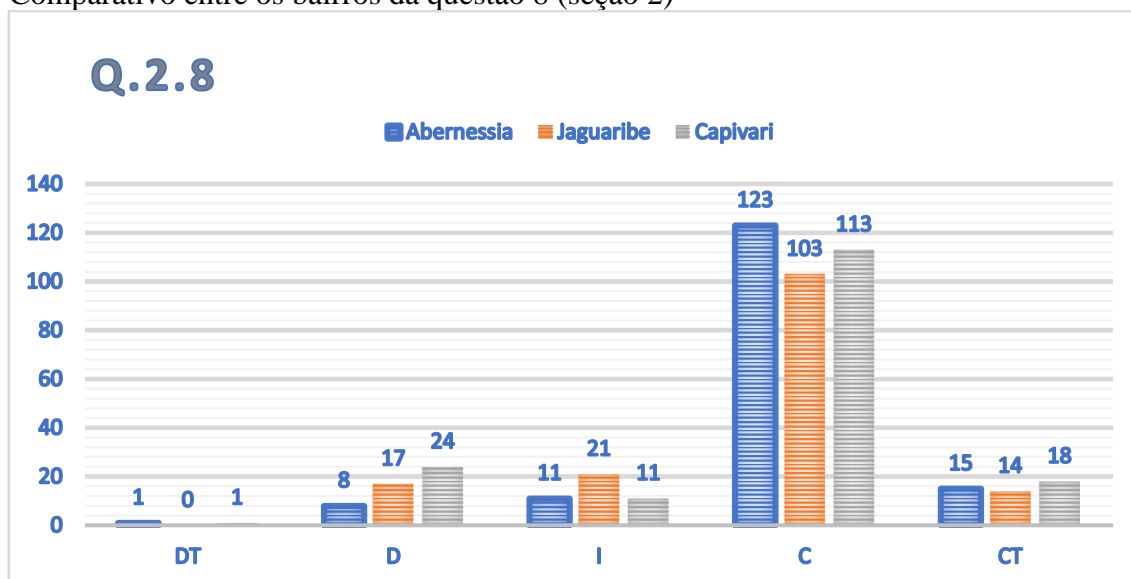
Q14_S4

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem Válida	Porcentagem acumulativa
Válido	DT	6	1,3	1,3	1,3
	DIS	32	6,7	6,7	7,9
	IND	23	4,8	4,8	12,7
	COM	263	54,8	54,8	67,5
	CT	156	32,5	32,5	100,0
	Total	480	100,0	100,0	

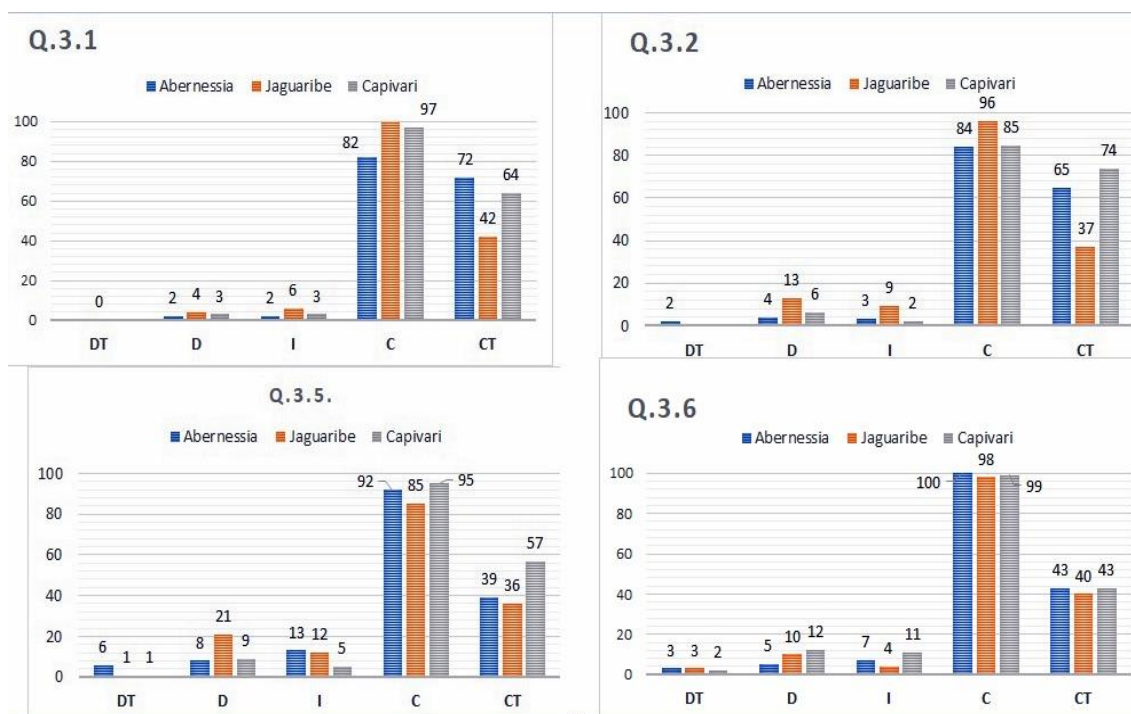


G – COMPARATIVO ENTRE OS BAIRROS (ABERNÉSSIA, JAGUARIBE, CAPIVARI)

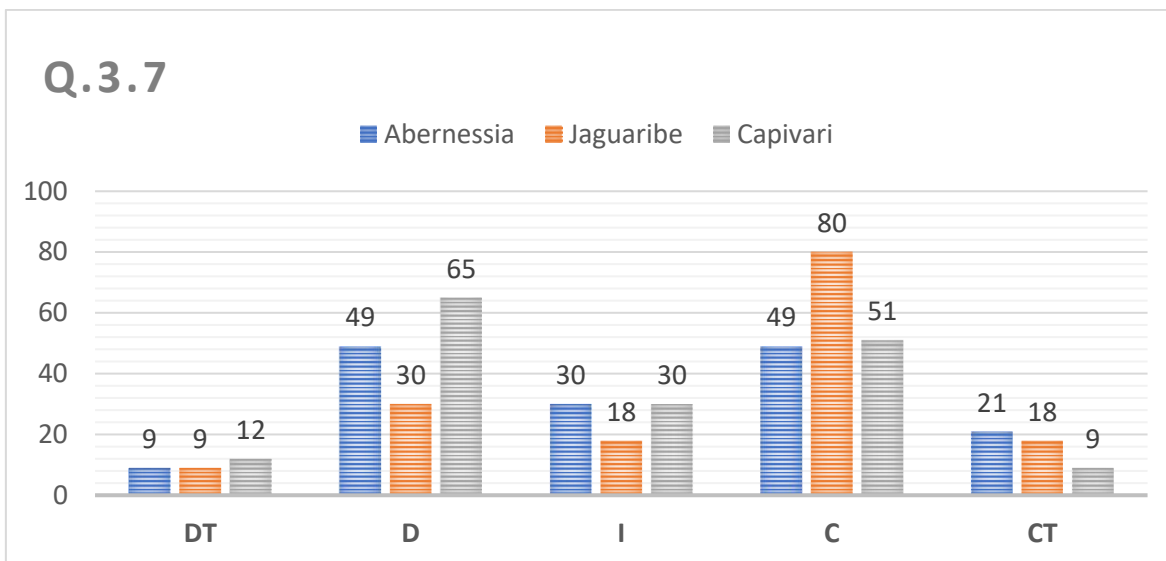
Comparativo entre os bairros da questão 8 (seção 2)



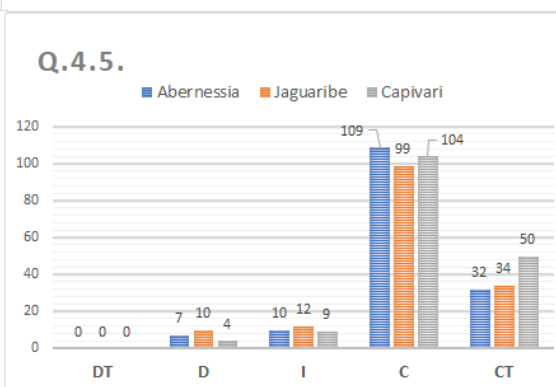
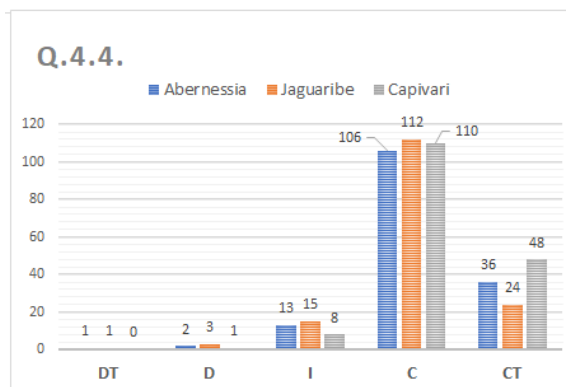
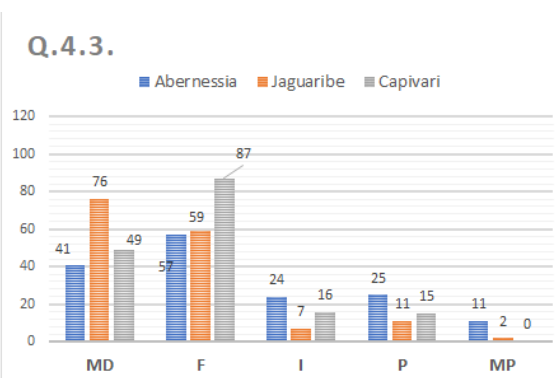
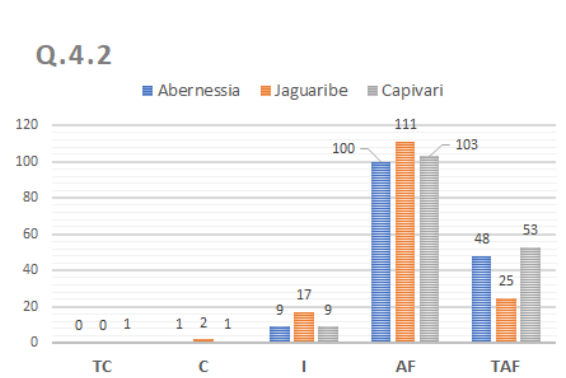
Comparativo entre os bairros da questão 1, 2, 5 e 6 (seção 3)



Comparativo entre os bairros da questão 7 (seção 3)



Comparativo entre os bairros da questão 2, 3, 4 e 5 (seção 4)



H – TRANSCRIÇÃO DO GRUPO FOCAL A

Participante 01 = mulher, entre 37 e 47 anos, solteira, curso médio completo. Nascida em Ingá (Paraíba), mora há mais de 5 anos em CJO, na Vila Santo Antônio. Sua atuação profissional é hotelaria, indicando ter intensa relação com o turismo

Participante 02 = mulher, entre 37 e 47 anos, divorciada, curso médio completo. Nascida em CJO, no Jardim Nova Suíça. Sua atuação profissional é o funcionalismo público, indicando ter alguma relação com o turismo

Participante 03 = mulher, entre 15 e 25 anos, solteira, curso superior completo. Nascida em CJO, na Vila Sodipe. Sua atuação profissional é turismo de aventura, indicando ter intensa relação com o turismo

Participante 04 = homem, entre 48 e 58 anos, divorciado, curso superior completo. Nascido em CJO, na Vila Paulista. Sua atuação profissional é restauração, indicando ter intensa relação com o turismo

Participante 05 = mulher, entre 15 e 25 anos, solteira, curso superior completo. Nascida em CJO, na Vila Inglesa. Atualmente está sem ocupação profissional.

Participante 06 = mulher, entre 15 e 25 anos, solteira, curso superior completo. Nascida em CJO, no Jardim Márcia. Sua atuação profissional é administração/design, indicando ter alguma relação com o turismo

Participante 07 = homem, entre 15 e 24 anos, solteiro, curso médio completo. Nascido em CJO, na Vila Inglesa. Sua atuação profissional é eventos, indicando ter intensa relação com o turismo

Participante 08 = mulher, entre 15 e 25 anos, solteira, curso médio completo. Nascida em CJO, no Jardim Márcia. Atualmente está sem ocupação profissional.

Participante 09 = mulher, entre 37 e 47 anos, solteira, curso médio completo. Nascida em CJO, no Jardim Nova Suíça. Sua atuação profissional é hotelaria, indicando ter intensa relação com o turismo

TRANSCRIÇÃO 1 – GFA (01:29:23)

Sra. Bruna Mendes: — Boa tarde! Apesar de já ter conversado.... Conversei rapidamente com alguns. Primeiro, obrigada por vocês terem comparecido. Como eu comentei nas mensagens, que eu liguei para vocês, eu estou no final do meu doutorado. A maioria de vocês já vem acompanhando desde as ideias preliminares e agora nós estamos nessa etapa de finalização, na qual eu preciso eu preciso fazer essa roda de conversa com vocês. Essa roda de conversa implicaria opinião, ou seja, não há resposta certa, não há resposta errada. Mesmo que um fale “A” e um outro fale “B” vocês, por favor, opinem, expressem essa diferença para mim. Está bom? É essa interação que é importante nessa roda de conversa, que a gente chama de Grupo Focal. Nessa prancheta que eu deixei aí para vocês, como eu pedi, para quem já escutou. Mas eu tenho um questionamento, perguntar se vocês querem ter

reembolso dos gastos que vocês tiveram para vir para cá ou para voltar, você pode colocar o valor e aí eu reembolso vocês, seja por depósito ou seja combinando um dia para entregar no valor correto. Está aí para você preencher a informação. O segundo é o perfil de vocês, que é algo simples de responder, está aí o modelo depois para análise. E por último é o termo que vocês assinam para dizer que vocês concordam com a participação de vocês nessa roda de conversa, que vocês entendem que vocês podem parar a participação em qualquer momento, se alguém não quer ser gravado é só avisar que a gente movimenta para fora. A roda foi feita para todo mundo ser pego aqui. Se você não quiser é só se movimentar para fora, tá? Lembrando que o nome de vocês não é divulgado, a imagem de vocês não é divulgada. Nós vamos tratar vocês por letras ou números, o que nos importa é apenas o geral da conversa que nós tivermos. Ok? O termo de consentimento tem duas versões, uma versão fica com vocês, nessa versão tem meu e-mail, tem meu telefone, tem o telefone do comitê de ética da instituição, tem o código do meu projeto no comitê de ética, caso vocês queiram fazer alguma denúncia ou algum problema. Também, tenho a responsabilidade, resolver quaisquer eventuais problemas que vocês tenham desde problemas psicológicos ou problemas físicos advindos dessa conversa. Ok? Tudo bem? Então, nós fizemos alguns ajustes para que nós pudéssemos atender a essa questão da pandemia. Então, aí tem um lanche individualizado para todos vocês. A única coisa que eu peço é que nesse momento vocês desliguem os celulares de vocês ou que coloquem em modo avião. Porque qualquer interrupção pode acabar com a metodologia inteira que a gente providenciou. Tá bom? Além dessa câmera que eu tenho aqui filmando vocês, eu tenho um celular em cada mesa e no fundo, que é apenas para facilitar o áudio, porque depois eu tenho que transcrever a nossa conversa para facilitar a análise. Ok? Podemos começar? Podemos? Ou o *Participante 4* aqui já recuperou o fôlego, que a *Participante 9* fez você correr? Sim? Você (*Participante 7*) fez o uber tomar quantas multas no caminho?

Participante 7: — Um monte.

Sra. Bruna Mendes: — Um monte? Então, está bom. Nossa dinâmica inicial será a seguinte. Como eu disse, a ideia é que vocês possam conversar e vocês possam emitir opinião. Nós tivemos que mudar a colocação das mesas, das cadeiras, em função da pandemia. Então, inicialmente eu vou fazer uma pergunta geral. Pode começar a responder quem quiser. Caso eu não tenha candidatos para começar, aí eu vou dando uma cutucada, para que a gente possa iniciar esse nosso bate papo. Certo? Então, vamos começar com a primeira, assim, já que a minha tese fala sobre o turismo, quando eu falo turismo para vocês, turismo em Campos do Jordão, o que vocês pensam? Qual é a primeira imagem ou a primeira frase ou a primeira palavra que vem à cabeça de vocês?

Participante 9: — Dinheiro!

Sra. Bruna Mendes: — Dinheiro?

Participante 7: — É a semelhança e comparação do [ininteligível– 05:42] termo Suíça brasileiro, que é bem comentado ainda.

Sra. Bruna Mendes: — Ah, isso é bastante

Participante 7: — Muito.

Sra. Bruna Mendes: — E na de vocês, o que que vem?

Participante 2: — [ininteligível– 05:54] com a pandemia hoje é a população, o aumento da preocupação.

Sra. Bruna Mendes: — A preocupação, quando você pensa nessa atividade hoje carrega preocupação.

Participante 9: — Eu acho que acontece, porque a gente está estagnando. Tipo assim, eu trabalho com turismo em uma pousada, hoje. A gente estava, quando voltou da pandemia, a gente estava nos fins de semana, quinta, sexta, sábado e domingo, cheios, praticamente cem por cento. E agora voltou a gente está dois apartamentos. Aí isso reflete o quê, a gente cobra, é opcional, uma taxa de serviço. A gente deixa bem claro para o hóspede no checkout que não é obrigatório. A maioria paga porque gosta do atendimento. E essa taxa é dividida igualmente entre todos os funcionários. Então, não tendo o hóspede não tem a taxa, isso reflete na qualidade de vida do funcionário. A gente está sentindo bastante, tem pessoas que estão precisando, porque se não tem turismo não tem renda, não tem progresso.

Participante 6: — Vou acrescentar. Uma atividade essencial na cidade hoje é o turismo ainda. Por mais que tenha a construção civil, tenha indústrias, ainda o forte da cidade é o turismo. Querendo ou não na pandemia a gente acaba sentindo isso, porque mesmo que venha um turista para a cidade hoje, que consiga ficar hospedado num hotel, ele não vai ter todos os atrativos que ele queria na cidade com um mesmo contexto de não-pandemia.

Sra. Bruna Mendes: — Mas e seu sentimento? Quando você pensa em turismo? O que que vem?

Participante 6: — Dinheiro também!

Sra. Bruna Mendes: — E você, Participante 1, também é da hotelaria?

Participante 1: — Para mim, assim, seria dinheiro e viagem. O turismo reflete muito em viagem.

Participante 3: — Para mim conta e não conta, mas assim, turismo para mim seria também, além de dinheiro, pernoite, também seria uma forma de status, porque as pessoas querem viajar para mostrar que têm. Então, também é isso. E também conhecimento, tem muitos que viajam para conhecimento, para saúde, por vários motivos.

Participante 9: — É troca de cultura.

Participante 3: — Religião.

Participante 4: — O turismo é um gerador de fonte de renda.

Sra. Bruna Mendes: — Para cá, né?

Participante 4: — Para cá. No nosso município é o único gerador de renda, é o único. Porque todos os demais serviços dependem do turismo. O comércio depende do turismo, o serviço público depende do turismo, é o único gerador de fonte de renda que a gente tem. Independente de ter construção civil e essas pequenas indústrias, todas giram em torno desse fator gerador do turismo. Então, quando o turismo está em alta nós temos um fator gerador mais importante ou quando o turismo está mais embaixo, diminui esse padrão de fator gerador, que é o principal fator gerador no nosso município. Não sei se é o caso das demais cidades.

Sra. Bruna Mendes: — E para vocês duas aí que estão olhando? Falo ou não falo, falo ou não falo. Para vocês, em termos pessoais, quando você pensa o turismo aqui na cidade, o que que vem?

Participante 8: — Trabalho.

Sra. Bruna Mendes: — Trabalho. E para você, que cresceu aqui também?

Participante 5: — Eu acredito em trabalho também. Porque quando [ininteligível-09:23] eu trabalhava. É intenso, a rotina.

Sra. Bruna Mendes: — No geral, o que é que a gente tem? Vocês destacaram bastante essa questão econômica, da movimentação econômica da cidade, criação de trabalhos e esse momento como preocupante, que a gente está passando chegando com esse grande feriadão que nós vamos ter aí. E a pandemia nos atrapalhando. Mas vamos tentar sair um pouquinho, vamos fazer de conta que a gente não está nesse momento da pandemia. Tá bom? Vamos pensar que a gente está aqui, tomando nossa cerveja, a gente está pensando o que vai acontecer daqui a alguns meses quando a temporada chega. Quando a gente começa a se aproximar da grande temporada em Campos do Jordão, junho, julho, agosto, qual a sensação que vem para vocês?

Participante 4: — É recuperar o que a gente perdeu. A sazonalidade é muito intensa. Então, nós dividimos nosso ano em pelo menos três: média, baixa e alta. A média é média, você sobrevive, a baixa você perde e na alta você tem que recuperar o prejuízo que você teve na baixa. Então, vamos dizer que se não tivesse pandemia a expectativa é nesses quatro meses de alta temporada, você recuperar os prejuízos que você adquiriu lá na baixa temporada e poder fazer um prognóstico para se manter o restante do período. Então, a sazonalidade tem que trabalhar diferente, você não consegue ter uma estabilidade dentro dos negócios ou até assalariado também, porque tem depende do que recebe para poder manter uma vida estável nos outros meses. Então, a chegada da temporada para nós é expectativa e recuperação.

Participante 7: — Pro funcionário, principalmente eu sempre trabalhei nessa área de reservas em pousadas e tudo mais em turismo, para a gente é busca de meta. Exatamente isso que ele falou, você precisa ter uma meta para você conseguir se manter o resto do ano. Porque na temporada você consegue um ganho de dinheiro, isso não tem dúvida, desde a menor pousada ao maior hotel de Campos, você tem um retorno muito grande. E desse dinheiro você tem que manter o resto do ano. Sabe?

As pousadas que eu trabalhava era basicamente isso, a gente tinha que ter uma meta para você recuperar aquele dinheiro de dezembro e janeiro, que já é baixa temporada e não tem tanto retorno assim.

Sra. Bruna Mendes: — Eu vou dar uma cutucada em vocês agora, para ver se a gente começa a sair um pouco. Vocês perceberam que todas as falas de vocês, e lógico que do Participante 4 eu consigo entender completamente, é empresarial. Se coloquem agora enquanto moradores de Campos do Jordão.

Participante 9: — Eu ia falar. Pensando como moradora, quando eu penso em temporada eu penso em caos. Não temos estrutura, a gente só tem duas avenidas praticamente, estruturalmente a gente está muito ruim.

Participante 2: — É o que está hoje.

Participante 9: — Quando eu penso em temporada eu penso em caos. Lógico, eu tento pensar no lado bom que é o dinheiro que, digamos, é o lucro que a gente busca, dinheiro. Mas por outro lado eu penso no caos, eu penso que eu tenho que sair, a pousada que eu trabalho é lá no Jardim Embaixador, e em alta temporada eu levo cinquenta minutos para chegar aqui na Vila Paulista. Então, eu perco qualidade de vida porque supermercado cheio, banco, caixa eletrônico a gente vai a tarde está cheio, supermercado, alguém precisa de um pronto socorro sempre tem um turista ou outro que [ininteligível- 13:49], então penso que nesse caso é também um transtorno.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 3, você riu quando ela estava....

Participante 6: — Eu concordo também. Como moradora eu acho que a cidade se transforma realmente num caos, porque a cidade não tem infraestrutura para atender a quantidade de turista que vem para a alta temporada. Querer trabalhar ruas e avenidas, a muvuca que fica o centro da cidade, não tem tanto investimento assim em estrutura para poder melhorar a questão da mobilidade urbana, tanto para o turista, que perde uma hora para ir da Abernóssia ao Capivari durante a temporada, e também para o morador que precisa se deslocar para trabalhar, que trabalha não só com o turismo, mas que trabalha em outras áreas acaba que ficando presa em trânsito, enfrentando problemas no mercado.

Participante 4: — Está aberto para discussão? Assim, eu não sei o que que eu posso falar para quem já vivenciou, o grande glamour da cidade é exatamente essa muvuca. Quando o turista vem pra cá ele quer a muvuca, ele quer ser visto.

Participante 9: — Não concordo.

Participante 4: — Mas é. Ele quer ser visto. Quando fechou o Capivari, o calçadão perdeu o glamour.

Sra. Bruna Mendes: — Você acha que ele quer passar pela muvuca desde o portal da cidade até o Capivari ou só no Capivari?

Participante 4: — Desde o portal não, mas na cidade ela é estrangulada. Não é que não temos infraestrutura, não há condições, não tem espaço físico para fazer essa mobilidade. Na verdade, é isso.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 8 e Participante 3, vocês discordaram na hora que ele falou da muvuca.

Participante 3: — É que, assim, eu trabalho num parque. No parque que eu trabalho a gente recebe em média 1.200 pessoas. Então, assim, eles tentam muito fugir do fluxo do Capivari. Então, eles se embananam todo quando eles chegam, não sei como, mas chega. E agente, assim, como morador a gente tem que de qualquer forma chegar antes deles, as vezes a gente chega e eles já estão esperando a gente na porta para entrar, e eles chegam. Então, muitos falam para a gente lá no parque que eles estão procurando uma experiência exclusiva, porque já veio mais de uma vez na cidade. Então, eles procuram mais coisas para fazer na cidade em si. Eles não querem ficar só lá no Capivari.

Participante 8: — Eu discordo no sentido da muvuca como um todo, porque, assim, alguém veio de São Paulo, que é uma muvuca constante. Então, você chega numa cidade você quer calma, de certa forma. E pegar um trânsito para chegar no ponto turístico e, geralmente, o centro turístico é... você pega um trânsito você se estressa no trânsito, que nem é tão grande assim, mas aí pensando como quem vem de fora para não pegar um trânsito, ele pega um trânsito, começa a se estressar. Se começar a curtir o passeio depois e, aí sim, uma muvuca de pessoas em movimentação, e ser um bonito restaurante, isso eu acho sim. Mas, agora, movimentação no trânsito, com todo estresse. E querendo ou não [ininteligível– 17:06].

Participante 4: — Mas não tem como você ter um muvucador de pessoas, que é o glamour do destino, se você não tem o trânsito chegando, você não consegue ter. Aquela muvuca do pessoal desfilando, vamos ser francos, estão desfilando, é proveniente porque o trânsito se atrapalhou também, você não consegue não ter. Agora quem quer tranquilidade, na baixa temporada

Falas simultâneas: — [ininteligível– 17:34]

Sra. Bruna Mendes: — Participante 7 e Participante 9 estavam tentando falar, já passo a palavra.

Participante 7: — Eu trabalho com isso, na questão financeira, o trânsito é preocupante sim porque no check in de alguém que pegou trânsito por causa da pousada que fica lá no Jardim Embaixador, vamos supor, o cara chega e ele tá pistola da vida e xinga o recepcionista, ele não quer saber porque está no trânsito, ele começa a descarregar, aí a criança chorou do portal até pousada, já acabou em um transtorno, ficou aquela imagem negativa total.

Participante 8: — [ininteligível– 18:08] desconta num funcionário, que acaba de descontar em outro funcionário, vira uma bola de neve.

Participante 9: — Eu vejo assim, pelo o que eu vejo, pelo o que eu pesquiso, eu pesquiso bastante, o glamour hoje está mudando o foco do que é glamour. Hoje o

pessoal está querendo um chalé no mato, está querendo uma casa na árvore, tá querendo contato com a natureza, está querendo mais tranquilidade tanto que o Airbnb está bombando. Você entra lá e o que tem de oferta de “não sei o quê no rancho”, “experiência no rancho”, “a casa na árvore”. Então, assim, eu acho que o glamour hoje está voltando nas raízes lá. Uma coisa mais simples, uma experiência de tomar vinho no meio do mato, de curtir o barulho do rio. E quando ele chega aqui e vê essa muvuca ele fica estressado. Lógico, não estou tirando, tem a parcela de quem quer o burburinho Capivari, que quer tirar foto e sentar no Baden, e tem quem quer ficar no mato, no meu caso eu quero ficar no mato. No meu caso eu ficaria no mato, curtindo as borboletas e os vagalumes.

Participante 7: — O trânsito não é causado só por carros, tem ônibus, tem uns trenzinhos, aí tem cavalo, tem de tudo. É horrível.

Participante 2: — Eu concordo. Eu como moradora, quando vai chegando nessa época eu me sinto assim uma formiguinha. Eu quero poder fazer a minha comprinha, pegar minhas coisas e eu vou para a roça, porque eu não quero estar nessa muvuca. A avó da minha filha mora no Alto do Capivari, numa pousada, e as vezes a minha filha fica lá. Então, se eu tenho que sair lá da minha casa para ir buscar ela ou eu sou piloto de fuga, porque tem umas saídas que a gente conhece, ou você não anda na cidade. E fica caro para a gente, porque eu tenho que andar por não sei aonde, no Alto da boa vista, para conseguir chegar em casa.

Falas simultâneas: — [ininteligível– 20:00]

Participante 2: — Desespero.

Participante 6: — Eu acho, assim, hoje a gente tem vários tipos de turista. Tem um turista que está procurando mais uma calma, mais aquela muvuca de Capivari. Só que querendo ou não eu acho que a questão da infraestrutura da cidade na questão do trânsito acaba atrapalhando tanto o turista que quer aquela muvuca lá de Capivari, aglomerar na Baden Baden, na praça, e acaba atrapalhando também aquele turista que está vindo só descansar e curtir. Porque ele acaba, querendo ou não, se estressando, porque mesmo que ele goste da muvuca e queira relaxar, trânsito é uma coisa estressante. Se ele vem com a família, vamos supor, para poder descansar, se a criança vem do portal até a pousada [ininteligível– 21:51], a criança vem chorando daqui até lá porque quer ir ao banheiro. E vai acabar descontando as vezes no funcionário, que acaba, não sei se é a palavra certa, acaba pegando até uma birra quando vai chegando essa época, “ai que saco, eu vou ter que atender aqueles turistas chato que vem aqui, fica infernizando, mês estressando”. Acho que tem isso também.

Participante 7: — Eu moro numa rua que é totalmente casa de veraneio. Então, transtorno não é só no trânsito, mas também quando eles resolvem dar festas. [ininteligível– 21:25]. No Corpus Christi....

Sra. Bruna Mendes: — Ou quando resolve passear com aquelas motos...

Participante 7: — Eu amo evento e me incomodo pra caramba, sabe. Passear naquela moto, eles fazem festas e festas, No Corpus Christi pode ser uns quatro dias de festa.

Sra. Bruna Mendes: — Surgiu uma curiosidade aqui. Quando começa chegar esse período da alta temporada vocês deixam de fazer alguma coisa que vocês usualmente fazem na baixa temporada.

Turma: — Sim.

Participante 9: — Andar de bicicleta.

Participante 1: — Eu na verdade estou tão focada no trabalho, que eu nem vejo muita muvuca. São meses que eu trabalho mais, recebo mais, e, assim, na cidade mesmo eu nem vejo muito.

Sra. Bruna Mendes: — Você acaba fazendo um trabalho...

Participante 1: — Eu dobro no serviço.

Participante 7: — A mão de obra nessa época, digamos, é tão “mal” valorizada, que a gente trabalha umas 16 horas por dia. Então, você não vê a muvuca, a muvuca que você vê geralmente você entra cedo, não vê muvuca, na hora de ir para casa você vê.

Participante 6: — As vezes você tem hora para entrar e não tem hora para sair.

Participante 7: — Não, não tem hora para sair de jeito nenhum.

Sra. Bruna Mendes: — A Participante 9 citou que ela deixa de andar de bicicleta. O Participante 4, quando eu perguntei, disse que deixa de fazer alguma coisa. O que você deixa?

Participante 4: — De ficar atoa. Eu deixo de ficar a toa.

[intervenções simultâneas]

Participante 1: — Geralmente, a folga. Você deixa de tirar folga

Participante 7: — Você deixa de compartilhar momentos simples.

Participante 2: — Mas até a nossa comodidade de ir ao supermercado aí já é tem que ir no horário que não tá movimento. Eu moro lá na entrada, igual a Participante 9, a gente é vizinha ali. Entrada da cidade, se você pegar entrou no trevo, esquece

Participante 7: — Eu moro lá no outro lado, sabe aquela ponte, da Ducha de Prata? Não passa

Participante 4: — E a gente que tem que fazer compra para atender ao turista?

[risos simultâneos]

Participante 4: — Na verdade é assim nós já conhecemos a cidade, sabemos a dificuldade, nós temos só quatro eventos num ano que trava o trânsito, são os dois feriados de páscoa, Corpus Christi, feriado de 9 de julho, que trava o trânsito. E o último final de semana de julho. Então, a gente conhece já tem um prognóstico que se faz. Então, assim, desculpa, mas a cidade precisa do turista, precisa . O que nós passamos nessa última década, esquece o último ano, esquece. Nós viemos subindo de 600 mil, 700 mil, um milhão e meio de turistas na temporada. Então, é recente, a cidade não está adaptada, é verdade. Mas por outro lado muitas pousadas e muitas hospedagens abriram, muitos restaurantes abriram. Então, a geração vem em cima do volume, senão você não tem um fator gerador. São 55 mil habitantes, se você não tiver um fator gerador de recursos como é que você mantém essa estrutura fora de época.

Sra. Bruna Mendes: — Eu vou segurar essa sua ideia, que nós vamos voltar nela daqui a pouquinho.

Participante 4: —Nesses quatro eventos, que são esses piores quatro dias de período de trânsito a gente tem que se programar, eu programo minhas compras, senão estou saindo no meio da muvuca, para fazer compra, que jeito. tem que saber também.

Sra. Bruna Mendes: — Vamos pensar nesse período aí que vocês estão na alta temporada, passando seja trabalhando muito ou por algum transtorno ou se divertindo com esse período. Quando você está andando na rua e o pessoal está parando para te pedir informações, qual é a primeira coisa que vem na cabeça de vocês?

Participante 7: — Eu sou muito solícito eu gosto muito de viajar, então eu faço amizades com muita facilidade quando eu viajo, mas a pessoa perguntou, tem muitas pessoas que perguntam, eu indico tranquilamente. Não vejo problema com isso.

Participante 2: — Eu não vejo problema não.

Participante 3: — Eu também não.

Participante 9: — Já vi vários casos de pessoas que usam [ininteligível– 25:20]. Que as vezes eu não sei se é por desconhecimento, mas acaba embananando mais ainda o coitado, porque não conhece a cidade que mora. Tem gente que não gosta de dar informação por causa disso.

Participante 8: —Eu sou essa pessoa. Eu sou muito solícita, mas tem muita coisa que me perguntam que eu fico assim “Meu Deus do céu, eu não sei”.

Participante 7: — É que dificultam falando nome de rua, entende, “você sabe a rua Doutor não sei o que lá?”.

Participante 8: — Morador da cidade que vai explicar para mim o lugar, tem lugar que eu fico assim, não sei. Porque eu sou meio , sei lá... Mas eu me importo

Participante 6: — Existem pessoas que não conseguem ser solícitas, igual a vocês que conseguem ser solícitos, eu acho que tem alguns moradores da cidade que acabam não sendo solícitos por que acha assim “ah está roubando a minha paz na cidade, turistando”. E ainda me para pedir informação, eu acho que tem gente que pensa assim.

Sra. Bruna Mendes: — Eu vou voltar nisso aí, deixa só, Participante 1, você tinha falado alguma coisa.

Participante 1: — Eu tento ajudar se eu souber ou indico alguém próximo.

Sra. Bruna Mendes: — Eu vou voltar aqui para ideia da Participante 6. Quantas pessoas vocês conhecem que compartilham desse sentimento que a Participante 6 falou “ah, vem tirar minha paz”. Vocês conseguem pensar em pessoas, só para eu ter uma ideia. Porque vocês falaram que não são vocês.

Participante 7: — Eu tenho meu lado assim as vezes, porque quando eu viajo independente para onde eu vou eu já pesquiso tudo sobre o lugar. A pessoa cai de paraquedas ela realmente acha que você é o mapa delas.

Sra. Bruna Mendes: — Mas você tem alguém que você consegue pensar da sua família ou dos seus amigos que tenham esse posicionamento que a Participante 6 colocou? Você tem?

Participante 2: — Tenho um amigo.

Participante 4: — Pelas redes sociais bastante. O povo no feriado começa a reclamar no Facebook o dia todo, é uma complicação porque ele acaba trazendo discussões no Facebook, que não dão em nada, que só discute e não resolve nada. Mas trazendo uma problemática, eles vão contra o turista.

Participante 6: — As pessoas acabam entendendo o turismo como inimigo da cidade.

Participante 4: — Exatamente.

Participante 7: — Acaba generalizando.

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — Então vamos voltar. Eu estou querendo ver se vocês têm pessoas próximas a vocês, irmão, tem colega.

Participante 3: — Quando eu fazia faculdade todo mundo ficava “nossa, você está escolhendo essa faculdade para quê, o que você vai fazer com isso?”, todo mundo ficava “para que você estava estudando turismo, não tem sentido”.

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — Tudo bem eu escuto isso até hoje, e eu já sou formada há mais de uma década.

Participante 3: — Você tenta explicar que é uma ciência e as pessoas “para quê, não precisa disso”, muitas pessoas me deram críticas.

Participante 7: — O turismo em Campos está bem preocupante

Participante 9: — Eu acho que as vezes ele é até meio ríspido com o turista porque tem também uma certa lenda, cultura, de que a temporada aqui não foi feita para jordanense trabalhar, foi feita só para mão de obra externa. Agora não, mas a Participante 2 deve lembrar da época de Audi, Ferrari, Mercedes. A mão de obra vinha praticamente toda de fora.

Participante 2: — A gente nunca passava na seleção.

Participante 9: — Nunca passava na seleção. Então até veem o turista como um agressor porque as vezes ele não está preparado para aquele emprego. Acaba “esse cara me enchendo o saco e não consigo nem trabalhar”, eu já vi várias pessoas reclamarem que não conseguem trabalhar porque trazem tudo de fora, a mão de obra vem de fora. Mas aí eu acho um pouco de comodismo do jordanense porque o jordanense é um bicho acomodado. Você vê pelo Instituto, oferece 300 vagas, aí aparece dois, três. No começo é sala lotada e quando termina o curso.

Participante 1: — Tem que trabalhar bastante sabe. Eles não gostam muito, tem preguiça

[Intervenções simultâneas]

Participante 4 — Você quer conhecer pessoas próximas que não gostam do turismo Campos do Jordão? Funcionário público. Então funcionário público é um grande [ininteligível - 29:59]. Não gosta do turismo porque tira a paz dele, por que ele não precisa, teoricamente.

Participante 2 — Na verdade é que nenhum funcionário que trabalhar na Secretaria de turismo porque tem que trabalhar no final de semana e feriado, já começa por aí.

Participante 7 — Eu fui fazer um grande evento que passou e não foi realizado, obviamente. A secretaria de Campos para mim não existiu. Porque eu ia lá e cadê? Não tem Informação. Não sai nada dali a pessoa não conhece nada do que está falando. Aí você fica como eu vou apresentar isso para o meu cliente. Mas daí os Conventions Bureaus da vida salva a gente

Sra. Bruna Mendes: — Ok, vamos aproveitar enquanto a gente está discutindo algumas coisas já apareceram nesse sentido. O Participante 7 falou da Suíça brasileira. O Participante 4 também falou da questão do glamour. Essa imagem que Campos do Jordão tem, vocês gostam desta imagem? E vocês acreditam nesta imagem?

Participante 3 — Eu gosto porque eu tive vários amigos que vieram de fora e eles falam que é como se você estivesse saindo da realidade de cidade grande e indo para

um lugar de escape, onde você pode se sentir fora do país estando dentro do estado de São Paulo.

Sra. Bruna Mendes: — E você enquanto moradora?

Participante 3 — Sim eu gosto, porque eu acho a cidade muito bonita, ainda mais com o clima no meio do ano, eu acho que é um diferencial. Porque se você descer na cidade do lado aqui a temperatura é completamente diferente, parece que você já está fora. Enquanto moradora eu prefiro o clima daqui para morar. Não tem mosquito. Você consegue ficar o dia inteiro confortável, não está com medo de suor, para respirar é bom, eu gosto.

Participante 7 — Eu como morador, essa imagem que Campos transmite eu acho que é uma grande fake news. Todo mundo que mora fora, quando você mora em Campos “nossa que chique” [Ininteligível - 32:17]. É totalmente o oposto, a pessoa acha que a gente acorda e tem uma lareira imensa, tomando chocolate quentes, passarinhos na janela. Umas coisas assim.

Participante 9 — “Nossa, lá só tem rico”. Aí passa a ser discriminado. A Vila Albertina é um bairro simples, não é um bairro que a vanguarda mostra, não é o bairro que eles vendem. Eu tive um amigo que uma vez eu levei aqui, ele veio pela Serra Velha, saiu em Santa Cruz e falou assim, eu cheguei e falei, “nossa, é a Suíça?”. Porque eles não vêem a realidade que a gente vê na realidade [ininteligível - 33:05].

Participante 1 — Isso aconteceu comigo também quando eu vim para cá. Eu vim dormindo e quando eu acordei estava ali no portal, olhei e vi aquele morro. “O que é isso?”, só tem morro aqui? Eu como moradora gosto daqui, mas eu acredito que poderia ser melhor.

Sra. Bruna Mendes: — E para você, que está aí quietinha (para Participante 5)?

Participante 5 — Quando eu eu gosto muito de morar aqui. Todo mundo sabe que o clima daqui é bom.

Sra. Bruna Mendes: — Esse glamour que é ligado ou essa terminologia Suíça brasileira, você concorda com ela? Ou você pensaria que tem que arranjar uma outra caracterização?

Participante 5 — Eu acho que em partes. Como ela falou, como trabalho é uma coisa, como moradora é algo totalmente diferente.

[Intervenções simultâneas]

Participante 2 — Eu acho que até o Capivari já mudou. Não menosprezando nenhum empresário, mas aquelas lojas, malharias, de nome, e roupa, hoje tem as banquinhas ... que tem um glamour? Acho que não mais.

Participante 4 — Falta dividir um pouco mais. Porque falta organizar um pouco o turismo, então você tem o turismo popular, turismo médio, turismo de alta sociedade. Campos consegue atingir hoje os vários nichos de mercado de turismo. Esse glamour nosso tem, só que quem gosta do glamour vai para o Potremoli para gastar 500, 600,

1.000 reais em um jantar e tem quem vá a um restaurante para gastar 100. Tem para todos os gostos.

Participante 8 — Eu acho que você tem que procurar o glamour que você quer achar.

Participante 4 — Exatamente. As vezes o glamour para vir para Campos do Jordão, se eu fosse turista, é tirar foto lá no teleférico. Vamos dizer assim, para o outro é ir para um lugar que é sofisticado, lá no Amantikir. O nicho de mercado é diferente.

Participante 7 — Essa expectativa para o turista é muito frustrante quando ele chega em uma pousada mais simples e fica “nossa, mas eu achei que em Campos todas as pousadas tivessem lareira”. Sabe, então eles começam a questionar “onde que está, onde que fica essas fotos que a gente vê”. Cria expectativa, Campos do Jordão é uma cidade que cria expectativa e muitas das vezes não cumpre com ela.

Participante 6 — Eu acho que existe o glamour na cidade porque tem casas muito luxuosas, restaurantes muito luxuosos que a gente não encontraria em outras cidades, mas a cidade para o morador acaba sendo ruim, quando criam uma expectativa que a gente acorda todos os dias às 10h da manhã, com um roupão de frio, numa varanda, olhando para uma montanha, segurando nossa canequinha de chocolate quente. Então não é sempre assim, não é nunca assim, na verdade.

Sra. Bruna Mendes: — Se fosse assim eu queria morar com você.

Participante 6 — Eu acho que tem para todos os gostos. Tem aquela pessoa que vai criticar de volta, vai querer só um restaurante mais em conta, tem aquele que vai vir e vai deixar uma noite naquelas baladas de Corpus Christi, sei lá, R\$10 mil. Acaba tendo para todos os gostos.

Sra. Bruna Mendes: — Legal. Então eu vou aproveitar esse gancho e o que o Participante 4 havia destacado antes. Hoje a gente tem diferentes tipos de turistas vindo na cidade, certo? Eu acho que é isso que a gente concorda nesse ponto. Que diferença que vocês sentem no turista que pernoita, que fica numa pousada, que usa os restaurantes a noite, em relação aquele turista que vem com ônibus, passa o dia e depois vai retorna?

Participante 3 — Parte econômica

Participante 4 — A conta bancária deles

[risos simultâneos]

Participante 7 — São pessoas que pernoitam. Então, essas pessoas vêm no intuito de conhecer. Essas pessoas que fazem um bate-volta já com um contato, eu tenho minha família em Minas. Então, ele já vem de São Paulo, sei lá de onde, com contatos de guias daqui e já tem um roteiro planejado. Isso que causa todo aquele tumulto também. Leva no restaurante de beltrano, leva na lojinha do fulano, o sol nascer, e é isso. É mais setorizado, por isso que eles não trazem tantos recursos, por que o foco deles já está destinado.

Participante 9 — Esse turismo de um dia, que é o que está acontecendo, eu acho que é meio predador. Ele vem, suga tudo que ele pode e acaba não deixando nada.

[Intervenções simultâneas]

Participante 3 — Deixa só no local.... É como lá no parque onde eu trabalho, tem muita gente que vem de várias regiões do país só para ir lá. Porque agora a gente também trabalha com agenda [ininteligível -38:11] de um dia, fica o dia inteiro lá e já fala “não, tenho que ir embora porque está dando o horário perto de fechar o parque, para não pegar trânsito”. Pega 5, 6 horas de carro e vai embora. Fica o dia inteiro ali só colocando o dinheiro ali numa empresa, não sai. Às vezes eles perguntam “ah, tem um lugar que dá para ir almoçar”, para eles poderem ir a outros lugares. Porque querendo ou não, o restaurante que a gente tem lá é caro. Para eles poderem ir, porque se não.

Participante 2 — Onde que fica?

Participante 3 — Lá no Tarundu

[Intervenções simultâneas]

Participante 3 — Sim! Eu trabalho lá. Lá melhorou muito do ano passado para cá. A gente começou a trabalhar com internet. Aí deu para organizar melhor, porque antes o pessoal ia e não tinha o controle de quantas pessoas estavam entrando, saindo, com os funcionários, inclusive, a gente não conseguia se organizar.

Sra. Bruna Mendes: — Que isso se mantenha, essa parte (de organização).

Participante 3 — Sim, e eu entrei lá para fazer estágio e o sistema abençoou que eu [ininteligível - 39:16]

Sra. Bruna Mendes: — Participante 2, e você?

Participante 2 — Falando um pouquinho como funcionária pública [risos]. A gente vê assim mais como, não traz retorno para a cidade. Para muitos.

Participante 4 — Eu vou discordar.

Participante 2 — Traz um retorno, mas para uma porção pequena. Como o glamour, a cidade tem o glamour, mas falar que é “a cidade glamourosa”, não é bem assim, não existe... É decepcionante, cadê a cidade que a gente tinha?.

Sra. Bruna Mendes: — Deixa eu só segurar aqui, como o Participante 4 já queria falar antes. Eu já passo para você.

Participante 4 — Porque eu vou discordar, eu também já tive restaurante e atendia esse público de ônibus. Esse turismo popular tem seu mercado, tem que comparecer nos municípios. Nós não podemos excluí-los. Mas se a gente não vai excluir, a gente tem que incluir, se a gente inclui a gente tem que oferecer, tem que oferecer uma comodidade melhor que eles não tem, não tem um móvel de turismo para receber os

ônibus, a gente não tem banheiro público, a gente não tem uma estrutura para recebê-los. Então, eles são tratados como manada, a verdade é isso. Eles já são excluídos na forma de atendimento.

Sra. Bruna Mendes: — Você acha que a cidade capta, mas ainda não está oferecendo a estrutura que eles precisam.

Participante 4 — A cidade não capta, ela recebe, é um pouco diferente, ela recebe porque eles vêm. Ela recebe, não oferece infraestrutura nem urbana, nem do município, e aí eles são explorados nos comércios. Isso é bem a realidade deles. E esse é um grande nicho hoje de mercado de comércio que depende dos ônibus, depende. Não é que eles acrescentam não, eles são exclusivamente para atender este nicho de mercado. Então, nós não podemos dizer que nós não precisamos ou não podemos ter o ônibus.

Participante 2 — Eu não falei isso. E outra coisa, eu acho que a cidade não olha para esse público do ônibus, porque tem o turista de um dia que vem, almoça e depois vai embora.

Participante 4 — É essa visão que nós temos de separar.

Participante 2 — Tem turista que chega ali no portal e não sabe que vai acontecer isso com ele. O ônibus fica lá e ele tem que ir a pé para o Capivari [ininteligível - 41:45], eles ficam ali, criança. Ou dependendo do horário, uso do bondinho, mas na maioria das vezes não, porque o ônibus chega de madrugada. Não tem nada ali, não tem um café, uma padaria, um banheiro, que é primordial. Acho que são três, não me lembro de cabeça [ininteligível - 42:10].

Participante 7 — Mas isso já é uma briga, inclusive entre os guias, eles fazem fila no portal de madrugada porque tem ônibus que vem sem guia, aí tentam caçar, “vem cá”.

Sra Bruna Mendes — O que é uma vergonha, convenhamos.

[Intervenções simultâneas].

Participante 4 — Às vezes a legislação deveria inibir essas questões, a legislação está vindo. O ônibus vai ter que pagar para entrar na cidade, porque é justo, porque boa parte das cidades do mundo têm que pagar para entrar. Só que para pagar, você tem que oferecer. A taxa turística tem que existir, mas você tem que oferecer alguma coisa. Tem que pintar, fazer roteiros. O problema do trânsito resolve-se muito se fizer um roteiro mais ordenado dos ônibus para que você não tenha confronto de 3, 4, 5 ônibus no mesmo roteiro. Mas isso precisa de planejamento urbano.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 6, você balançou bem a cabeça na hora que o Participante 4 estava falando.

Participante 6 — Eu concordo com isso do turismo do dia. Eu já trabalhei em pousada e eu acho assim, eu tenho um negócio com experiência, a partir do momento que o turista vem para a cidade, seja o turismo de 1 dia, seja o turismo de pernoitar, e ele tem uma experiência positiva na cidade, ele vai voltar. A partir do momento que o

turista de um dia entrou na cidade e teve uma experiência negativa ele não vai voltar como um cliente em potencial para pernoitar na cidade. Agora, a partir do momento que ele tem uma experiência positiva na cidade, enquanto turista de um dia ele pode sim se planejar para vir com a família pernoitar, passear, conhecer outros comércios, a partir do momento que ele tem uma experiência positiva na cidade. Para mim, a infraestrutura da cidade para esse cliente de um dia é zero, para o ônibus parar na entrada da cidade e ter que se deslocar a pé para o Capivari, de madrugada, não ter um lugar mais em conta. Para mim, esse negócio de guia que já tem um roteiro correto para onde eu vou levar, qual comércio que eu vou levar, onde vai comprar isso, onde vai comprar aquilo, onde vai almoçar. Para mim o guia tem que estar ali com os passeios, mas eu não concordo com isso de "ah, vou levar para almoçar sempre nesse lugar, vai comprar chocolate sempre nesse lugar, vai beber cerveja sempre nesse lugar".

Participante 7 — Mas a gente volta para a economia, para a financeira. Se eu estou levando você, eu ganho porcentagem. A cidade é uma grande máfia.

Sra Bruna Mendes — É a máfia do turismo, é isso?

Participante 2 — Mas acho que em toda cidade acontece isso, não?

Participante 7 — Isso de visitante de um dia não voltar mais é verdade. Um dia eu fui para uma cidade uma vez, era "Nossa, era um escândalo". Eu fui para ficar na cidade, passei um fim de semana e foi um dos piores fins de semana da minha vida. No mirante tinha uma muvuca de gente para tirar foto, um empurra-empurra, não tinha um banheiro, não tinha uma grade, não tinha nada, era um precipício; para eu fazer uma cena, eu fiquei numa fila, em um calor no meio do mato.

Participante 9 — Eu passei por isso aí quando fui para São Thomé das Letras. Nunca mais eu vou lá.

[Intervenções simultâneas].

Participante 8 — O turista de um dia acho que é tratado como um jordanense. Por exemplo, eu jordanense vou ao Capivari, serei olhada de cima abaixo, definida como jordanense pela atendente e ignorada para ser atendida [explicação a partir dos gestos realizados]. Mais ou menos assim.

Sra. Bruna Mendes: — Você acha que isso acontece com o turista de um dia essa seletividade? Nisso você concordou Participante 4, concordou?

Participante 4 — Sim.

Participante 8 — Por exemplo, eu, jordanense, vou numa loja porque gostaria de uma roupa, por exemplo, eu fui mal atendida e não vou voltar e nem vou comprar a roupa que eu gostei, porque eu não gostei de ser mal atendida. E o turista de um dia ou qualquer pessoa que seja mal atendida não vai voltar. [ininteligível - 46:40].

Participante 4 — Nós tratamos mal.

Participante 8 — Isso não faz sentido nenhum, trata a gente mal [Ininteligível -46:47].

Participante 7 — Quando você tem amigos de fora, você vai levar para onde? Você vai levar em lugares é totalmente constrangedor isso. A pessoa te olha sabendo que você mora aqui e você tem amigos que não moram aqui. Esse tratamento é bem constrangedor na verdade.

Participante 4 — Concordo.

Sra. Bruna Mendes: — Eu vou retomar um pouco a questão da economia. Além da questão de emprego, o que mais vocês acham que o jordanense ganha como o turismo?

Participante 7 — Estresse. Desgaste emocional.

Participante 6 — Eu acho que é, não sei, experiência de convívio com novas culturas, com algumas pessoas a gente acaba aprendendo a como não ser. Eu acho que ele acaba adquirindo muita experiência com as pessoas que vem. Pelo menos na área que eu já trabalhei de pousada, quando a pessoa fica até mais de um dia ela acaba criando uma relação. Quantos hóspedes que sentam na sala de tv e te contam “você não sabe o que aconteceu”, contando a vida para você.

Participante 7 — Para quem quer realmente saber lidar com o turismo, trabalha como recepcionista três meses da sua vida e você vai saber lidar com o turismo. É uma área que você vai pegar todo tipo de gente. E tem isso, porque as pessoas criam um vínculo, tem umas que querem pegar o WhatsApp, tem ética e a gente fala “não posso passar o WhatsApp”. E tem o hóspede super chato, que chega estressado do trânsito. Então, assim, se você quer realmente conhecer o turista, acho que tem que ser recepcionista.

Participante 9 — Eu acho que o turismo de Campos tinha que ser mais transparente, porque o que vendem não é a realidade.

Sra. Bruna Mendes: — Esse morador, esse jordanense, se beneficia como com o turismo? Além do emprego, que é algo que a gente já tinha falado. Então o pessoal tem colocado na lista o estabelecimento de relações, criação de vínculos, troca, você acha que acontece isso? Você acha que tem essa troca? Esse vínculo? Você acha que tem? Pouco?

Participante 9 — Eu acho que o jordanense, em si, o morador da cidade ganha quando tem uma boa prefeitura, uma boa divisão, divisão não, deixa eu tentar explicar. O jordanense ganha quando a prefeitura investe em estrutura para receber o turista, porque a mesma rua que serve para turista serve o jordanense, o mesmo esgoto que vai servir o turista vai servir a gente também. Eu acho que ganha nisso aí, estrutura e infraestrutura, eu acho que a ideia é essa. Na maioria das vezes, o que é para o turista também é para o jordanense, mas não é isso que acontece. Porque o foco é a avenida aqui, é o plátano, não sei o que, e os bairros acabam deixados de lado.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 1, para você que trabalha tanto tempo na hotelaria, o que você acha que o jordanense, o pessoal que trabalha com você?

Participante 1 — Na verdade, assim, no trabalho é a experiência mesmo. É contato com as pessoas mesmo, eu tenho amizades com o hóspede já faz vários anos e dentro do hotel eu acredito que seja, assim, o ponto para a equipe dar certo seria o recepcionista. Porque o hóspede vê, se ali der certo o restante pode apostar que vai ser maravilha.

Participante 1 — Participante 2 e Participante 8, vocês estão com cara de que não concordam com essa questão de troca.

Participante 2 — Pensando nos avós das minhas filhas, que têm pousada.... porque, eu acho interessante esse vínculo. Lá na pousada deles tem turista que quando chegam lá, perguntam da (minha filha), já teve situações de ela estar lá e aquela coisa de convívio com a família. É lógico também que tem o hóspede que quer ficar no quarto trancado olhando para a cara de ninguém. Vai comer, vai sair, chega, deita, dorme, acabou, não tem conversa. Mas isso, lógico, que depende tanto do funcionário [ininteligível - 51:27] é da pessoa, do jordanense que está trabalhando e se dispendo a buscar esse vínculo. Mas se você tem lá na pousada um funcionário que é “sim senhor, não senhor”.

Sra. Bruna Mendes: — A participante 8 também estava com cara de que não concordava muito.

Participante 8 — Eu concordo também com essa questão do vínculo. E eu [ininteligível - 51:46], da pousada e com o balconista teve isso de trocar WhatsApp e realmente virar amigo. Eu acho que isso conta muito, indicaria essa pousada, indicaria mesmo. E eu acho que isso conta muito para o turismo na cidade, a gente atendendo bem vai voltar turista. Concordo e não concordo com essa questão da infraestrutura.

[Intervenções simultâneas]

Participante 9 — A prefeitura colocar os recursos que ela tem para todo mundo, mas ela se preocupa só... eu usaria todo dia, eu uso tudo dia. Eu me benefico quando...

Participante 8 — Concordo com isso, mas não só por isso.

Participante 9 — O turismo gera renda, gera impostos, que se forem bem aplicados dentro da cidade vai facilitar a vida dos moradores.

Participante 6 — Eu concordo com a fala de Participante 9, não somente na estrutura, mas a questão da prefeitura saber administrar o que o turismo gera para a cidade. Eu fui criada em um ambiente turístico sempre, meu pai desde pequenininha trabalhou em pousada. E eu sou de uma época era evento sempre. Se não tinha temporada ia ter um congresso aqui uma coisa ali. Isso se perdeu. Hoje se o jordanense não sobrevive com a temporada de inverno raramente ele vai conseguir sobreviver de outras coisas no decorrer do ano. Não tem aqueles eventos grandiosos, congressos de cardiologia, que movimentava a cidade fora da temporada de inverno, não tem mais hoje. E a cidade ela resgata um evento e perde outro.

Participante 4 — A culpa não é da prefeitura, do poder público, a maior parte é culpa nossa mesmo. Nós que, ao invés de explorar o turismo, exploramos o turista, no congresso de cardiologia a hospedagem ficava três, quatro vezes mais cara. Aí por conta do, o do automóvel, é a mesma coisa. A hospedagem ficou quatro vezes mais cara.

Sra. Bruna Mendes: — Por que você acha que é do poder público?

Participante 7 — Como eu trabalhei muitos anos com... estou me sentindo formado a tanto tempo... trabalhei em algumas edições de dois grandes eventos que sempre vinham para Campos, a dificuldade com o poder público é muito difícil sim. A gente pode fazer no campo, “não pode, precisa da assinatura do vô do prefeito que já morreu”. Teve um cliente que chegou em mim, um evento muito grande, chegou em mim e falou assim “nossa, a gente não volta mais, é nossa última tentativa”. Não tinha contato, era assim, “estou indo para Campos semana que vem, você conseguiu contato com fulano para a gente marcar a reunião?”, “não”, chegar (na prefeitura) esquece.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 3, você tinha balançado a cabeça na hora que o participante 4 estava falando. Daí o Participante 7 começou a falar, você concordou, mas para qual lado?

Participante 3 — Eu concordo com o que ele estava falando da parte de eventos. Porque, por exemplo, a L'Etape, na hora que chega esse evento o pessoal da cidade parece que fica com raiva, não quer o evento. E querendo ou não o evento traz muitas pessoas para a cidade nessa época do ano.

Sra. Bruna Mendes: — O que você falou (para participante 6)?

Participante 6 — Concordo muito com esse negócio porque se você olhar essa questão de facebook, vai ter que mudar todinho o trânsito, não sei o quê, não sei o que lá, vou ter isso, vou ter que aquilo. Então acho que o jordanense....

Participante 7 — Um dia. A gente trabalhou três meses e é só um dia.

Participante 6 — Exatamente. Eu acho que eu colocaria 50% o poder público e 50% a população. Porque a população sempre acha que o turismo é ruim para a cidade e ele não pode entender que um dia vai ter esse probleminha, as vezes eu acho que é o poder público porque não investe tanto na estrutura.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 8, pode falar. O que é que você não concorda.

Participante 8 — Eu ia dizer que isso é o tempo todo, quer o turista, quer o movimento, mas quando chega é “ai que saco”.

Participante 6 — Eu acho assim, quer o dinheiro do turista e não quer o turista.

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — De repente pode ser um dos pontos que a gente pode explorar. Quando a gente fala de emprego que o turismo dá ao jordanense, as oportunidades de emprego que tem. Normalmente é para quais cargos? O que vocês mais veem?

Participante 7 — Quando vem grandes feriados é bom, bastante restaurante principalmente acaba atraindo um pouco mais de funcionários.

Sra. Bruna Mendes: — Mas daí vai para Garçom, commin, cozinheiro?

[Intervenções simultâneas]

Participante 7 — Para você entrar em uma empresa você tem que ter experiência, eles querem tudo. Então, para trabalhar em Campos ou é indicação ou você vai de extra e você mente no seu currículo, muito tempo na empresa, trabalhou por vários meses [ininteligível– 57:36].

Sra. Bruna Mendes: — Participante 4, uma curiosidade, nas suas empresas qual é a rotatividade?

Participante 4 — É alta.

Sra. Bruna Mendes: — É alta? E é alta por decisão do jordanense ou por sua decisão porque ele não se adaptou, não se adequou.

Participante 4 — Na verdade é o seguinte, tem as duas partes. É alta porque o jordanense, alguns, são mal preparados, são preguiçosos. Eu posso falar, sou jordanense, se eu fosse de fora não poderia falar, mas eu sou jordanense, vou falar do meu povo. É mal treinado e preguiçoso, e os que são bons profissionais eles estão enquadrados a muito tempo. Eu tenho profissional há seis anos. Tem os dois exemplos. Mas a rotatividade é alta porque não se prepara, não se dedica aquela profissão que quer. Então é assim, não consegui trabalhar na prefeitura com o que quer, vou pegar o que tiver na frente. Então vira um escape para sobrevivência, não é vocação.

[Intervenções simultâneas]

Participante 4 — Ele não consegue ter uma ocupação melhor, uma ocupação melhor na visão de que o serviço público é tranquilo – o que realmente é, ele acaba pegando isso como se fosse um estepe por um período, só que não consegue ter a interpretação que aquilo é uma profissão nobre, ser recepcionista, ou ser o cozinheiro, ou ser o garçom ou ser o chefe de salão ou gerente, é tão nobre quanto ser um profissional do serviço público. Só que não tem essa visão, na verdade a visão é de tampar buraco, por isso a rotatividade é alta.

Sra. Bruna Mendes: — O que apareceu e aí vocês veem se concordam ... A minha impressão é que vocês falaram é que o que o turismo traz é mais a quantidade de empregos extras, é isso?

Participante 4 — Emprego extra, no caso. O que eu tenho agora se não estou fixada, estou desempregada. Se, não sei se está funcionando interno ou não, não tenho essa informação, mas se tiver alguma na empresa para fazer lá dentro não vão me chamar porque não está tendo o número de pessoas vindo. Então, no caso agora, nesse momento, eu estou temporariamente fora. Serviço extra é ruim nessa parte, você não tem segurança se vai conseguir um cargo fixo.

Participante 7 — Não tem estabilidade na empresa. Quando você não tem estabilidade na empresa, eu trabalhei em uma empresa três anos em um setor que eu gostava muito e quando você fica você cria um vínculo e você vai mostrando o que você pode, vai mostrando para o seu chefe, vamos dizer assim, que você está ali porque tem capacidade. E todo mês “nossa, você conseguiu bater meta, você fez aquilo, que legal”. Aí passa um tempo, ele contrata alguém e dá um cargo superior, você está na empresa a três anos e o cara não dá chances para você subir na sua carreira, isso é desanimador também.

Sra. Bruna Mendes: — Curiosidade, essa pessoa que ele contrata para o cargo superior é daqui de Campos ou é de fora?

Participante 7 — É de Campos.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 2, você concorda com isso? Apesar de você ser do setor público municipal?

Participante 4 — Ela quer que a pandemia se expanda.

Participante 2 — Já tive experiências, na época... que não eram boas não. O jordanense na época de turismo, antes a gente contratava só o pessoal de fora e dependia desses extras.

Sra. Bruna Mendes: — E vocês acham que essa cultura do extra permanece?

Participante 6 — Eu acho bem forte, acho que tem um preconceito do funcionário que acha vai ser extra a vida inteira. Ele nunca vai ser efetivado. Eu tenho uma percepção assim, por ele ter esse medo de “ah, eu vou fazer um serviço extra de um dia para o resto da vida”. Faz um serviço (razoável), É só um dia mesmo. Mas isso é muito da pessoa também.

Participante 7 — É que o extra ele é assim. Eu sou extra, não tenho vínculo, “ah se rolar eu vou”.

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — Vocês acham que acontece bastante isso?

[Intervenções simultâneas – não tem compromisso, aparece se der]

Sra. Bruna Mendes: — O que você estava falando Participante 8?

Participante 4 — O extra tem muita demanda. Dobra a demanda de contratação na temporada, dobra, mas eu não consigo manter essa folha, então é simples.

Participante 8 — Eu trabalhei em um lugar e nesse lugar os funcionários fixos viam que os extras que estavam lá tinham talvez mais potencial que eles, e o medo era do extra para tomar o lugar dele. Mas ninguém estava lá para fazer isso, pelo menos eu não. Ele errava, jogava a culpa no extra, não gerava oportunidade para o extra ter um emprego fixo ou ter um futuro. Tudo bem, consegui um serviço fixo na época, e nunca mais me chamaram, tudo bem consegui o serviço fixo, mas eu sei que nunca mais me chamaram porque sabiam que eu fazia bem feito e podia tomar o lugar. Ou tinha a questão de folgar em cima do extra. Tipo assim, eu sou extra, eu lavava louça, não é porque eu lavava louça que eu não posso fazer outra coisa. [ininteligível – 01:03:16]. Sobrecarrega. [ininteligível – 01:03:22]. E essa questão de ganhar mais, se em um lugar eu ganhava quarenta e em outro noventa, eu vou para o de noventa.

Participante 6 — E essa questão do horário. Um fala assim você vai trabalhar tal horário, vai ganhar sessenta, vai trabalhar das dez as dez da noite. Daí o outro vai te pagar oitenta, mas você tem hora de entrada mas não tem hora de saída.

Sra. Bruna Mendes: — Fugindo um pouco dessa questão do emprego que a gente fez bastante, vocês acham que o turismo alterou o estilo de vida de quem mora aqui?

Participante 4 — Já conhece a teoria filho do caseiro?

Sra. Bruna Mendes: — Não.

Participante 4 — Depois você pesquisa teoria do filho do caseiro e você vai entender isso aí.

[Intervenções simultâneas]

Participante 4 — A teoria do filho do caseiro é assim, ele é filho do caseiro, mas se acha filho do patrão. O estilo de vida dele é baseado no do patrão, não é daquele que ele pode ser. Essa que é a teoria do filho do caseiro

[Intervenções simultâneas]

Participante 4 — A mudança de... não é perspectiva de vida, ele não vai buscar uma perspectiva de vida de ter uma melhora na sua situação, não, ele quer vivenciar hoje como se fosse filho do patrão, mas tem o recurso do filho do caseiro.

Sra. Bruna Mendes: — Quando eu fiz a pergunta você também riu, Participante 9, nos seus olhos deu para ver que você deu uma risada? Por que você deu uma risada?

Participante 9 — Não, eu imaginei que ele ia falar isso mesmo.

Sra. Bruna Mendes: — E vocês, e os outros? Vocês acham que alterou comportamento, vestimenta?

Participante 6 — Pelo menos metade dos jordanenses quando está na temporada, quando fulano é extra e não está contratado, ele se veste muito de inverno e vai fazer umas fotos no Capivari se achando o turista. Eu acho muito isso.

Participante 8 — Eu já trabalhei em uma loja “ai, está usando a bota daquele jeito lá, vamos lá compra a bota?”. Mas você o valor, R\$500,00, e aquela calça.., agora voltou a moda [ininteligível – 01:05:54].

Participante 7 — As pessoas estão sendo influenciadas o tempo todo. Isso daí é nítido.

Sra. Bruna Mendes: — Você acha que tem uma influência, por exemplo, que qualquer pessoa está submetida a ou os jordanenses acabam recendo muito influência do turista e ele acaba se alterando?

Participante 9 — No meu caso o turismo mudou a minha vida. Eu trabalhava em A e por causa do nicho eu fui especializada em B, mas eu mudei, deu um upgrade.

Sra. Bruna Mendes: — Mudou seu comportamento?

Participante 9 — Um pouco, porque eu me policio mais, eu tento ser mais hospitaleira, tento me colocar no lugar do hóspede, procuro usar palavras mais.

Participante 2 — É uma mudança nossa também. Por exemplo, quando eu era criança meus pais não iam no Capivari, meu vô ia, só ele. Eu fui conhecer o Capivari eu tinha quatorze anos de idade, para mim era uma cidade e eu fiquei apavorada. Naquela época não era o mundo do jordanense. Hoje a gente janta no Capivari, qualquer um.

Sra. Bruna Mendes: — Quem falou que não é?

Participante 3 — Sim, é porque, por exemplo, eu moro mais no lado de cá da cidade e trabalho mais no lado de cá. No caso que nem eu, tem algumas pessoas que sentem isso também a gente vai de vez em quando na folga lá, mas é muito de vez em quando. É como se tivesse saindo da cidade. Não que isso seja da parte financeira, mas é mais como a gente foi acostumada (no passado)

Participante 7 — A cidade foi criada com intuito de Capivari ter um público, a Abernèssia é fora, vamos dizer assim, e essa diferença cultural vem de anos

Participante 9 — Vem do período das vilas sanitárias, a população não podia ir para Capivari, era um apartheid. Capivari é só para os ricos e a população fica lá. Isso já foi um apartheid político.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 1, para você que vem de fora às vezes fica mais fácil. Nesse tempo que você já está aqui, que já faz bastante tempo, você percebe que seus colegas mudam de temporada para temporada?

Participante 1 — Eu mesmo mudei um pouco, como ela estava falando de você lidar com hóspede, que não é fácil, da convivência, mas se você tiver uma boa cabeça

you não sai disso nunca. Porque eu morei dentro de uma pousada de luxo e eu tinha, tenho até hoje, eu tinha contato com as pessoas de dinheiro e tudo e hoje eu moro no bairro Black, em Santa Cruz.

[Intervenções simultâneas]

Participante 1 — quando falava bairro black, o pessoal fica “onde é isso?”

Sra. Bruna Mendes: — Se eu falar para vocês, acolhimento ao morador de Campos do Jordão, o que passa na cabeça de vocês?

Participante 7 — Vindo do turista?

Sra. Bruna Mendes: — Não. Só isso, acolhimento de moradores de Campos do Jordão. Qual é a primeira coisa que vem na cabeça de vocês?

Participante 6 — Ao morador? Desculpa.

Sra. Bruna Mendes: — Acolhimento ao morador de Campos do Jordão.

Participante 9 — Educação, lazer, infraestrutura e moradia.

Sra. Bruna Mendes: — Clima.

Participante 3 — Saúde. Transporte.

Participante 7 — Não tem

Sra. Bruna Mendes: — Agora a gente vem para o segundo ponto. Vocês acham que o morador de Campos do Jordão é acolhido pela cidade? Ele se sente acolhido pela cidade?

Turma: — Não

Sra. Bruna Mendes: — Não? Em nenhuma hipótese?

Participante 7 — Se você for caminhar a tarde, as pessoas te olham, nossa, está dando uma de boy caminhando na avenida. Tipo, mano, eu moro aqui, pago imposto, porque eu não posso caminhar numa avenida que...

Participante 9 — Nem as calçadas, a maioria, tem lugares que você não tem calçada, você tropeça na raiz do plátanos. Não é uma cidade que acolhe o morador.

Sra. Bruna Mendes: — Então, vocês acham que a infraestrutura afeta esse acolhimento?

Participante 9 — Total.

Participante 7 — Afeta mesmo.

Sra. Bruna Mendes: — Pode falar, o que você acha?

Participante 6 — Eu acho que não acolhe esse morador, eu acho que todo mundo da cidade tem um pré-conceito, ah, o Capivari é para gente rica. Então, fulano vai lá tirar uma foto no Capivari, ah está dando uma de turista [ininteligível – 01:11:04]. O que na verdade, se tiver uma foto sua lá no Capivari, já está lá, ah está dando uma de turista.

Participante 7 — E a pessoa que fala também vai para o Capivari

Participante 6 — Exatamente. O funcionário que trabalha na loja X no Capivari é jordanense e que trata mal o jordanense, na minha concepção, é porque assim “fulano está querendo turistar na minha loja, enquanto eu estou aqui trabalhando”. Acho que é essa a concepção deles. Acaba tratando mal porque ele queria estar nesse lugar.

Sra. Bruna Mendes: — A pergunta é sobre o acolhimento que a cidade pode fazer.

Participante 9 — Eu acho que quando a cidade acolhe o jordanense, o jordanense vai lá e depreda tudo. A prefeitura vai lá e monta o parquinho, uma academia ao ar livre, o bendito vai lá e quebra tudo, picha tudo.

Participante 4 — Acolhimento é uma mão de duas vias. [ininteligível – 01:12:05].

Participante 9 — Eles vão lá e montam um globo de vidro lindo, o jordanense vai lá e destrói. Não são todos, lógico, não é a maioria. Mas quando a cidade quer dar um acolhimento, quer dar algo, o jordanense vai lá e depreda.

Participante 6 — Também acho que maioria das coisas acabam se tornando crítica. A prefeitura e reforma o arco, vamos supor, e falam “nossa, mas porque não investiu em tal coisa”. Sempre vai ter uma crítica, sempre vai ter algo bom, mas “ah, por que é que fez isso?”.

Participante 9 — Um exemplo, ali é o trevo de Santa Cruz. A prefeitura deixou tudo bonitinho, colocou um monte de buchinha redondinha, plantou florzinha. As pessoas começaram a levar todos os buchinhos. A prefeitura teve que ir lá e tirar os buchinhos, não é barato, é uma média de trinta reais cada uma e encher de flor e dormente, pro próprio jordanense não pegar e levar o negócio.

Sra. Bruna Mendes: — Nós estamos indo para a última etapa, tá bom gente? Respira fundo que está acabando, faltam quatro perguntas apenas. Aproveita, bebe água, lembra que eu deixei docinho aí e tudo mais, para vocês recuperarem energia, tem salgado, pipoca doce.

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — A próxima pergunta é, como vocês se sentem enquanto moradores aqui de Campos do Jordão?

Participante 9 — Eu me sinto bem.

Sra. Bruna Mendes: — Feliz?

Participante 9 — Eu gosto daqui, eu nasci aqui.

Sra. Bruna Mendes: — Tem memória?

Participante 9 — É. Estou tentando, eu gosto. Eu falo que amo o estado. Eu adoro.

Participante 7 — Eu gosto muito daqui, mas pretendo caminhar um pouquinho mais para fora daqui também, principalmente por ser turística a cidade.

Sra. Bruna Mendes: — Te incomoda morar em uma cidade turística?

Participante 7 — Não me incomoda, mas acho que minha área de trabalho não condiz.

Sra. Bruna Mendes: — Você que veio de fora como é que é?

Participante 1 — Eu gosto, mas está me incomodando ultimamente.

Sra. Bruna Mendes: — Por que?

Participante 1 — O turismo, a hotelaria, muitos anos, eu gosto muito, de todas as áreas de hotéis, mas está fechando o ciclo.

Participante 3 — Eu gosto e eu também estou pretendendo rodar em outros setores para entender mais.

Sra. Bruna Mendes: — Mas continuar na cidade?

Participante 3 — Sim, por enquanto sim, porque tem muito, como a gente dizia antigamente era laboratório, tem muitas áreas ainda que quero conhecer na prática, não só na teoria.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 2?

Participante 2 — Eu gosto, não me vejo em outro lugar.

Sra. Bruna Mendes: — E para você que foi para Taubaté, a pouco tempo, mas foi?

Participante 5 — Eu acredito que minha família quis ir embora porque tinha pouco recurso aqui na área de trabalho.

Sra. Bruna Mendes: — Você se sente como parte integrante do turismo da cidade?

Participante 7 — Muito.

Sra. Bruna Mendes: — E como?

Participante 7 — Trabalhando. Prestando serviço tanto na [ininteligível – 01:15:34], como em eventos.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 2, para você que não trabalha na área e é funcionária pública, você se sente parte integrante do turismo?

Participante 2 — Como funcionária pública, eu falo assim que a prefeitura peca muito no sentido cultura e turismo, são as secretarias menos investidas em uma cidade considerada glamourosa.

Sra. Bruna Mendes: — Falta uma parte?

Participante 2 — Falta sim. A gente como colega de serviço, o turismo está em contato direto com a administração, mas tudo é acordado, não é assim: não é o secretário que está lá que não está fazendo, ele não tem.

Sra. Bruna Mendes: — A maioria de vocês acabou trabalhando com a área, mas vocês pensam que a relação do turismo de vocês, a relação com o turismo, se dá só no trabalho ou também se dá quando vocês saem do trabalho?

Participante 2 — Quando sai do trabalho.

Participante 3 — Se sair daqui e for para outro lugar já está fazendo turismo.

Participante 9 — Eu acho que se dá com o turismo sim, de novo na infraestrutura, na sinalização, nas ruas.

Sra. Bruna Mendes: — Mas você enquanto moradora, você pensa em “ah, eu sou representante de turismo de Campo do Jordão tanto quando eu estou no meio trabalho quanto quando estou no meu momento de lazer?”

Participante 9 — Quando o turista para e pede informação.

Participante 4 — Eu vivo cem por cento no turismo. Mas é caso específico meu, mas quando você não está trabalhando você está pensando no que vai fazer para melhorar, o atendimento ao turismo, ou até em um município da região, participar dos conselhos, das coisas. A gente reclama muito, mas não participa, gosta muito de reclamar, gosta de meter o pau, mas ir lá e fazer parte do conselho e dar suas sugestões e suas ideias, ou apresentar algo que você tem conhecimento. É fadado ao fracasso. Você pensa que a participação popular é muito ruim.

[Intervenções simultâneas]

Participante 6 — É que há algo, seja para a área do turismo ou outro, quando a população, está lá, quer diminuir ou as vezes quer criticar o poder público, ela está lá criticando, criticando, criticando, mas quando vai ter alguma sessão aberta ao público na câmara não vai, não impõe, não participa o que tem na cidade, diversos tipos de ações que a prefeitura promove e não vai.

Participante 7 — Mas sabia que é pouco divulgado isso? Porque eu nunca fico sabendo que ia ter uma sessão em órgão público para falar sobre algo.

Participante 4 — Pode entrar no site, que vai estar lá

[Intervenções simultâneas]

Participante 7 — Eu vejo depois, facebook, eu acho que ele não falou nada.

Sra. Bruna Mendes: — Vamos para a penúltima. Que lugares de Campos do Jordão vocês costumam visitar? Não é uma vez a cada cinco anos, tá bom gente? É um lugar que vocês gostam, que costumam ir.

Participante 7 — Eu gosto muito, querendo ou não, do Capivari, porque é na porta de casa, então eu posso ficar o dia todo.

Participante 3 — A ducha

Sra. Bruna Mendes: — A ducha.

Participante 3 — O mosteiro das Beneditinas também

Participante 7 — O horto florestal.

[Intervenções simultâneas]

Participante 9 — Jordanense gosta de visitar lugar que tem...

Sra. Bruna Mendes: — Mas o jordanense, e você? Quais os lugares que você gosta de visitar?

Participante 4 — Eu gosto muito do auditório

Sra. Bruna Mendes: — O auditório?

Participante 3 — Eu ia todos os anos em uma festa da cerejeira, desde que eu tinha quinze anos. E para mim foi muito triste depois que fechou, porque eu gostava de ir nos festivais.

Participante 8 — Não tem um lugar que eu goste de ir específico, mas gosto muito de andar, ver as paisagens.

Participante 9 — Gosto do alto da boa vista, gosto de caminhar.

Sra. Bruna Mendes: — Gosta de caminhar. A participante 2 disse que gosta de fazer roça.

Participante 3 — Turismo rural.

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — Participante 1, adianta te perguntar ou você vai continuar casa e trabalho, trabalho e casa?

Participante 1 — Isso, só passo pela avenida, só.

Sra. Bruna Mendes: — Agora nós vamos para a última pergunta. Mas eu vou pedir que, inicialmente, os três que não tiveram aula comigo respondam. E depois os que tiveram aula comigo podem responder. Os que tiverem aula comigo respondam aquilo que vocês acreditam, não aquilo que vocês viram na teoria. A minha pergunta é: o que você entende por hospitalidade?

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — Participante 8, Participante 4, você? O que vem na cabeça de vocês?

Participante 8 — Vem acolhimento, e uma palavra, satisfação. É acolhimento, carinho.

Sra. Bruna Mendes: — Quer arriscar?

Participante 4 — Carinho, eu vejo muito a hospitalidade é um conjunto de ações que você possa optar para que você receba ou recepcione um determinado grupo, pessoa ou indivíduo dentro daquilo que você se propôs. Então falar de hospitalidade é um conjunto, não é só você atender, é um conjunto de ações para você poder ter essa hospitalidade. Você tem que preparar o ambiente, você tem que estar com tudo dentro do necessário, você ter a recepção e você promover a hospitalidade.

Sra. Bruna Mendes: — Ok.

Participante 5 — Eu creio também que o acolhimento é a forma como a pessoa te trata.

Sra. Bruna Mendes: — Agora quero ouvir dos outros.

Participante 4 — Eu acho que a hospitalidade não é nem um bem receber, eu acho que a hospitalidade é passar para o hospede o que ele não está esperando. Os hospede, cliente, turista, é você surpreender a pessoa, hospitalidade para mim é isso.

Sra. Bruna Mendes: — Concorda? Alguém quer acrescentar alguma coisa?

Participante 3 — Eu acho que hospitalidade tem a ver como você acolhe dentro da sua casa, não só em casa, com família e amigos. Hospitalidade também é isso, é você cuidar do outro, se preocupar com o outro, ver se a pessoa gostou do que você está fazendo para ela.

Sra. Bruna Mendes: — Eu prometo que é para finalizar. Vocês acham que Campos do Jordão é uma cidade hospitaleira?

Turma — Não.

Sra. Bruna Mendes: — Não? Vocês me deram essa resposta não, mas pensando em que? Ao turista ou ao morador?

Turma — Ao turista.

Sra. Bruna Mendes: — A maioria falou ao turista. Porque você acha que ela não é hospitaleira ao morador?

Participante 7 — Porque se eu não posso frequentar um ambiente legal, sentar em um restaurante legal eu não estou sendo bem acolhido.

Participante 9 — Não é proibido. Aí entra uma questão também que eu observo bastante que o jordanense tem a autoestima baixa, ele mesmo se segrega. Não vou lá porque lá só tem rico, porque vão olhar meu tênis, porque lá é isso, é aquilo. Então, já tem essa cultura de que lá não é lugar de jordanense. Aí já tem uma certa baixa estima.

Participante 7 — tem sim esse sentimento na sociedade

Participante 1 — Outro dia me falaram a respeito de ir no pão de açúcar. Que era um mercado de rico. Não, é um mercado de quem tem dinheiro para pagar

Sra. Bruna Mendes: — Participante 2, você ficou na dúvida. Não falou nem morador, nem turista. Do turista já foi explorado

Participante 2 — Dividido.

Sra. Bruna Mendes: — E você também acha que não é.

Participante 2 — Não.

Sra. Bruna Mendes: — E porquê?

Participante 2 — Para nós a cidade também não está cem por cento. Um exemplo, a participante 9 está falando sempre de infraestrutura. Eu moro na minha casa a mais de trinta e cinco anos, a minha rua é sem asfalto e cheia de buraco. Pulei, esperneeii, pus no face e tudo o mais. E está tudo do mesmo jeito.

[Intervenções simultâneas]

Participante 2 — Não tem. Porque também assim, eu como contribuinte, coimo moradora, não estou sendo vista, porque o asfalto passou, fez a curvinha e foi na rua de cima, mas na minha não foi.

[Intervenções simultâneas]

Participante 2 — Infelizmente é assim. Eu sou moradora.

[Intervenções simultâneas]

Participante 7 — A noite na minha rua são vários postes sem luz.

Sra. Bruna Mendes: — Na minha foi a gente que colocou. Então tá bom. Para o turista, para o pessoal que respondeu que não é para o turista? Por que vocês acham que não é para o turista e eu prometo que eu encerro.

Participante 6 — Eu acho que por uma série de fatores. O jordanense, na sua grande maioria, não tem a capacitação para saber como ele vai receber. O funcionário que está ali distribuindo um guia da temporada e ele está tipo assim (apontando). Não fala um bom dia, seja bem-vindo a Campos do Jordão. (só fica entregando o guia – por gestos)

Participante 9 — O Portal é assim mesmo

[Intervenções simultâneas]

Participante 3 — Eu acho que faz falta pelo centro de informação turística, e não próximo do público (Capivari), mas mais para a Abernóssia.

[Intervenções simultâneas]

Participante 6 — Aí a secretaria de turismo está lá no meio e ela não é capacitada. Eu falo isso porque eu me capacitei como atendente de turismo quando estava fazendo curso, você virava para a secretaria de turismo e eles falavam “não, vai ser em tal lugar”, ficava um jogando para o outro. No final das contas a gente não consegue. Tem ali no centro a secretaria que poderia estar acolhendo turista, entregando o guia, explicando como funciona a cidade e isso não acontece. Acho que isso é um grande problema pra cidade sim, quanto acolher o turista.

Sra. Bruna Mendes: — Alguém quer acrescentar alguma coisa?

Participante 7 — Eu discordo em parte dela, quando ela fala da falta de capacitação para a pessoa receber. Aqui tem aqui o instituto, o SENAC sempre está oferecendo cursos para essas áreas, eu acho que é mais falta de vontade da pessoa ir atrás.

[Intervenções simultâneas]

Participante 4 — Eu vou acrescentar. Discordar. Talvez a idade nossa seja um pouco diferente. Eu discordo que é o poder público que tem que ter recepcionista, que tem que receber o turista na cidade, não é o poder público, somos nós. Então, a partir da hora que você passa a responsabilidade só para o poder público de receber na secretaria de turismo um milhão e meio de pessoas no ano, você está deixando de fazer o seu papel dentro município. Então, todos que trabalham que trabalham e loja, no restaurante, [ininteligível – 01:27:31], todos têm que receber com carinho, com atenção, para que você possa gerar conforto.

Participante 6 — Eu falei da secretaria de turismo, porque eu sou dessa opinião, eu já fui em restaurante em Capivari, que eu fui muito bem tratada e já fui em restaurante na Abernóssia, que eu não fui bem tratada. Então, não acho que é só o público A, é uma consciência coletiva, entre morador e poder público, que o turismo é sim uma coisa importante para a cidade e que eu preciso tratar bem.

Sra. Bruna Mendes: — Mas pelo o que já discutiu tudo aqui vocês chegaram a conclusão que o jordanense não tem essa...

Participante 4 — Tem que difundir essa cultura.

Participante 3 — Eu acho, Bruna, que desde a escola deveria ter a matéria de turismo. Porque eu só fui aprender o que é o turismo quando eu fui fazer as aulas na faculdade. Porque a gente não tem quase política que ensine a gente. Se tivesse a matéria na escola, desde criança, cresce aprendendo o que é aquilo. Tivesse também a parte de atendimento ao cliente já na escola, quando estivesse na situação de adulto a parte de atendimento na cidade em todos os setores seria diferente.

Sra. Bruna Mendes: — Ok. Alguém quer acrescentar mais alguma coisa? Então, gente eu agradeço muito a presença de vocês aqui. Peço só para vocês verificarem se vocês assinaram o termo de consentimento. Lembrem que uma cópia é de vocês. E se preencheram os demais documentos. Fico a disposição para dúvida. Fica minha eterna gratidão e uma dívida eterna com vocês pela disponibilidade de vocês. Ok? Não esqueçam de levar o lanche para casa, tá bom?

I – TRANSCRIÇÃO DO GRUPO FOCAL B

Participante 01 = mulher, entre 15 e 25 anos, solteira, curso superior completo. Nascida em São Paulo, mora há mais de 5 anos em CJO, no Vale Encantado. Sua atuação profissional é com eventos corporativos, indicando ter intensa relação com o turismo

Participante 02 = homem, entre 15 e 25 anos, casado, curso médio completo. Nascido em CJO, no Santa Cruz. Sua atuação profissional é músico, indicando ter intensa relação com o turismo

Participante 03 = homem, entre 15 e 25 anos, solteiro, curso superior completo. Nascido em CJO, no Santa Cruz. Sua atuação profissional é hotelaria, indicando ter intensa relação com o turismo

Participante 04 = mulher, entre 15 e 25 anos, solteira, curso superior completo. Nascido em CJO, na Vila Sodipe. Sua atuação profissional é restauração, indicando ter intensa relação com o turismo

Participante 05 = homem, entre 15 e 25 anos, solteiro, curso médio completo. Nascido em Barra Mansa (RJ), mora há mais de 3 anos em CJO, na Abernédia. Atualmente está sem ocupação profissional.

Participante 06 = mulher, entre 37 e 47 anos, casada, curso superior completo. Nascida em CJO, no Vila Paulista. Sua atuação profissional é fisioterapia, indicando ter alguma relação com o turismo

TRANSCRIÇÃO 2 – GFB (01:21:54)

Sra. Bruna Mendes: — [...] Não consigo chegar a tempo para participar desse nosso bate papo. Então, primeiro eu gostaria de agradecer vocês pela participação e pela... Oi Pâmela, estava falando de você. Pâmela, você tem uma luza atrás de você que me impede de ver o seu rostinho. Isso, agora melhorou. Só para retomar, gostaria de agradecer essa disponibilidade de vocês virem ter um bate papo com uma ex-professora de vocês, mesmo sendo virtual. Essa é a etapa final do meu doutorado e hoje eu chamo de uma roda de conversa, o nome oficial é Grupo de Foco, e é uma roda de conversa por quê? Porque eu preciso da participação de todos vocês. Então, eu vi que vocês colocaram o mute enquanto eu estou falando, mas na hora que eu começar as perguntas libera todo mundo. Porque nesse processo eu vejo reação, tentativa de você falar, algo que você tenha soltado sem querer e que eu escute, todo esse processo é importante para que a gente possa fazer. A maioria já enviou para mim o perfil, o termo de consentimento que eu enviei para vocês, quem não me enviou eu peço para que depois me envie. Desculpem, o gato também queria participar. Só para explicar, esse termo de consentimento ele é uma exigência do Comitê de Ética Nacional, que a gente tem que submeter o trabalho. Nesse termo que eu enviei para vocês existem os meus dados de cadastro no Comitê de Ética, meu telefone, então caso vocês tenham algum problema, principalmente psicológico advindo dessa conversa é minha responsabilidade procurar orientação médica para vocês. Caso vocês não queiram participar da gravação que eu estou fazendo nesse momento, aí

eu peço para você desligar sua webcam. A imagem de vocês não vai para nenhum lugar, nem Facebook, nem Instagram, nem trabalho. O nome de vocês não vai para meu trabalho, vocês serão nomeados nessa ordem que vocês estão, por números um, dois, três, quatro, cinco, seis. E o que me interessa são as conversas que nós vamos ter a partir desse processo. Está bom? Eu vou começar com... eu vou lançar a pergunta e fica livre para quem quiser começar a responder. Se ninguém responder, ficar olhando para o teto, para o chão, para o lado, ou para qualquer outro lugar, aí eu vou começar a cutucar vocês para que a gente tenha a quantidade de resposta ou interação. Tudo bem? Estão preparados? Ok, então vamos lá. O que vocês pensam sobre o turismo em Campos do Jordão? Qual é a primeira palavra ou a primeira sensação que vem à cabeça de vocês quando eu falo isso: turismo em Campos do Jordão?

Participante 5: — Com base em tudo que eu tenho ouvido desde que vim para cá, exploração.

Sra. Bruna Mendes: — Exploração.

Participante 5: — Exploração.

Participante 6: — Eu acho que é turismo de fazenda, descanso, relaxamento, eu penso mais nessas coisas, nesse sentido.

Sra. Bruna Mendes: — Eu acho que alguém está com o som...

Participante 2: — A primeira palavra que vem à minha cabeça é injustiça, quando fala-se de turismo em Campos do Jordão.

Sra. Bruna Mendes: — Por que injustiça?

Participante 2: — Porque eu acho que tem pouca gente ganhando muito com o turismo em Campos e muita gente ganhando pouco.

Sra. Bruna Mendes: — Certo.

Participante 4: — Para mim vem à cabeça oportunidade de trabalho. Porque eu dependo do turismo, então para mim quanto mais turistas vierem melhor.

Sra. Bruna Mendes: — Entendi. Participante 1 e Participante 3, que também trabalham com isso.

Participante 3: — Com o turismo em Campos do Jordão eu penso muito que é mal aproveitado, mas a gente tem muito recurso. Então, a primeira coisa que eu penso é falta de preparo para lidar com o que nós temos na cidade. Primeira coisa que eu penso.

Participante 1: — Eu ia falar isso. A primeira coisa que vem à minha cabeça é a palavra inexplorado. Acho que a gente tem muito potencial para poucas partes desenvolvidas, pouca mão de obra desenvolvida, poucas pessoas estudam o turismo

realmente aqui em Campos para que entendam e passem para frente a importância disso para a cidade.

Sra. Bruna Mendes: — Ok. Agora, vamos pensar numa situação que a gente não tivesse passando por essa pandemia, que estivéssemos em processo normal da cidade. Vamos tentar, depois de um ano e pouco, tentar imaginar como era o passado. Quando a temporada do turismo começava a se aproximar, quando começava a chegar Corpus Christi, como inauguração da temporada aqui, qual é o pensamento que vem à cabeça de vocês quando a temporada estava começando?

Participante 2: — Estou rico!

Sra. Bruna Mendes: — Vou tocar horrores, não é Participante 2.

Participante 2: — Meu dedo vai cair!

Participante 6: — Se fosse a dez anos atrás: balada. Hoje? Trânsito. Quero, quero chegar em casa.

Participante 1: — Para mim é a temporada do caos, é o começo do caos na cidade, de trânsito, de tudo. Vem tudo, tanto bom como ruim. Então, tudo acontece no Corpus Christi, a partir do Corpus Christi vem todo esse montante aqui para a cidade de uma vez.

Participante 3: — Quando eu penso em Corpus Christi eu já fico meio desesperado. Já dá um gatilho, porque na central de reservas a gente nada de um jeito, nossa senhora. Mas a gente fica feliz, porque eu tenho certeza que a caixinha vai ser boa, é a primeira coisa que eu penso.

Sra. Bruna Mendes: — Para você impacta bem, que você sabe que seu lucro, assim como o Participante 2 brincou, o lucro vai existir lucro, não vai ser só subsistência.

Participante 3: — Exatamente.

Participante 4: — Eu penso no lucro também. Só que eu também já penso na mão de obra. Porque onde eu trabalho a gente tem que preparar as pessoas bem antes. E é meio difícil você achar mão de obra que consiga em cima da hora para poder fazer tudo isso. O pessoal não gosta muito de trabalhar lá no Capivari.

Sra. Bruna Mendes: — Isso que eu ia perguntar é uma questão... vocês trabalham muito com extra, eu acho que a temporada são os extras que acabam lucrando, é isso?

Participante 4: — Olha, para os extras as vezes sim, acabam tendo um dinheirinho extra sim que vale a pena, mas é difícil porque geralmente o pessoal não aguenta muito. Porque na temporada o patrão quer aproveitar, ele quer tirar o que pode porque é só nesses meses e depois a cidade morre. Então, é meio difícil nesse sentido. Mas os extras conseguem tirar uma renda muito boa.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 5, e para você? Você tem algum sentimento, é um sentimento de caos, trânsito, como a Participante 6 e a Participante 1 colocaram? É um sentimento de trabalho? Você está sem som Participante 5, está sem som.

Participante 5: — Não acredito que estava falando sozinho. Eu não tenho esse contato direto com o turismo, apesar de tudo, por mais que...

Sra. Bruna Mendes: — Mas para você, enquanto morador da cidade?

Participante 5: — Eu acho que essa época de turismo acaba sendo uma época de oportunidade para conhecer novas pessoas. Nesse sentido. Obviamente que se incentiva a dar uma fortalecida no comércio como um todo, mas eu não sinto grande desgasta, apesar de tudo, acabo achando até gostoso.

Sra. Bruna Mendes: — Ok.

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — A partir disso me deu uma curiosidade do seguinte: neste período de alta temporada vocês deixam de fazer alguma coisa que usualmente vocês fariam?

Participante 2: — Eu deixo de fazer tudo.

Sra. Bruna Mendes: — Porque aí você vai se matar de trabalhar, não é Participante 2?

Participante 2: — Eu trabalho 30 dias, 60 dias sem parar, igual maluco.

Participante 4: — Eu estou na mesma, professora. Eu também trabalho direto e não tenho tempo para fazer nada. Saio cedo e não tenho hora para chegar, toma todo o tempo.

Sra. Bruna Mendes: — Sem folga, não é?

Participante 4: — Sem folga.

Participante 6: — Eu pelo contrário. É aí que eu saio para passear com minha filha, ver minha irmã, ver minha prima, ver meu irmão, a gente aglomera.

Sra. Bruna Mendes: — Aglomerava.

Participante 3: — Eu pegava essa oportunidade para sair com minha mãe nessa época de temporada. Porque acabava sendo pessoas novas, ambiente novo, acabava sendo agradável.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 1, Participante 3. O Participante 3 está com cara de dúvida.

Participante 3: — Eu não, estou pensando porque para mim não muda tanto, porque não faço muito essa linha do extra, o meu serviço continua a mesma coisa, mas eu trabalho num nível muito maior. Mas pensando nisso eu faço até mais coisas. Eu passeio mais porque estou tão estressado que preciso fazer alguma coisa. Daí eu começo a fazer mais coisas, a sair mais. Eu acho que eu até aproveito mais, eu não deixo de fazer coisa não, viu professora.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 1?

Participante 1: — No meu caso não é a quantidade de trabalho, porque relativamente não muda. Para mim é mais constante nessa época. Só que eu deixo de sair, evito até ir em supermercado, essas coisas todas, porque para mim eu já tinha essa coisa de aglomeração até antes dessa pandemia, meu estilo está sendo exaltado. Mas eu realmente deixo de ir nos lugares, eu não frequento pontos turísticos nessa época, tento frequentar o mínimo possível lugares e locais que eu sei que vão ter uma aglomeração maior dos turistas. Por exemplo, Pão de Açúcar. Coisas cotidianas que tem uma tendência maior deles irem para lá e se focarem lá. Então, eu evito muito isso.

Sra. Bruna Mendes: — Eu fiquei curiosa que a Participante 6 falou que não muda nada, mas Participante 6 você, como acaba cuidando da casa também, você não altera nem o dia que vai fazer compra no supermercado? Porque eu, por exemplo, não vou de sexta a sábado quando é alta temporada. Eu vou de segunda a sexta.

Participante 6: — Na verdade, não muda muito porque como a gente divide um pouco as tarefas aqui em casa, supermercado para mim tem que ir, vamos. É que nem ela falou, Pão de Açúcar eu sei que está... eu quero comprar algumas coisas no Pão de Açúcar, de repente eu vou no final do dia, estou indo para fechar. Mas isso eu já fazia sempre procurei de “ah, está lotado, não vou”. Não muda. Sábado é dia de feira, sábado é dia de feira, vamos para feira. Ah, fulano chegou, Vamos preparar a casa, então deixa tudo pronto, já sabe mais ou menos o esquema do que vai fazer, para onde vai passear, com quem que vai, enfim.

Sra. Bruna Mendes: — E o trânsito normal para vocês? Não incomoda?

Participante 6: — A gente se programa.

Participante 5: — Pelo contrário, fica até mais fácil de atravessar a rua. Maravilhoso a época de temporada.

Participante 6: — Agora não me incomoda mais. Ah, vamos ter que sair, vou para feira, vai pegar trânsito. Não fico “ah, que saco hoje tem trânsito”. Gente...

Sra. Bruna Mendes: — Você está preparada, é isso?

Participante 6: — Paciência. Está parado não sei aonde, beleza. Então, aonde que eu vou? Eu já procuro a rota alternativa, um lugar alternativo. Esse negocia de que “ai, está trânsito e não consigo andar”, já passei essa fase. A gente sabe que isso acontece. Então, o jordanense ele não pode falar que está despreparado. [ininteligível – 00:11:48].

Sra. Bruna Mendes: — Vê se não é o seu Participante 5?

Participante 5: — Eu acho que não porque eu também estou ouvindo. Continua.

Sra. Bruna Mendes: — Então vamos levando lá, porque viva a tecnologia. É assim mesmo.

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — Falhou de novo. Sua voz está sumindo.

Participante 6: — Quer que eu desconecte e volte?

Sra. Bruna Mendes: — Tenta travar o som por enquanto para ver se ele volta ao normal. Quando a gente está nesse período de alta temporada e alguém para vocês para pedir alguma informação. Qual o sentimento de vocês?

Participante 5: — Geralmente, é de tristeza porque eu não sei explicar onde é que eles querem ir. Então, é meio frustrante. Agora, [ininteligível – 00:13:21].

Sra. Bruna Mendes: — Alguém fala também para eu ver se o problema está sendo lá no Participante 5, para mim?

Participante 3: — Quando alguém pede, eu fico animado...

Participante 4: — Quando alguém me pede informação eu tento passar e quando eu não sei peço um ponto de referência para a pessoa tento pesquisar no Google ou em alguma coisa para poder...

Participante 5: — Professora, tentas mudar a senhora, só um momento.

Sra. Bruna Mendes: — Espera aí. Gente, eu moro no meio da mata e eu juro que o barulho do trânsito não é meu não. Vamos levando no que dá. O que eu estou buscando é assim, quando vocês dão a informação, vocês dão a informação felizes em dar a informação ou aquele “ai que saco que eu tenho que dar informação” ou “vai procurar no Google que eu não sou fonte de informação”?

Participante 3: — Eu sou assim até animado, a pessoa pergunta alguma coisa só falta eu carregar ela até o lugar. [ininteligível – 00:14:42] muito animado. Eu sei que é porque eu gostei tanto de estudar, e gosto ainda de estudar isso, mas eu fico muito animado, eu não me importo. Eu pego até o WhatsApp da pessoa e fico amigo.

Participante 1: — Eu gosto bastante porque eu sei que eu estou dando a informação correta para a pessoa e eu dou dicas para ela e tudo mais. Como eu conheço fica muito mais fácil para mim transmitir essas informações e eu sei que eu gostaria muito de, se eu estiver em um lugar diferente, um lugar que as informações realmente sejam corretas e o lugar certo. Então, eu gosto por saber que estou sendo eficiente para essa pessoa.

Participante 2: — Quando eu sei a informação eu acho que fico feliz de dar a informação também. Eu só acho que as vezes a forma como essa informação é pedida fica um pouco chato. As vezes o turista está bravo porque ele não consegue chegar, não consegue ir para determinado lugar e as vezes ele já vem perguntando meio puto, percebe que você é da cidade e tal, e as vezes bate um sentimento de vergonha também, porque algumas informações básicas já deveriam ser dadas para esse turista, até antes dele chegar, através de informação digital e tudo mais. Mas é só uma circunstância, só um detalhe.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 6, para você tem algo?

Participante 6: — Geralmente, quando acontece eu procuro fazer da melhor forma, como seu estivesse no lugar da pessoa. Eu penso assim. Tentar, que nem a Participante 4 falou, de dar as informações necessárias. Algumas dicas, “olha, faz esse caminho” ou “esse lugar é legal, não é”, enfim, para a pessoa poder se localizar. Eu acho que a gente pensando dessa forma pelo menos é o mínimo, penso assim para poder ajudar, faz bem

Sra. Bruna Mendes: — E quando vocês pensam na imagem de Campos do Jordão, qual a palavra que vem para vocês?

Participante 4: — Para mim natureza, frio.

Participante 5: — Sofisticação. Tudo aqui é exposto, compartilhado, publicado, divulgado. Acho que a imagem de Campos do Jordão é um lugar sofisticado.

Participante 2: — É chique. É isso que vem na minha cabeça. Mas é o que a gente externa, mas não necessariamente o que a gente vive.

Sra. Bruna Mendes: — Você acha que essa riqueza, esse modo chique que é externado não é compartilhado por todos? É mais para o turista ou morador?

Participante 2: — Eu vejo assim que esse estigma de chique de Campos é igual aquela roupa nova que a mãe coloca na criança para ir na missa domingo. É isso, domingo está de roupa nova, mas na segunda-feira está só por Deus. Mas é muito difícil, é um assunto muito complexo para você unificar tudo, que a cidade seja chique para quem mora nela e para quem visita ela, é complicado. Mas é uma utopia aí, quem sabe um dia.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 3, Participante 1?

Participante 3: — Eu penso muito em refúgio. A cidade em si, a gente vem para Campos para fugir um pouquinho e também, mesmo quando eu estava morando no Rio, mesmo tendo saído de lá eu ainda pensava em Campos como um refúgio. Então, não sei se é porque a cidade ela é meio que montada para ser diferente dos outros lugares, não sei. É um sentimento de... com esse ar que nós temos aqui, com essa tranquilidade que nós temos, parece que a gente consegue fugir. Então, eu penso em Campos do Jordão, refúgio.

Sra. Bruna Mendes: — Ok, Participante 1?

Participante 1: — Na verdade, eu tenho uma ideia um pouquinho diferente, porque da primeira vez que veio na minha cabeça, realmente, veio uma cidade bonita, natureza, ao ar livre e tudo mais, mas só que se eu paro para pensar um pouco eu penso que ela é uma cidade acessível. Ela está muito bem localizada, está próxima de muitos pontos estratégicos e ela é ponta, ela é ponta, não tem nada aqui depois de Campos. Eu acredito que ela é acessível tanto em localização como em entretenimento. Não que seja uma cidade puro entretenimento, porque não é, é uma coisa que nós realmente temos que melhorar muito. Só que eu acredito que qualquer tipo de público que venha consegue se entreter aqui.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 6, o que você pensa? Qual é a primeira?

Participante 6: — Eu compartilho que é o descanso, é o refúgio mesmo. Eu acho que Campos do Jordão é uma cidade privilegiada em sua natureza e eu como jordanense nata falo assim, a gente acostuma. Até a gente fala assim “nossa”, quando você para a gente fala “nossa, Campos é bonito mesmo” e a gente ainda consegue destruir o que era ainda bom, porque você olha assim e fala “meu, a paisagem. Às vezes eu vou no Capivari e vou muito ali no Boulevard no Geneve, do Lélío, e eu falo “nossa, a casa da minha vó era aqui, olha como era esse negócio, a minha bisavó morava aqui, não sei o que” e você fala assim: “como Campos cresceu e como Campos ficou bonito e como a beleza natural. Você subindo agora em outono, você vê as estações, assim, é único. E se a gente olha com olho de estou passando porque não quero ver, então realmente. E o turista ele chama a atenção da gente, “nossa, a cidade está bonita, a cidade está não sei o que”. Eles têm essa percepção porque estão vindo aqui para curtir, entre outras coisas. E o jordanense é o cotidiano, preciso trabalhar, preciso... que você não vê, não dá essa ideia. Porque Campos atrai muito nesse sentido.

Sra. Bruna Mendes: — No geral, quando a gente fala de Campos a imagem, vocês colocaram, e isso acontece, é vendido o glamour, o lado chique, a Suíça brasileira e a questão da natureza. O Participante 2 tocou em um ponto que essa distinção entre o que é vendido e o que é a gente realmente recebe enquanto morador. A gente acaba se habituando a ela. E a gente não aproveita. Essa questão da Suíça brasileira, do glamour ou essa distinção, vocês acham que tem? Vocês acham que o jordanense não usufrui desse glamour, dessa Suíça brasileira? Tem essa divisão?

Participante 4: — Olha professora, na minha opinião eu acho que existe um pouco de falta de informação para os próprios jordanenses. Porque tudo para eles que é para o turista é caro. Então, eu creio que a maioria não vai para os lugares, não quer conhecer muito a cidade nesse sentido. Porque é “ah, é caro, então não é para mim, não vou entrar”.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 2, você balançou bastante a cabeça quando a Participante 4 estava falando. Você compartilha com ela?

Participante 2: — Eu concordo muito com ela em relação a isso, porque eu estou aqui em Campos tem alguns anos já, mas eu sou de Santo Antônio. Mas é uma realidade bem parecida. Santo Antônio é uma filha de Campos do Jordão quase, é uma filha mais nova. E eu acho que eu não posso reclamar, como jovem, eu moro aqui em um chalé legal, em um bairro legal e tudo mais, mas pensando no geral, em

amigos que eu fiz no Capivari, pessoal que trabalho em salão, pessoal que trabalha ali duro, eu vejo que eles não conseguem aproveitar essa parte da cidade. Eu acho que não precisaria aproveitar o glamour, mas aproveitar as vezes nem a natureza. O cara as vezes não gosta tanto porque ele vê aquilo como uma ameaça, porque “eu quero sair, mas aí eu vou em um barzinho tal e é muito caro”, “eu quero comer uma fondue, mas eu não tenho aquela roupa chique para sentar no restaurante tal”. E a gente sabe que rola as vezes em alguns lugares ali do Capivari, quando o pessoal vê que a gente é de Campos nem sempre é tão bem recebido assim. Não é o mesmo tratamento que é para o turista. Então, é muito selecionado. Comigo nunca aconteceu, pelo contrário, já fui tratado como turista inúmeras vezes. Mas eu já vi acontecendo com outras pessoas e eu não posso fechar os olhos para o que acontece com os outros só pensando assim. Então, eu concordo plenamente com o que a Participante 4 falou aí.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 6, você virou a cara um pouquinho assim. Você discordou um pouquinho?

Participante 6: — É que assim, concordo com o que a Participante 4 colocou, mas eu já vi, já tive experiências de ir no Capivari e ser atendida por jordanense e ser discriminada porque eu sou uma jordanense. E vamos dizer assim, fui lá ver a blusa, mas não levei a blusa e a vendedora ficou de cara feia porque eu não levei. E já fui em outras lojas temporárias aqui, desmontei a loja, porque eu era daquele tipo que desmontava a loja, e super bem tratada, porque a função dela lá era me mostrar o produto. Então, entra o que ela já comentou, que é o despreparo, eu só quero vender para o turista porque o turista compra mais, enfim. Entram algumas questões assim que a própria mentalidade do público, das pessoas que trabalham no Capivari, falam “ah, o jordanense não compra porque não sei o que”, ou não aproveita também porque ele acha que não é para ele. Mas eu acho que deveria ter um trabalho mais voltado para a população, para adolescentes. Quem nem quando minha estava na escola a gente tentou levar ela... fazer o trabalho de levar nos parquinhos ou gratuitamente, ou com algum desconto, para eles aproveitarem a gente ia até fazer esses passeios. Os pais, alguns iam, alguns não iam, enfim. O próprio jordanense acostumar ter essa passagem. É caro? É caro. Mas eu sou daquelas assim: “o não eu já tenho”, então eu peço desconto, eu já saio falando que eu sou jordanense, “olha a creche está fulano de tal, que não tem muita gente, o que você pode fazer por ela?”, e vamos assim. Porque quem monta um comércio, como eu tive, você quer vender. Quem está ali no Capivari não é que não queira vender para o jordanense, mas eu acho que quando você abre um negócio você delimita seu público alvo.

Sra. Bruna Mendes: — Com certeza. Participante 1, você também teve uma reação na hora que o Participante 2 estava falando, principalmente na hora que ele comentou do fondue, você deu uma viradinha de cabeça ali, você lembra o que é que era?

Participante 6: — Tive uma experiência, era dia dos namorados e aí foi uma época que não tinha muito dinheiro, sai a Bárbara com o namorado, vamos no Capivari que eu quero comer fondue. Juro para vocês, eu andei todos os restaurantes ali do Capivari vendo preço de fondue achando que estava tudo caro. Único lugar que eu não fui olhar preço de fondue foi no Baden Baden. Beleza, voltando a casa, me arrumei, voltei. A hora que cheguei falei “não, vamos lá olhar o Baden Baden, que

afinal de contas já olhei todo mundo, o que é que custa”. Onde era o lugar mais barato? O Baden.

Sra. Bruna Mendes: — O Baden. E você Participante 1 qual foi sua experiência aí com fondue?

Participante 1: — Na verdade, foi um apontamento que ele fez que agregou um ponto que eu queria muito chegar, que é a questão cultural. Eu acho que a base de tudo na nossa cidade é a questão da cultura. O jordanense tem uma cultura muito diferente de outras cidades, porque se você analisa, por exemplo, Taubaté. Por que Taubaté tem uma noite mais movimentada que Campos, sendo que aqui tem uma gastronomia muito boa? Eu acho que tudo isso gira em torno de um pré-conceito e toda essa sensação de não pertencimento da cidade, dos lugares que não são para nós e tudo mais. Mas existe um pré-conceito que acaba sendo barrado pela cultura. Então, eles já colocam que a cidade é cara, que a cidade não é para mim, isso não é possível para meu bolso e tudo mais, só que se você chega como jordanense, na maior cara de pau mesmo, mas você vê que eles colocam coisas acessíveis para nós, eles colocam a opção de... delimitam de uma forma que não segregue, mas delimitam de uma forma que as pessoas possam usufruir a mesma coisa que o turista está usufruindo. Então, é muito relativo. Porque, por exemplo, como eu sou de São Paulo, eu já tenho uma cabeça um pouco mais diferente. Por exemplo, café da tarde, é muito difícil eu ver as pessoas daqui aproveitando os cafés locais, essas coisas todas. Então, são coisas básicas que a gente vai colocando na nossa cabeça que... para mim é normal, mas para muitos jordanenses talvez não seja. Aí gera [ininteligível – 00:29:36].

Sra. Bruna Mendes: — Participante 3, e para você aí? Só para a gente poder finalizar esse primeiro bloco de perguntas.

Participante 3: — Eu acho uma situação bem delicada, porque a partir do momento que a gente tem aquele lucro de venda, aquele lucro nós jordanenses trabalhamos para as pessoas virem aqui, a gente precisa que eles tragam dinheiro para cá. A partir do momento que a gente criou esse núcleo, as pessoas em volta que veem isso acabam se sentindo excluídos dessa situação. E eles acabam não aproveitando por não se sentir convidado, de alguma forma, para isso. Realmente, grande parte da cidade não são pessoas de tanto dinheiro, que nem eu, então eu acho que meio que falta um convite, falta uma ligação para as pessoas para se sentirem pertencentes e por isso, uma coisa que acontecia a muito tempo atrás ficou meio que concretizado. É uma coisa normal para a gente jordanense, muitos amigos que eu tenho não se sentem convidados para, por exemplo, ir no morro do elefante, fazer alguma atividade que acontece em julho. Eu acho que é uma situação complicada, eu acho que realmente grande parte não se sente à vontade. Por isso que a gente fica meio que com essa limitação. Mas também quem não se sente convidado não se movimenta para mudar essa situação e quem convida continua fazendo o que eles fazem, trazer dinheiro para a cidade.

Sra. Bruna Mendes: — Beleza, só para vocês não ficarem nervosos a primeira etapa acabou. Vamos para a segunda etapa. Também são perguntas. Eu não sei de onde vem o barulho, também não é da minha. A gente já chegou à conclusão, já colocamos aqui que Campos do Jordão é uma cidade de turismo. Como que vocês acham que o

jordanense se beneficia com esse turismo? Quais são os benefícios que o jordanense tem de morar em campos?

Participante 4: — Professora, para mim é como se fosse um ciclo, uma coisa depende da outra. O pessoal que trabalha ali no Capivari ele vai acabar gastando seu dinheiro ali na Abernédia. E também para investimentos na cidade, porque eles investem bastante. Por exemplo, a calçada foram eles que fizeram tudo, acho que isso é um benefício para a população, para a cidade, gira a economia bastante também. Creio que é mais nesse sentido.

Sra. Bruna Mendes: — Ok. E aí?

Participante 4: — Olha, acho que puxa até um pouco o tópico anterior também. Talvez se não fosse pelo turismo seria um valor padronizado [ininteligível – 00:32:52]. Então, [ininteligível – 00:32:59].

Sra. Bruna Mendes: — Participante 5, estou perdendo tudo o que você está falando, seu som está falhando. Eu vou passar para o Participante 2, porque o Participante 2 deu uma olhada para o lado, eu não sei se foi para acordar um pouco ou se foi só para poder pensar. Além do que ela já colocou, como você acha que o jordanense se beneficia com o turismo na cidade.

Participante 2: — Eu dei uma olhada para o lado, na verdade, porque o áudio aqui de vocês está falhando um pouco para mim. Então, eu estava tentando buscar aqui o áudio. Estava assim. Pergunta de novo porque cortou.

Sra. Bruna Mendes: — A pergunta é como você acha que o jordanense se beneficia com o turismo? Então, a Participante 4 falou: investimento de infraestrutura, economia, já que é um ciclo, o salário que ele ganha ele gasta. Você pensa em outra coisa? Concorda, discorda?

Participante 2: — Eu não sei até se nesse ponto de infraestrutura a cidade se beneficia tanto quanto poderia. Eu vejo, aí colocando a minha visão, que o benefício para o personagem jordanense, para o cidadão jordanense, pode ser muito de oportunidade, porque como vem muita gente aqui para Campos, o cara acaba conhecendo alguém de uma outra empresa, ele acaba fazendo uma amizade, acaba aprendendo a trabalhar bem. Porque uma coisa é inegável, apesar de eu não achar justo o que se ganha no Capivari, eu acho justo o que se aprende no Capivari. E para quem quer aprender, no Capivari você aprende muito, muita coisa. Então, eu acho que esse benefício individual é muito importante, para quem está afim de aprender Campos é uma cidade que traz muita gente de culturas diferentes, lugares diferentes. Eu mesmo antes de vir para Campos nunca tinha visto um dólar na minha mão e depois que eu vim para cá eu ganhei dólar várias vezes.

Sra. Bruna Mendes: — Opa! Valendo bastante agora.

Participante 2: — Então, foi um choque para mim e depois eu fiz amizade com espanhol e o caramba, e falei “olha que loucura, que viagem é essa, meu irmão”. Eu acho isso muito legal, acho que essa oportunidade é impagável. É uma cidade muito boa.

Sra. Bruna Mendes: — O Participante 3 e a Participante 1 balançaram bastante a cabeça quando você estava falando dessa questão de aprendizado, de oportunidade. Vocês querem explorar um pouquinho mais isso, Participante 3 e Participante 1?

Participante 1: — Eu concordo com gênero, número e grau com o que ele falou e eu também acrescento até que para muitas pessoas é um primeiro emprego. Então, é o primeiro contato com o mercado de trabalho, é o primeiro contato com empresas grandes, patrocinadoras grandes que poderiam investir na cidade, de um jeito de trabalho que não é tão local assim, são questões de trabalho que acontecem na maioria das cidades. Eu acredito que esse mix cultural é muito grande, muito extenso. E acrescento mais isso de ser o primeiro emprego também de muita gente, a primeira oportunidade de trabalhar de muita gente aqui da cidade.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 3?

Participante 3: — Sim, é exatamente isso. E ainda mais para nós que somos de uma cidade pequena, a gente ter esse tipo de oportunidade... temos hotéis aqui gigantescos, como o Botanique, o Senac, que são lugares muito preparados para gente começar a caminhar. Exatamente como os dois falaram, você tem a oportunidade de pessoas que não têm acesso a uma cidade grande, como São Paulo, para a gente ter realmente um nível de qualidade que a gente possa aprender de lá. Não sempre só de turistas, essa experiência com os turistas de fora, do exterior, é uma coisa muito legal, com certeza. Mas sempre acaba muito na minha cabeça, pensando, nossa, se eu conseguir trabalhar no Senac, por exemplo, eu vou aprender um nível de trabalho que pode me levar para muitos outros lugares. É uma coisa que eu só tenho, eu, um jordanense, de uma cidade pequenininha, eu só tenho porque a gente tem turistas, a gente tem esse estilo de turismo. Então, eu acho que isso é a coisa mais benéfica que tem para gente ter núcleos que se preparam para esse turismo, e esses núcleos preparam pessoas que não teriam essa oportunidade, por exemplo. Mesmo em Taubaté. Taubaté é um estilo diferente de turismo e lá talvez não tenham pessoas, que nem, por exemplo, que sai, como eu posso dizer, que saibam trabalhar com nível alto de hotelaria. E é uma coisa muito legal, eu acho a parte mais benéfica disso.

Sra. Bruna Mendes: — Para vocês, e talvez a Participante 6 como ela até se colocou como jordanense nata, ela sinta mais isso, para vocês, vocês sentem diferença entre aquele turista que pernoita e usa um meio de hospedagem e aquele turista de um dia, bate e volta? Vocês sentem essa diferença?

Participante 3: — Bastante.

Sra. Bruna Mendes: — Vamos começar com a Participante 6 agora e depois eu vou fazendo o ciclo com quem balançou a cabeça.

Participante 6: — Esse turista do bate e volta você vê que ele é um turista que vem e já está determinado o que ele quer fazer. Ou já sabe mais ou menos os restaurantes que ele vai ficar, o que ele quer, o que ele está buscando. O turista que vem para ficar ele já tem uma rota já pré-estabelecida com o que ele quer fazer, mas ele tem brechas na agenda para “nossa, recebi uma dica não sei das quantas”, ele consegue modular

e aproveitar melhor Campos do Jordão. Uma coisa que eu acho que ainda, desde sempre, que vendem Campos do Jordão como Capivari, e isso eu acho um erro fundamental, porque muitos que vem - até falando dos ônibus etc., todo mundo só vem no Capivari e é o Capivari. E, vamos combinar, Campos não é só o Capivari. Capivari é dez por cento de Campos do Jordão. Então, como já foi falado anteriormente, o turista que vem ele vem para curtir a cidade, os pontos turísticos pouco explorados, aquela dica que só o jordanense saberia dizer, “olha, vai no restaurante tal, ou no ponto turístico tal, lá funciona assim, lá funciona assado”. Eu acho que o turista que vem para passar o dia ele pouco aproveita isso. Só quem está mais habituado a Campos do Jordão e está procurando um negócio diferente. Mas de modo geral eu não sinto isso no turista que vem passar o dia não. Ah, eu vou lá no Capivari, sentei sei lá onde e, pronto, fui em Campos do Jordão, fui no Capivari.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 2, você também balançou bastante a cabeça quando eu coloquei essa diferença. Para você, o que que tem, Geovane?

Participante 2: — Então, professora, o que acontece. Quando eu falo isso, e eu já falei isso para algumas pessoas que são da parte mais política aqui de Campos, e tudo mais, eu sempre sou mal interpretado. Mas eu vou falar aqui, até porque ninguém é dono da razão e a gente está aqui para discutir o assunto mesmo. Eu acho que esse turista diarista, de um dia só, ele nivela Campos por baixo, pelo seguinte. Todo domingo, que a maioria dos ônibus vêm no domingo, todo domingo aonde eu tocava ou era o gerente que estava puto, ou eram os garçons que estavam putos, porque essa pessoa que vem para passar o dia só ela não entende exatamente que Campos é para ser uma experiência, não é para ser a festinha do bairro, que você vai nas barraquinhas ali, compra o que você quer e vai embora, baratinho e tal. E é aquela coisa, como muitos aqui falaram, na hora que a gente estava falando do comércio, quando a pessoa cria o comércio ela tem o público alvo, certo? Se a cidade é um comércio gigante ela também precisa ter esse público alvo. Não que não dá para receber essas pessoas, mas tem que arrumar uma maneira de receber essas pessoas em lugares que possam receber elas também. Porque é muito diferente o cara que está aqui passando a semana ele vai em três, quatro restaurantes. Eu já encontrei com vários turistas assim, toquei para um em um restaurante e ele queria saber aonde eu estava tocando no outro dia, para ele conhecer o outro restaurante. E ele queria ouvir música, ele queria conhecer o gerente, queria conhecer uma história, ele queria viver a cidade, queria saber da cidade. O cara que vem um dia, as vezes ele vem ali só com trinta reais no busão, ele vai comer e não vai pagar os 10%, ele não paga o couvert, ele não quer pagar nada e as vezes ele arruma briga, eu já vi muitas vezes esse turista do dia arrumando briga porque não entende que os 10%, não entende o valor agregado do Capivari. Então, isso fica para a parte administrativa da cidade, os caras precisam dar um jeito nisso, na minha opinião.

Sra. Bruna Mendes: — A Participante 4 acho que porque trabalha em restaurante balançou bem a cabeça na hora que você falou do couvert e dos 10%. Acho que você sente bastante isso lá, não é Pâmela?

Participante 4: — Sim, eu sinto bastante. Esse público de um dia são pessoas que vem, ela quer comer rápido e quer ir embora logo, porque ela tem a pressa de conhecer o máximo que ela pode naquele momento. Então, isso aí que o Participante 2 falou sempre acontece, falam “ah, mas eu sentei aqui, comi rapidinho, nem ouvi o

músico cantar e eu mesmo fui ali e pedi minha comida, então eu não tenho porque pagar”. Você vê quem é de um dia e quem que não é. Agora, o turista que vem passar um fim de semana, por exemplo, eles senta com calma, ele escolhe o que ele quer com calma, ele espera tranquilamente, ele aprecia a música. Então, você vê muita diferença nisso.

Sra. Bruna Mendes: — Eu vou para a próxima, até por questão de tempo. Vocês não podem me matar, mas vocês desligar a webcam, então para vocês não fazerem isso eu vou puxar um pouquinho. Vocês acham que o turismo altera ou alterou o modo de vida do jordanense? Talvez para o Participante 2 e para o Participante 5 seja um pouco mais difícil de responder porque eles estão morando a menos tempo aqui, apesar de vivenciar a muito. Mas para quem praticamente morou a vida inteira, vocês acham que teve essa alteração? A Participante 6 está balançando a Cabeça, mas eu não consegui entender se ela concorda ou não.

Participante 6: — Concordo. Muito bastante. Você vê o entorno da cidade... esse ciclo de turismo ainda é um ciclo forte. No começo você via um turismo, não era tão forte, mas ele estava aqui e as pessoas ainda estavam engatinhando na questão do turismo, da gastronomia, de um bom lugar. E hoje você vê que as pessoas vêm atrás disso, vem atrás desse refúgio, vem atrás desse descanso. De Campos oferecer esse charme.

Sra. Bruna Mendes: — Mas e morador nesse período, Bárbara, você acha que ele alterou, por exemplo, alterou o modo de comportamento, vestimenta?

Participante 6: — Difícil, não sei. Porque...

Sra. Bruna Mendes: — O Participante 3 uma hora balançou a cabeça e a Participante 1 com a mão no queixo me diz que ela não está concordando. E quem vai arriscar aí...

Participante 6: — Eu não sei se de repente a minha mentalidade é um pouquinho mais antiquada. Comportamento alterado, porque tudo o que o Participante 2 colocou lá atrás “a roupa do domingo que você vai viajar”, não estou falando em idade assim, mas isso desde a minha adolescência.

Sra. Bruna Mendes: — Vamos ver então o que o Participante 3 estava balançando a cabeça naquela hora, vamos lá.

Participante 3: — Eu acho que modificou bastante para os moradores porque, por exemplo, eu sou muito novinho, eu tenho vinte e dois, então eu já consigo sentir esse impacto porque tenho prestado muito atenção nos meus pais. Por exemplo, quando eu saí da cidade consegui notar muito [ininteligível – 00:47:01].

Sra. Bruna Mendes: — Espera aí, Participante 3, tenho certeza que é no Participante 5 isso, porque ele mora lá de cara com a avenida.

Participante 5: — Não, não é não, eu estou [ininteligível – 00:47:07].

Sra. Bruna Mendes: — Agora sim, pode ir.

Participante 3: — Antes de ter saído da cidade eu fiquei pensando, eu não conseguia perceber uma diferença, mas a partir do momento que eu saí e fui morar em outro lugar e eu consegui notar como nós nos vestimos melhor, como a gente presta atenção em coisas que a gente não prestaria em outras cidades que não tem um turismo nesse estilo. Eu acho que alterou muito, muito, muito. E é algo que acaba ficando natural, a gente não percebe que a gente faz isso. Mas a gente se arruma melhor, nós somos mais educados, no serviço nós trabalhamos de uma forma diferenciada sem perceber. Então, eu acho que é inevitável o nosso estilo de turismo não ter alterado na gente, eu acho que já até colocaram um carimbo na gente. É jordanense.

Participante 2: — A gente é chique, é chique.

Participante 3: — A gente acaba sendo colocado como chique. Quando eu vou em outros lugares, em outras cidades, as pessoas ficam “nossa, mas como você é educado, que estranho”. Mas eu fico, não a gente tem isso já.

Sra. Bruna Mendes: — Eu vou apontar para a Participante 1, porque a Participante 1 continua com cara de dúvida. Ela está discordando.

Participante 2: — É o jogo da discórdia do Big Brother hoje aqui.

Sra. Bruna Mendes: — Vai ter eliminação.

Participante 1: — Bruna, por favor, só repete a pergunta por favor para eu não desfocar, por favor.

Sra. Bruna Mendes: — A pergunta é se você acha que o turismo provocou alguma mudança no estilo de vida do jordanense? Comportamento, vestimenta, padrão ou qualquer outra coisa que você consiga pensar.

Participante 1: — Sim, eu acredito que sim. Só que isso está muito ligado a tecnologia. Hoje a gente tem acesso a muita coisa e eu acredito que saindo um pouco do que eles falaram e eu concordo, eu acredito que houve essa mudança por dois aspectos. Principalmente, porque havia esse estilo de eu vou me formar no ensino médio, vou para uma cidade grande, vou viver minha vida, não sei o que. E muita gente voltou aqui para a cidade por conta dessa diferença enorme. Então, eles já voltam com uma visão totalmente diferenciada do estilo de vida, de qualidade de vida, de dar um pouco mais de valor ao que ele tem aqui, que é diferente da realidade que eles viveram lá fora, ponto, primeira coisa. Segunda coisa, eu acredito que está muito atrelada a tecnologia porque hoje fica muito mais fácil você ver como está o mundo, como está o mercado. E as pessoas, por exemplo, os moradores daqui eu vejo que eles estão procurando muito mais se profissionalizar, eles querem muito mais saber sobre turismo, entender mais sobre turismo. Tanto que a gente tem agora cursos de turismo que fecham as classes muito fácil. Então, eu acho que o pessoal, por conta disso, por eles verem que é muito importante, que a gente está em um polo ainda muito inexplorado, eu acredito que eles estão dando uma atenção maior e estão olhando com mais carinho isso. Eu acho que eles estão procurando, inclusive, nesse campo de estudo ficaria um pouco mais aperfeiçoado nisso. Para bem receber, para diversas coisas, mas eu acredito que isso foi o principal.

Sra. Bruna Mendes: — Vamos aproveitar a deixa do bem receber e vamos para a última pergunta dessa segunda etapa. Quando eu falo o termo, a frase, acolhimento ao morador de Campos do Jordão, qual a primeira coisa que vem à cabeça de vocês? Rápido, sem pensar muito. Participante 2, acolhimento ao morador em Campos do Jordão.

Participante 2: — Putz, mas quem vai acolher?

Sra. Bruna Mendes: — O que vem na sua cabeça? Existe, não existe, existe estrutura, saúde, educação, o que você pensa?

Participante 2: — Eu acho que falta...

Sra. Bruna Mendes: — Participante 1, fala enquanto o Participante 2 está pensado.

Participante 1: — Não há. Eu acho que não tem essa visão de carinho com o jordanense, acho que não tem.

Sra. Bruna Mendes: — Vamos ver, Participante 2.

Participante 2: — Foi isso que me veio a cabeça. Vindo de quem deveria cuidar do Jordanense eu acho que também não tem.

Sra. Bruna Mendes: — Tá, Participante 5?

Participante 5: — Eu acho que acontece até a página dois, porque você vê que alguns lugares dão preferência, até certo ponto, para quem é da cidade com algum tipo de desconto ou com alguma entrada gratuita. Agora, em termos de poder público, de governança, de coisas direcionadas ao jordanense é pouco. Então, acontece, mas nem tanto.

Sra. Bruna Mendes: — Ok. Participante 4, o que você acha?

Participante 4: — Eu acho que é nesse sentido também, falta um pouco o poder público investir mais na população, mais nos bairros, na saúde, na educação, mais nesse sentido. O que é bom para o morador é bom para o turista.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 6, e para você?

Participante 6: — Já melhorou bastante. Eu acho que já tive esse pensamento de vocês sempre tem, sempre tem o que melhorar, mas eu falo que perto do que já vi, tanto na saúde quanto na educação, já melhorou bastante. Não vou falar que está, nossa, top 10, mas perto de outras realidades aí, Campos está na frente. Não estamos atrás não. Eu penso que a gente sempre tem que melhorar, mas eu acho que perto do que eu vejo na minha realidade, que as vezes não é compartilhado com a população, enfim, uma série de coisas, Campos já está bem melhor, mas agente tem muito que melhorar sim. Eu acho que isso deixa muito a desejar, eu acho que o transporte público é caro pelo tanto que se anda aqui. Vamos supor, quem vai lá do

Portal até o Capivari, pagar cinco reais para mim isso é um absurdo, é o quilômetro rodado mais caro do estado de São Paulo.

Participante 2: — É porque é chique. É um passeio.

Participante 6: — Eu já fiz uns exames para algumas coisas em educação e saúde, a fila de espera não é tão grande. Lógico que tem uma fila de espera, tem, se espera, mas não é uma espera que nem a gente espera em grandes centros. Então, estou falando de um micro evoluindo para um macro. Mas Campos melhorou bastante, mas ainda tem que melhorar, mas eu acho que a gente não está tão ruim assim não.

Sra. Bruna Mendes: — E você, Participante 3?

Participante 3: — Eu acho que esse acolhimento é muito maquiado, é muito plástico, ele é muito “nossa, nós temos descontos aqui para os nossos moradores se sentirem bem-vindos, acolhidos”, mas não é o suficiente. Não é algo que a gente precisa no momento, eu não preciso de um desconto no restaurante para eu me sentir acolhido, eu preciso me sentir convidado. Então, eu acho que é uma coisa bem maquiada que nós temos na cidade.

Sra. Bruna Mendes: — E o que precisa para você se sentir acolhido?

Participante 3: — É bem difícil, mas eu acho que o básico seria tornar os lugares importantes da cidade mais acessíveis. Não mostrar que é só para os visitantes. Por exemplo, aqui no Capivari nós temos os restaurantes, temos esses restaurantes muito chiques, mas temos opções mais econômicas, temos também em eventos, por exemplo, temos um evento esportivo, que consegue abranger muitas pessoas, não importando a classe social etc. Eu acho que esse tipo de investimento que olha para todo mundo me faria me sentir mais acolhido.

Participante 2: — Boa!

Sra. Bruna Mendes: — Beleza. Estamos indo para a última etapa. Então, aguenta, são mais quatro perguntas. Aguenta. Essa próxima pergunta, ela também é rápida. Eu não quero que vocês parem muito para pensar nela. A pergunta é: como você se sente sendo morador de Campos do Jordão? Vou repetir, Participante 1. Como você se sente como moradora de Campos do Jordão?

Participante 2: — Apesar de tudo, privilegiado.

Sra. Bruna Mendes: — Ok.

Participante 1: — Concordo.

Sra. Bruna Mendes: — A Participante 4 tem um ponto de interrogação. Como você se sente Participante 4?

Participante 4: — Eu gosto daqui, eu amo a cidade, mas tem muito a melhorar ainda. Mas eu gosto daqui.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 5?

Participante 5: — Eu gosto de morar aqui. Aqui é um lugar agradável, apesar de ter seus problemas como todo lugar. Mas eu sou feliz de morar aqui, me sinto orgulhoso de morar em Campos do Jordão.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 3, pelo jeito também, porque está balançando a cabeça e eu acho que Participante 6 também. Sim? Agora, a próxima pergunta, principalmente porque a maioria de vocês fez aqui, trabalham com turismo. Mas eu quero que vocês pensem, não enquanto profissional, mas enquanto morador. Vai ser importante essa diferença. Vocês se sentem como parte do turismo, enquanto morador?

Participante 4: — Enquanto morador não.

Sra. Bruna Mendes: — Não? Por que não Participante 4?

Participante 4: — Nessa questão, professora, acho que turismo enquanto moradora eu estou lá só para servir as pessoas. Mas assim, não estou participando do turismo em si. Para eu ter, por exemplo, um prazer no turismo, nesse sentido não.

Sra. Bruna Mendes: — Ok. Participante 6?

Participante 6: — Ah, eu me sinto turista aqui em Campos do Jordão. Dou uma de turista. Andando no centrinho de Capivari, ou indo lá no Horto, ou indo em algum parque. Turisto mesmo, turisto chique na ponta do salto, turisto fazendo piquenique, sou doída.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 2

Participante 2: — Eu acho que eu não me sinto assim parte disso porque vendo por todos os lados, por exemplo, eu me sentiria mais valorizado como morador se meu bairro recebesse turistas. Penso meio que assim. E não são todos os bairros aqui, que tem gente que até fala para o turista que se ele entrar lá ele vai ser roubado, ela vai morrer, e não é assim também que vai acontecer. Menos, bem menos. Tem gente simples, tem, tem muita gente simples, mas também não é assim. Mas como eu não sou um jordanense raiz em si, em Santo Antônio isso funciona de maneira diferente, porque a cidade é muito pequena, então tudo lá é turistável. Santo Antônio inteira é turistável. Campos não, você não consegue, é mais ponto destinado ali.

Sra. Bruna Mendes: — O Participante 5, Participante 1, Participante 3

Participante 5: — Campos do Jordão, apesar de ser pequena, ela ao mesmo tempo acaba sendo grande. Então, dá sempre para ir para um lugar novo, até certo ponto, aproveitar alguma coisa. Talvez porque eu esteja aqui a pouco tempo também, mas eu me sinto ainda como um turista. Tem esses incentivos, alguns, não sei todos, obviamente, mas você tem esses incentivos de entradas mais baratas, acho que na Amantikir era dez reais, enquanto para o turista era coisa de quarenta, para quem era de fora de Campos do Jordão, no caso. E para quem era da cidade era cerca de dez. Eu me sinto, com tudo. Obviamente vai dependendo dos lugares onde você vai.

Sra. Bruna Mendes: — Desculpa Participante 5.

Participante 1: — Eu fiquei na dúvida agora em como eu me sinto. Porque, tirando toda essa questão profissional, como estou muito envolvida com o turismo fica muito mais fácil de chegar e falar tem opção para turista, tem opção para jordanense, a gente não aproveita e não sei o que. Só que agora pensando no meu ponto de vista, sem o meu trabalho, como moradora eu não me sinto tão pertencente assim ao turismo da cidade. Por isso que agora me veio uma dúvida enorme, porque...

Participante 2: — Crise existencial.

Sra. Bruna Mendes: — Psicólogo, eu sei que você está escutando a gente, já arrumei uma paciente nova para você. Teve um encantamento psicológico aqui agora.

Participante 2: — De onde vim, para onde vou, onde estou?

Participante 1: — Mas foi muito mesmo, quando eu fiquei pensando fora do meu trabalho eu pensei, nossa, não me sinto acolhida, não me sinto pertencente ao turismo da cidade.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 3, você também entrou na crise existencial da Participante 1 ou não?

Participante 3: — Um pouquinho, não posso mentir, um pouquinho, mas eu me sinto sim parte, ainda mais por eu ser do esporte de turismo, sou bem aventureiro, então a cidade em si já oferece muitas opções para o ecoturismo. Por causa da parte do ecoturismo eu me sinto muito parte, porque eu aproveito muito, eu tomo muito proveito dessa parte.

Sra. Bruna Mendes: — Vocês acham que é responsabilidade de vocês enquanto morador de Campos receber bem o turista, não no seu ambiente de trabalho, mas de repente você está no seu momento de lazer, o turista está precisando de ajuda, você sente que é tua responsabilidade como morador ou não?

Participante 6: — Eu acho que como pessoa. Eu colocaria dessa forma, mas...

Sra. Bruna Mendes: — Essa aqui é uma pergunta que algumas pessoas já deram uma resposta, mas eu queria saber que locais de Campos do Jordão vocês costumam visitar? Mas não é aquela visita de uma vez a cada dez anos, é uma visita que você faça com frequência, não precisa ser toda semana, todo mês, mas também não pode demorar cinco anos, dez anos. Então, de novo, quais locais aqui de Campos do Jordão que vocês costumam visitar?

Participante 5: — Piratininga . Só para acrescentar mais um na lista

Participante 2: — Piratininga todo dia batendo cartão.

Sra. Bruna Mendes: — Está [ininteligível – 01:02:49]. E aí, quem consegue? A Participante 6 já falou que ela vai para o Capivari, vai para o Horto.

Participante 6: — Região do Horto... porque o que muda muito agora é porque a gente tem uma filha, então você que sair, você tem que explorar porque tem que botar para rodar. A gente vai com ela várias vezes ali na fazendinha, no Toriba, todos aqueles lados de lá. Aonde tem uma oportunidade. O que eu falo como mãe, Campos do Jordão recebe muito bem casal, família. Vou sair para tomar café com a minha filha, quem nem foi falado, aonde eu tenho um café que eu possa levar uma criança para ficar entretida e eu conversar com minha amiga? Porque as vezes não tem com quem deixar, então são poucas opções. Mas quando tem é o que?

Sra. Bruna Mendes: — Caro.

Participante 6: — Mas a gente vai. Tem um restaurante que virou café, que a gente vai lá. Opa, tem área kids. Então eu acho que também a gente fica um acomodado e as vezes um pouco com vergonha de chegar e explorar como jordanense. Eu, há um tempo atrás, falaria, o jordanense é muito tímido nesse sentido. E como é arraigado essa coisa do Capivari não é para mim, não sei o que. Poxa vida, vamos lá ué, você vai receber só não. Eu já passei dessa fase. Então, o não para mim já existe, se eu não perguntar eu nunca vou saber. A gente gosto de passear, vamos fazer pique nique? Vamos fazer pique nique, vamos não aonde, vamos não sei aonde. Porque quando vem pessoas eu não vou falar “vamos ficar dentro de casa?”. Você vai receber um amigo para ficar dentro de casa? As vezes sim, mas não o dia inteiro. Então, sempre tem a proposta da gente pelo menos uma vez no mês sair e conhecer.

Sra. Bruna Mendes: — E os outros, onde costumam frequentar?

Participante 5: — Apesar de ser pontual, uma vez por ano. Um lugar que eu sempre gostava de ir era na Festa da Cerejeira que tinha lá em cima. Agora, de um lugar presencial o tempo inteiro eu acho que o lugar mais recorrente acaba sendo a Felícia Leirner e o próprio Capivari, o centro do Capivari.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 3, Participante 1, Participante 2? Pode falar Raissa.

Participante 1: — Eu costumava, antes da pandemia, frequentar restaurantes. Então, a gente geralmente uma vez por mês ou a cada quinze dias a gente saía para algum restaurante da cidade. A gente frequentava muito o Horto também, era um lugar muito frequente de a gente ir. Na verdade, tinha um hotel aqui que a gente cresceu nele, então nós éramos moradores habituéis do hotel, quase assim. Praticamente a gente ia pelo menos umas duas vezes por mês também nesse hotel, porque ele tinha um gramado enorme, uma área verde linda, então isso também seria considerado também um programa de turista porque tinha um restaurante aberto ao público. A gente chegava, frequentava bastante esse hotel também.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 3? Espera aí que a Participante 4 estava tentando... vai Participante 4.

Participante 4: — Eu costume ir nos picos que têm aqui na cidade, porque é fácil o acesso, não precisa pagar nada e você fica o tempo que você quiser.

Sra. Bruna Mendes: — Legal! E agora, Participante 3?

Participante 3: — Eu tenho dois programas que eu fazia bastante. Na verdade, eu fazia antes da pandemia. Todo mês, com meu namorado a gente sempre escolhe um restaurante diferente para a gente comemorar. Então, uma vez no mês pelo menos a gente ia em algum restaurante diferente. Isso a gente fez por um bom tempinho até. E além dos restaurantes, de aproveitar os restaurantes diferentes que a gente ia, a gente... na verdade mais eu, que eu ando bastante de bicicleta, eu ia muito para o Belvedere, é um lugar que eu gosto muito e é gostoso, é uma vibe gostosa.

Sra. Bruna Mendes: — E você Participante 2? Eu sei que você veio meio que já próximo aqui da pandemia, mas tem algum para você?

Participante 2: — Eu sou muito do mato, eu não gosto assim... apesar de eu trabalhar ali no meio dos restaurantes, de hotéis e tudo mais, aquele luxo, aquela coisa bacana e tudo mais, comida, eu não sou o meu pessoal não é essa vibe. Minha vibe é andar no mato, então eu vou para os picos, vou lá a pé, de bicicleta, entro no meio da trilha. Então, eu gosto de natureza, então não tem um ponto que fale, nossa, eu adoro esse lugar de Campos. Mas aí não acho que é uma culpa de Campos, é mais culpa minha mesmo, que eu sou bicho grilo, entendeu?

Sra. Bruna Mendes: — Nós vamos para a última pergunta, respirem aliviados. Só que essa última eu vou pedir para a Participante 6 começar a responder e vocês vão entender, quem teve aula comigo, fora a Participante 6, porque era uma outra disciplina, vocês vão entender porque ela vai começar. A pergunta é... ah, e de novo, por favor, para vocês que tiveram aula comigo não respondam conteúdo de livro, respondam o que vocês acreditam e o que veio na cabeça de vocês. Então, a pergunta é: o que você entende por hospitalidade? Participante 6, você começa, o que você entende por hospitalidade?

Participante 6: — Hospitalidade para mim é você receber bem, estar bem, se sentir bem, é uma coisa mais... naquele momento ser um momento bom. Receber bem, estar bem, se sentir bem, é mais nesse sentido.

Sra. Bruna Mendes: — Ok. Dos outros? Está aberta a porteira, quem que vai arriscar?

Participante 4: — Para mim, receber bem, por exemplo, é você tentar fazer o melhor para aquela pessoa [ininteligível – 01:09:42]. Por exemplo, ah, ela vai vir na minha casa, eu vou fazer um café para ela, vou dar o meu melhor para a pessoa.

Sra. Bruna Mendes: — Ok.

Participante 4: — Eu diria que seria transformar o momento em algo agradável para aquela pessoa. No caso, eu estando no papel de receber uma terceira pessoa, eu acredito que seria transformar aquele momento em um lugar agradável para aquela pessoa e para mim, obviamente. Afinal, a ideia é deixar todo mundo bem o máximo possível.

Sra. Bruna Mendes: — Ok.

Participante 2: — Para mim também é essa questão de cuidado. O cuidado com o outro que eu gostaria de ter comigo mesmo. É claro que tem toda a definição teórica e tudo sobre isso, mas eu acho, simplificando, para mim sempre foi isso. Mesmo antes de estudar com a professora meus amigos me falavam disso e eu não sabia entender o que que era. A gente saía para beber na rua, era eu que estava lá catando a garrafa no final das contas. Porque, porque eu não queria que ninguém depois pisasse, que ninguém quebrasse, que ninguém espalhasse aquilo. Então, eu acho que hospitalidade é isso, você cuidar do outro como se você... a forma como você gostaria de ser cuidado. Eu acho que é mais ou menos isso.

Sra. Bruna Mendes: — Ok.

Participante 3: — Eu acho que a hospitalidade é proporcionar a experiência que nós temos e queremos passar para o outro. Então, se eu vivo em uma cidade que eu me sinto tranquilo, me sinto bem, a hospitalidade vai ser eu conseguir passar esse sentimento para a pessoa da melhor maneira possível.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 1?

Participante 1: — Para mim entra muito nessa questão de bem receber também. E na verdade de você... parte do pressuposto de você doar. Você doa sua atenção, você doa seu tempo, você dá isso para a pessoa, ela retribui com o seu tempo, você recebe isso da pessoa também. Entrando nesse ciclo do dar, receber e retribuir, desculpa. Mas é exatamente isso, você dar algo que você gostaria muito de receber também, mas sem esperar receber isso, e fazer com que o ambiente ou a situação seja mais aquele abraço quentinho, que a pessoa se sinta acolhida por você.

Sra. Bruna Mendes: — Vocês acham que Campos do Jordão é uma cidade hospitaleira?

Participante 6: — Sim.

Sra. Bruna Mendes: — Deixa eu ver, Participante 1, 3 e 6, balançaram a cabeça. O Participante 5 eu não vi movimento, mas Participante 2 e 4 fizeram careta.

Participante 5: — Visualmente falando, pelo menos na entrada, pela ideia de recepção, ela é, ela é um lugar bonito, é um lugar que dá vontade de você entrar e parece que você vai ser bem recebido. Agora, quando você começa a transitar pela cidade, momento Portal até Capivari, por exemplo, que acaba sendo o foco central disso tudo, nem tanto. É um lugar que acaba sendo descuidado, você percebe que até pouco tempo atrás você não tinha aquele cuidado todo. As árvores, por exemplo, estão cheias de praga, então acaba não sendo agradável. Em termos de pessoal, as pessoas que trabalham e tudo mais, acho que acaba sendo pontual, apesar de tudo, depende da pessoa que está trabalhando. No geral, Campos do Jordão é uma cidade hospitaleira, apesar de tudo. Você não vê relato das pessoas, pelo menos não me lembro de ter visto, de turistas reclamando, considerando que a ideia é para os turistas, você não vê a ideia de que os turistas reclamam do mal atendimento em Campos do Jordão. Então, sim.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 4, acredito que você acha que não seja. Você quer falar um pouquinho?

Participante 4: — A cidade em si, em questão de infraestrutura, essas coisas, eu creio que ela seja hospitaleira. Mas, porém, depende, depende do lugar, depende das pessoas, depende do tipo de público também, depende. Acho que é subjetivo.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 2, você também fez uma negativa.

Participante 2: — Então, o que eu penso. Penso que na parte humana, Campos é muita hospitaleira, mas eu penso que na parte de infraestrutura física não. Eu acho o trânsito de Campos muito mal bolado, tem várias coisas que poderiam melhorar. Lá no Capivari também tem bastante coisa. É que hospitalidade é tudo, hospitalidade é tudo. Mas aí a gente coloca aí cinquenta por cento, já que o pessoal é, mas a infraestrutura nem tanto. A gente coloca aí meia bomba, entendeu?

Sra. Bruna Mendes: — Participante 3, 6 e 1, que concordaram com a afirmativa. Vocês querem expor?

Participante 1: — Eu acho que Campos é sim muito hospitaleira, principalmente... eu estou levando em conta a experiência realmente das pessoas que vem falar comigo. Eu acredito que a gente não tem um parâmetro geral de como nós nos comportamos, das outras pessoas, porque a gente não tem essa visão de fora. Mas a maioria das pessoas, senão noventa e nove por cento das pessoas que conversam comigo pontuam que Campos é muito hospitaleira, porque a gente se preocupa com esse bem receber. Então, a gente se preocupa se está saindo tudo certo, se tem uma experiência boa envolvida nisso, a gente se cativa pelos problemas do turista que aconteceram. Se aconteceu qualquer tipo de coisa a gente se mobiliza para isso. Estou levando isso totalmente pela questão dessa experiência que eu tenho. Realmente, pode ter casos em que as pessoas, principalmente no atendimento de comércio e tudo mais, que as pessoas podem tratar as outras pessoas mal. Lógico que isso não é cem por cento, mas eu acredito que seja muito, muito, muito hospitaleira.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 1, eu só vou tirar você um pouquinho só do foco do turista. Pensa também enquanto moradora.

Participante 1: — Sim, sim eu acredito.

Sra. Bruna Mendes: — Ok.

Participante 1: — Porque aí tem toda essa história de novo. Sendo o mais breve possível, o jordanense gosta desse conforto, ele gosta de estar na casa dele às seis horas da tarde no friozinho, deitado no cobertor sem fazer nada, só com a janta pronta, com o lanche da noite pronto, se preparando para o dia de amanhã. Isso para mim já é um acolhimento consigo mesmo.

Sra. Bruna Mendes: — Eu vou morar na sua casa. Aqui quem tem que fazer a janta aqui.

Participante 1: — Participante 1, por favor.

Sra. Bruna Mendes: — Eu e Participante 2 estamos indo.

Participante 1: — Podem vir gente. Bem receber e hospitalidade aqui.

Sra. Bruna Mendes: — Vai Participante 3, e você?

Participante 3: — Eu, realmente, é a mesma coisa que a Participante 1 falou. Eu acho que a cidade em si é muito acolhedora, desde a infraestrutura, eu acho que comparado com outras cidades é muito acolhedora sim, tem muito o que melhorar, mas é muito acolhedora. Mas a cidade em si, realmente, é o que a Participante 3 falou, o frio, esse sentimento de conforto. Tenho família que não mora mais aqui, quando minha irmã vem visitar ela fica “ai, que bom que eu estou aqui, me sinto tão bem aqui”, porque é uma cidade que traz isso para a gente. Então, eu acho que sim, a cidade é muito acolhedora no que se propõe, na medida do possível.

Sra. Bruna Mendes: — Então, Participante 6 agora para finalizar, já que ela começou. Se você quiser completar. Participante 2, se você quiser falar pode falar, não se preocupa.

Participante 6: — Eu acho que é muito acolhedora. Eu acho que a cidade, de um modo geral, tanto para o turista quanto para o próprio jordanense que ou ficou e nunca saiu, ou o que foi e está voltando, os familiares que vem visitar, eles sentem essa vibe de que chegou em casa, aquela coisa do abraço de mãe, estamos ali juntos. Porque se fosse uma sensação ruim, se fosse uma coisa ruim você não veria tantas pessoas voltando ou tantas casas de turista que tem nessa cidade e brota casa de turista aqui. Tem esse lado de que Campos tem essa pegada mais acolhedora sim, tanto para quem mora quanto para quem vem curtir a cidade, turistar a cidade. Eu acho que desde sempre eu tenho essa sensação, nunca tive uma sensação ruim.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 2, você queria falar alguma coisa, que eu tinha te cortado àquela hora?

Participante 2: — Só que eu achei legal que todo mundo entrou em um consenso, a gente falou a mesma coisa de formas diferentes. Que, no final das contas, apesar de ter um dia de trânsito ruim, apesar de ter umas coisas ruim, a natureza. Você pode estar puta, mas você vai ver um pôr do sol aqui em Campos, cara, você esquece de tudo parceiro. Você vê essa coisa linda aqui, não tem como, cara, não tem como. A cidade, por ela mesma, sem precisar da gente, sem precisar de política, ela se garante.

Sra. Bruna Mendes: — Entendi. Está certo. Gente, eu queria agradecer a participação de vocês, a gente encerrou agora. Foram doze perguntas que vão me nortear na análise final e, quem sabe, conseguir defender com êxito o doutorado. Então, um grande beijo para um de vocês, uma baração que é virtual mesmo, porque não estamos ao lado um do outro. E depois eu estou a disposição no WhatsApp, caso vocês queiram. Só aproveitando, não deixem de escutar as músicas novas que o Participante 2 lançou. Vamos ajudar ali o nosso artista, compensa bastante está bom gente.

Participante 2: — Serão muito bem-vindos.

Sra. Bruna Mendes: — Grande beijo para vocês!

Participante 3: — Boa sorte!

Participante 4: — Obrigado!

Participante 3: — Dando tudo certo depois conta para a gente como foi.

Sra. Bruna Mendes: — Pode deixar. Beijos.

Participante 2: — Obrigado pela oportunidade. Tchau, tchau.

Sra. Bruna Mendes: — Podem ir saindo.

Participante 2: — Como sai disso aqui, meu deus do céu, achei.

Sra. Bruna Mendes: — É só apertar o botãozinho vermelho

J – TRANSCRIÇÃO DO GRUPO FOCAL C

Participante 01 = mulher, entre 70 e 79 anos, solteira, curso superior completo. Nascida em Lins (SP), mora há mais de 5 anos em CJO, no Jardim Miraflores. Atualmente aposentada, mas considera que tudo em sua vida tem intensa relação com o turismo

Participante 02 = mulher, entre 37 e 47 anos, casada, curso superior completo. Nascida em CJO, no Jardim Guararema. Sua atuação profissional é advocacia, indicando ter intensa relação com o turismo

Participante 03 = mulher, entre 26 e 36 anos, solteira, curso médio completo. Nascida em CJO, na Vila Nadir. Sua atuação profissional é vendedora (lojista), indicando ter alguma relação com o turismo

Participante 04 = homem, entre 37 e 47 anos, casado, curso superior completo. Nascido em Tremembé (SP), mora há mais de 5 anos em CJO, no Jardim Guararema. Sua atuação profissional é publicidade (com ênfase em fotografia), indicando ter intensa relação com o turismo

Participante 05 = mulher, entre 26 e 36 anos, solteira, curso superior completo. Nascida em CJO, na Floresta Negra. Sua atuação profissional é na área de educação, indicando ter alguma relação com o turismo.

Participante 06 = mulher, entre 26 e 36 anos, solteira, curso superior completo. Nascida em CJO, no Floresta Negra. Sua atuação profissional é hotelaria, indicando ter intensa relação com o turismo

Participante 07 = mulher, entre 37 e 47 anos, divorciada, curso superior completo. Nascida em Botucatu (SP), mora há mais de 5 anos em CJO, na Vila Matilde. Sua atuação profissional é na área de educação, indicando ter alguma relação com o turismo.

TRANSCRIÇÃO 3 – GFC (01:13:39)

[Intervenções simultâneas – para entrosamento e relaxamento]

Sra. Bruna Mendes: — Só para poder colocar um pouquinho, eu deixei ao lado de vocês um lanche, que eu comprei no café da Ane. Está tudo higienizado, o chão também está higienizado. Se vocês sentirem um pouco de cansaço durante a fala a gente pode fazer uma parada rápida para vocês comerem alguma coisa ou beber algo, etc. Mas está tudo higienizado e foi optado por ser individual para a gente não ter o encontro ao redor da mesa. Só que vai ficar sem o cafezinho. O cafezinho não dava para providenciar. Essa é como se fosse uma roda de conversa, o termo chique dele é Grupo Focal. Mas nada mais é que uma interação entre vocês. Então, eu vou começar fazendo algumas perguntas. É livre para quem quiser começar a responder, se eu não tiver pessoas que queiram começar eu vou cutucando um pouco para que a gente possa sair, para que a resposta possa sair. Por ser uma questão de opinião

não há respostas certas ou respostas erradas. Se alguém tiver falando “A” e você não concordar com “A” é muito importante que você fale que você não concorde para que a gente possa aprofundar essa observação. Está bom? Vocês são o terceiro grupo que nós estamos realizando, um foi quinta, outro ontem e hoje vocês. Todos vocês não foram meus alunos, então isso vai ser interessante porque os resultados vão ser completamente diferentes. Em função disso, muito obrigada pela presença de vocês, são quatro anos de estudo que eu vou finalizar agora com essa última metodologia. Por isso que eu agradeço e fico com uma dívida enorme. A Participante 7 coloca o fulano para pagar a dívida, dançar, fazer as danças lá nas escolas, a gente vê um pouco... Para a Participante 1 já está definido que é o vinho.

Participante 2: — A gente vai tomar junto.

Sra. Bruna Mendes: — Para a Participante 2 e o 4 a gente define. Para a Participante 3 a gente vê algumas coisas. Já para você (Participante 5), a Participante 6 fica com a dívida, e eu tenho com ela; é só você ver o que você quer e ela atende

[Intervenções simultâneas – risadas gerais]

Sra. Bruna Mendes: — Está tudo combinado

Participante 2: — É só garantir o vinho que está tudo certo

Sra. Bruna Mendes: — Ok, beleza, se você também quer o vinho, tá combinado. Só não sei se o Participante 4 gosta mais do vinho ou do uísque

Participante 2: — Ah, é do uísque

Sra. Bruna Mendes: — Como esse é um grupo que envolve um processo de interação, por mais difícil que seja eu vou ter que pedir para vocês não ficarem com o celular em mãos. Coloquem em modo avião, porque as vezes é um processo de interação de cinco minutos que pode se perder com uma mensagem recebida. Eu juro que a gente sobrevive a uma hora sem mexer. Vocês viram que tem um cara aí que vai pagar trezentos e sessenta mil para quem conseguir ficar quase um mês sem mexer na área tecnológica. Eu estou quase me candidatando.

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — Então, dividido em três etapas, eu falando para vocês, são perguntas, como eu disse, de opinião. E a primeira, que não poderia deixar de ser, e falem o que vem na cabeça de vocês, o que vocês pensam sobre turismo em Campos do Jordão?

Participante 1: — Olha, tem hora que eu acho, que vendo isso daqui, é uma coisa que está vindo as vezes, que as vezes dá a impressão de que é um bando de abutre que está chegando. Às vezes eu sinto isso, sabe, eles chegam muito querendo. Eu quero, eu pego, pouco respeita. Isso eu já senti muito com os ônibus que chegam. Parece que tem dois tipos. Um que tem casa aqui, os turistas que tem casa aqui, eles têm uma relação diferente com a cidade. Eles protegem, eles querem saber o que está acontecendo, a prefeitura. E os que vêm só para passar as vezes algumas horas,

a relação... a diferença é muito grande desses dois públicos. E depois que você está um tempo na cidade, eu estou a quase dez anos, você se sente um pouco moradora mesmo, sabe, cuidando. Então, eu sinto um pouco isso. Às vezes eu me sinto ofendida de ver a forma como eles entrem na cidade e usam e abusam sem um certo respeito.

Sra. Bruna Mendes: — Ok, nós vamos voltar depois nessa diferença. Ela é importante, mas a gente vai falar um pouquinho depois. E vocês?

Participante 3: — Acredito que o ponto que ela destacou é muito importante. São dois extremos, para quem já tem uma casa aqui e para quem visita. Então, fica totalmente confrontado. Então, acredito que no dia a dia, eu sou vendedora em uma loja, a gente nota essa diferença. É totalmente um público diferente. Eu vendo roupas de coró, então basicamente o público que eu atendo, a demanda de quem vem de ônibus de excursão é totalmente diferente de quem tem uma casa aqui. Então, do ponto de vista de algum morador é agressivo por conta disso, as vezes eles vêm e não têm esse respeito. Talvez seja organização, mas acredito que é um ponto que ela destacou bem importante. Só reforçando.

Participante 2: — A pergunta é: qual a importância...

Sra. Bruna Mendes: — O que você pensa sobre o turismo?

Participante 2: — É essencial, essencial. Eu compreendo o ponto de vista dela, mas seja o turismo de um dia ou seja o turismo da elite que se hospeda nos hotéis ou até que tenham suas mansões aqui, o público A, B, C D, E, F, independente disso é essencial, porque é o que faz todo o sistema, toda a engrenagem da cidade funcionar, de certa forma. Você tem... aqui em Campos... oferece tanto coisas boas e caras para a elite, público, A, B C, quanto para o diarista. A importância do turismo para aquele que trabalha com preferência por coisas... eu não quero menosprezar, mas é a lojinha da malha, do tricot. E eu considero essencial, seja do A a Z.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 7 você estava balançando a cabeça quando ela estava falando, você concorda?

Participante 7: — Concordo. Gente eu fico com vergonha de falar,

[Intervenções simultâneas]

Participante 7: — Eu fico com vergonha de falar perto das pessoas que eu não conheço. Se eu falar alguma besteira.....

Sra. Bruna Mendes: — Não há besteira aqui...

Participante 7: — Eu concordo porque eu acho muito essencial, acho que a cidade é maravilhosa, tem que ser explorada mesmo, obviamente não acabando com a cidade, devastando a natureza. Acho que, assim, eu moro aqui a vinte anos eu posso dizer o quanto a cidade é maravilhosa e potencial, no turismo, ajudar o pessoal de Campos, principalmente nessa situação que nós estamos. Mas eu acho que é um trabalho essencial. O turismo é a base de Campos, então eu concordo com as meninas, acho que é essencial o trabalho de turismo aqui. Sou fã número um, eu moro há vinte anos

e toda vez eu passo na avenida eu babo. Eu não conheço muitos lugares, mas para mim é a cidade mais linda que já conheci, então. Tem que vir mesmo e aproveitar a cidade.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 4, e para você? Que cresceu aqui, o que você pensa disso?

Participante 4: — Sou jordanense a 36 anos, estava fazendo a conta.

Sra. Bruna Mendes: — Não faz essas contas não.

Participante 4: — Eu acho que desde quando eu cheguei à cidade já era turística. Campos nasceu de forma turística. É um turismo que nasceu para o turismo de saúde, mas eu acho que a gente deve conservar essa alma turística. Eu ando muito e em todos os públicos, então eu escuto muito, eu vejo que Campos parou no tempo, turisticamente falando, infelizmente. A gente tem... a gente não pode ter indústrias, a gente não pode ter uma série de coisas, mas a gente não explora o turismo como deveria ser. Eu acho algo de fundamental importância. E concordo com elas.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 5, e para você também?

Participante 5: — Eu acho que... eu que nasci na cidade eu acho que esses dois pontos que elas tocaram é muito importante porque as vezes a gente realmente sente um certo desprezo por certas pessoas no turismo, principalmente do ônibus. Mas a gente pensa também que é fonte de renda da população jordanense aqui vem do turismo. Então, eu acho que cabe a gente entender isso. Porque, assim, os meus tempos de “ah, eu não gosto desse povo”, mas agora eu sei que isso é totalmente importante para a cidade, o turismo é totalmente importante para a cidade.

Sra. Bruna Mendes: — Você acha que essa sua mudança de mentalidade foi influenciada pela pandemia? Ou você...

Participante 5: — Eu já pensava isso antes, antes de começar a pandemia eu trabalhei dois anos no turismo, na Secretaria de turismo aqui da cidade. Então, meu pensamento foi mudando, eu comecei um pouco a entender como que funciona tudo isso. Eu sou professora, então agora eu acho que isso na educação é muito importante também, na educação na cidade. Os alunos sentem educados para entender o turismo dentro da cidade e a gente saber que isso é muito importante, porque na minha educação nunca foi falado para mim que a economia da cidade gira em torno do turismo e o turismo é totalmente importante para a gente. E eu acho que agora a gente devia começar na escola, a educação deveria colocar isso para os alunos para os alunos não crescerem com essa mentalidade de que turismo é ruim, que não gosto do turista. E que também fazer parte dos meios, porque muitas vezes eu tive interação com colegas de escola que nunca tinham ido em pontos turísticos, nunca tinha ido no Capivari. Parece que são duas coisas totalmente diferente, parece que é uma outra cidade, outro lugar. Mas tem esse de ser nosso lugar. Do jordanense entender que todos os lugares são lugares dele e que as outras pessoas que apreciam isso daqui podem vir e visitar e trazer dinheiro para a cidade para ajudar na economia.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 6, você balançou bastante a cabeça.

Participante 6: — Concordo absolutamente com tudo que ela falou. E realmente a gente que cresce aqui na cidade, que é jordanense, que nasceu aqui, a gente cresce odiando o turismo. Porque a cidade fica completamente consumida pelo turismo e a gente não entende isso, até criar uma consciência, começar a trabalhar, estudar, e eu mesma só fui começar a entender depois que vim aqui para o IF, fiz eventos, fiz faculdade e hoje em dia eu entendo que ele é extremamente essencial para a cidade, mas está completamente desorganizado

[concordância geral]

Participante 1: — desculpa, Não entendi?

Participante 6: — Desorganizado! Eu sei que nem tudo depende do poder público, mas tem muita coisa que tem que vir da iniciativa privada também, mas pesquisas, por exemplo, vai na Secretaria de turismo não tem uma continuidade do trabalho, são informações, muitas vezes, que a gente não pode confiar. E realmente é muito difícil a gente não desprezar o turismo, é muito difícil porque causa transtorno. Na temporada mesmo, para eu sair de casa e chegar, por exemplo, no Capivari em um dia normal é 20 minutos, na temporada às vezes demora 3h por causa do trânsito. E se a gente não tiver realmente uma educação, de falar desde cedo para a gente que o turismo é essencial para a cidade a gente vai crescer odiando o turismo.

Sra. Bruna Mendes: — Vou aproveitar questão da alta temporada que você tocou , e eu sei que vai ser difícil porque a gente já faz um ano e pouco que está nessa pandemia, mas vamos fazer de conta que a gente não tivesse que fazer isso, estivéssemos em ritmo normal, daqui a pouco nós iniciariamos a alta temporada aqui na cidade. Quando essa temporada se aproxima, que sentimentos vem na cabeça de vocês?

Participante 2: — Eu sinto uma coisa boa, tenho como positivo. Mas essa é uma questão muito subjetiva minha, porque eu gosto de estar entre os turistas, é uma coisa minha. Eu gosto de, não de ir para o Baden Baden, eu gosto de andar por ali, nem que seja, às vezes, pode ser, vamos dar uma voltinha? Vamos passear de carro para eu poder ver o movimento? Você vê pessoas, energia novo que está movimentando ali. Então, meu ponto de vista é subjetivo porque tem gente que não gosta por causa do trânsito, demora para chegar, você vê umas coisas que as pessoas não deveriam fazer em termo de desrespeito, de jogar lixo para fora do carro, de falta de educação no trânsito, mas tirando essas coisas que são chatinhas, particularmente eu gosto bastante.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 3, você estava olhando para cima, como se não concordasse ou estivesse pensando em alguma coisa

Participante 3: — Nossa, é como se fosse uma pressão psicológica, deixa a gente lascada, porque a gente mexe com o público ali está bem o epicentro do Capivari. Então, é aquilo, além do lazer dela a receptividade, você tem que ter muita informação para o bem de servir. Querendo ou não a gente não sendo formado em algo acaba fazendo parte do turismo também, informando. Então, além de um desgaste emocional muito grande acredito que compensa de fato uns cinquenta por cento. Você

tem que relaxar, não levar a ferro e fogo, se [ininteligível – 00:15:59]. Mas uns cinquenta por cento pode ser, estou conhecendo bastante gente que tem um ponto de vista legal, então você pode conhecer a nossa cidade por experiência das pessoas e por experiência própria. Eu também sou moradora aqui, nasci aqui, sou jordanense, então eu sempre fiz questão de entender muito mais da nossa cidade também. Tenho amigos que fazem turismo, trabalham com Ecoturismo, então eu faço parte disso também e acho muito entender. Além dessa pressão psicológica atualmente que a gente trabalha, mas a gente é compensado.

Sra. Bruna Mendes: — Quando você falou cinquenta, cinquenta, o Participante 4 balançou a cabeça.

Participante 4: — Culturalmente todos nós aqui participamos em algum momento disso, de uma pré-temporada. Então, vem férias, vem Corpus Christi, vai abrir tal coisa, vai abrir tal lugar, vão montar tal lugar.

[Intervenções simultâneas]

Participante 6: — Isso é cultural praticamente. E vai passando de geração em geração. Quem trabalha, quem descansa concorda em gênero, número e grau, mas é um sentimento positivo. O saldo final é positivo sim, a cidade vai esfriar, vai movimentar, tem uma continha para pagar, tem o trânsito, tem o mal educado, tem o chato, tem. Muda a nossa rotina, muda a nossa rotina de supermercado, muda os nossos bares, muda. Mas eu acho que o saldo final sim é positivo.

Sra. Bruna Mendes: — Essa balança é positiva para você também, Participante 1?

Participante 1: — Também, muito. O que eu disse inicialmente não tem nada a ver com a importância do turismo para Campos, que é fundamental. Mas quando você perguntou como você se sente, então eu tenho esse sentimento, mas mesmo tendo, quando eu vou passear num lugar turístico eu também quero gente. Eu também não quero ir onde o hotel está fechado e vai abrir só para o casal. Então, também é muito interessante, só que você realmente muda sua rotina. A minha questão é só exatamente isso, como poderíamos fazer, talvez nisso você também vai, para que nós pudéssemos ter mais pessoas que entendem exatamente esse processo do turismo, que possa educar esses turistas que estão chegando, que vêm, que vai embora. É importante isso para dar valor a nossa cidade, é fundamental o turismo para nós. Então, uma coisa que eu vejo muito é que os jordanenses não vão quando tem um , quando está a temporada toda, tem coisas belíssimas na cidade. Você não vê jordanense lá.

Participante 5: — A gente tem esse conceito gravado na cabeça, de não compartilhar

Sra. Bruna Mendes: — Vocês acham que o jordanense não...

Participante 1: — É muito pouco.

Participante 5: — Na verdade minha mãe sempre trabalhou muito próximo do Capivari, próximo de turistas, tudo. Apesar de eu crescer odiando turista, mas eu sempre fiz muita parte disso, de ir nos pontos turísticos. Na verdade, eu não faço muito

parte do turismo agora, a expectativa quando vêm, nessa parte de temporada, são os eventos que acontecem... que não acontecem em outra época do ano. Por exemplo, o festival de inverno, eu adoro, fico toda empolgada quando sai o que vai acontecer, as orquestras que vão tocar, eu fico animada com isso, com os eventos. E também fico naquela expectativa, será que vai ser uma temporada boa para a economia, será que vai vir bastante gente, será que vai dar tudo certo? E tem um estresse momentâneo, da rotina, trânsito, essas coisas. É um estresse momentâneo, mas que você não fala assim: “ai meu deus, vai chegar a temporada!”, não. É algo assim: “é hora de sair de casa, então vai estar maior trânsito”. Mas é isso.

Sra. Bruna Mendes: — Agora, uma pergunta extremamente pessoal. Você está passeando, seja no momento de lazer ou indo para seu trabalho, e alguém para te pedir informações sobre a cidade, sobre ponto turístico, você responde com alegria? Você responde assim: “poxa, podia ter pesquisado no Google” ou “ah, não sei, não moro aqui”? E aí?

Participante 6: — Hoje em dia eu respondo com maior prazer. Eu adoro, inclusive.

Sra. Bruna Mendes: — Mas você responde agora, depois que fez os cursos ou...

Participante 6: — Exatamente. Antes eu não gostava, nunca dei informação errada, nunca fui desse tipo.

[Intervenções simultâneas]

Participante 6: — Nunca fiz isso, mas não era uma coisa que me dava prazer. Hoje eu sinto prazer em atender turista e conversar com turista, porque eu gosto, quero saber da vida dele, para onde ele vai, o que ele está fazendo, o que ele mais gostou, onde ele está hospedado. Quero saber tudo. E aí eu aproveito desses momentos para conversar. Eu dou a informação sobre os lugares, enfim, em uma paradinha para perguntar alguma coisinha eu já quero falar tudo.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 7, você concorda? Você gosta também?

Participante 7: — Nossa, eu falo até demais. Gente, sempre caminho na Abernêssio, se eu vejo um casalzinho tirando foto eu me ofereço para tirar foto, porque eu acho um máximo. Eles queriam que alguém tirasse foto deles. Eu falo assim...

Sra. Bruna Mendes: — Você acha que é uma boa fotógrafa?

[Intervenções simultâneas]

Participante 6: — Não, mas eu trabalhei com recreação em hotel antes. Então, antes eu falava, hotel é muito cansativo [ininteligível – 00:22:25]. Eu falava por obrigação, eu aprendi a... eu conheci, tive que ler os livros. E como era cansativo a gente falava, era mecânico, agora eu falo com gosto, adoro, explico, o povo fica até com boca aberta. “nossa obrigada”, explico o caminho. Muita gente pergunta, é muito gostoso.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 3, para você na loja também faz isso? Você consegue atender na loja e depois sair ainda e continuar respondendo?

Participante 3: — Sim. Eu acho muito bacana e diferente da parte que ela falou sobre não ter implantado muito na educação de ensino fundamental, o meu foi diferente, no meu foi contado. Então, isso foi muito bom, no meu desenvolvimento. Quando eu comecei a trabalhar com doze anos de idade já era o Pico do Itapeva, com as ferinhas. Então, era muito legal. Que nem as experiências que eu tive com a escola, a gente pegava as criancinhas e ia ali no Capivari, fazia os pontos turísticos. Então, é uma vivência que eu já tive. É muito legal, muitos clientes chegam e falam assim: “o que você achou?”. Não é mais superficial, quando a gente cresce e se desenvolve a gente consegue ter mais autonomia e conhecer os outros ambientes. Então, é o prazer de falar e perguntar também é bom. E vira habitual, é normal. Para mim, como ela disse, tem uma folga, alguém tirando foto, é automático, tem uma foto legal, é uma lembrança legal. É importante a gente sempre ter esse prazer também de atender muita gente. Para mim, acho muito bacana, acho muito legal.

Sra. Bruna Mendes: — Alguns pontos dessa próxima pergunta serão destacados já. A questão do Capivari, da movimentação, da questão, esse ainda não foi, mas da imagem distribuída de Suíça brasileira, de glamour. O que vocês acham dessa imagem? Vocês concordam?

Participante 1: — Nunca mais, não é mais assim, quem esteve aqui, sei lá, há vinte e tantos anos, era um (turismo), hoje é outro. Realmente era um turismo para poucos e bons. Vinte e cinco anos atrás era uma coisa mais... era mais frio. Hoje não, está muito mais aberto, está mais popularizado, graças a Deus. Tem muito mais pessoas com esse interesse, mudando muito.

Sra. Bruna Mendes: — A Participante 2 está com um olho para cá, outro para lá, como se

Participante 2: — Eu tive oportunidade de conhecer um pouquinho de na passagem pela Suíça e ela falava assim para mim: “quem fala que Campos do Jordão é a Suíça brasileira é porque não conhece a Suíça”. Porque são totalmente diferentes. E eu estou pensando aqui, Campos antigamente não era considerado a Suíça brasileira porque era mais reservada para ricos e para poucos. Hoje não, a internet traz muita informação, traz a possibilidade de você ter também acesso quando chegar “nossa, é perto de São Paulo, a estrada é boa, tem rede hoteleira de pousada e agora mais modernas”, AirB&B e Booking, que você faz reserva pelo aplicativo. Então ela popularizou sim. Campos tem uma beleza natural que é incrível, bosque de araucária, isso as vezes a Suíça também não tem. Eu acho que é tão bonito quanto, porque são belezas diferentes, mas Campos não sabe vender isso... trabalhar isso... e fica vinculado a um rótulo que já está ultrapassado de que Campos é a nossa Suíça brasileira, porque é bonito, a Suíça é linda, Campos é bonito também, mas são coisas diferentes.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 5, você balançou a cabeça, você concorda?

Participante 5: — Claro! Porque eu acho que esse ponto que ela disse de Suíça brasileira não cabe mais em Campos do Jordão e eu acho que Campos do Jordão é tão bonito é tão especial na questão do turismo que cabe a ele ter uma própria identidade não precisar da identidade de outro lugar, não precisar de comparar com

outro lugar. Porque eu acho que quando fala de Suíça brasileira é como se tivesse fazendo uma comparação com alguma coisa e eu acho que não cabe comparação. Campos do Jordão é Campos do Jordão, com a beleza dele, do jeito que ele é. Não cabe comparação de Suíça brasileira, de ter identidades. Eu acho que tem que criar a própria identidade dele mesmo. Não sei se cabe tirar esse rótulo de Campos do Jordão, porque vem de anos atrás, a história de Campos do Jordão foi construída em cima desse rótulo de Suíça brasileira. Mas eu acho que cabe ter uma identidade própria da cidade, porque isso é possível e Campos do Jordão tem potencial para isso.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 4, pelo jeito, também concorda.

Participante 4: — Tem vários aspectos, eu acho que tudo muda o tempo todo, desde o advento da internet na nossa vida as coisas se tornaram muito dinâmicas muito rápido. Então, Suíça brasileira, estão falando disso desde cinquenta anos atrás alguém falou isso, cem anos atrás, por quê? Porque tinha neve no Pico do Itapeva? porque as coisas aqui eram caras demais como a Suíça. Então, precisa entender qual é o objetivo do Suíça brasileira. Ah, é porque o estilo das construções é da Suíça, ok, beleza, funciona bem. Agora, concordo sim com o que foi falado, acho que o rótulo hoje se tornou um problema, se torna um problema, e a gente volta a questão inicial. A gente só tem o público que a gente merece, então o público que vem, vem porque foi oferecido aqui para ele. Como ela falou da fila do Pico. A fila do Pico existe a vinte e poucos anos, sei lá, uns vinte e cinco anos. Existe, sempre existiu, legal. Alguém foi lá e falou assim: “gente, vamos melhorar isso aqui? Para a gente melhorar o nosso público?”. Legal. Nós podemos fazer as primeiras barraquinhas de alvenaria, de madeira na subida das antenas. Vocês sabem que é ilegal, mas a gente vai construir para melhor o público. Legal. Funciona. Funcionou e atendeu. Eu acho que a busca da melhora ela anda junto com a cultura, porque é legal você ter o AirB&B, “ah, mas o hotel vai quebrar”, “Não, cara, o hotel tem que se reinventar. O Grande Hotel não quebra, pode ter quantos AirB&B tiver. A pousadinha do meu vizinho... Ai, se você oferece uma cama só, um banheiro ruim, uma cama ruim.. ah, mas é baratinho. Então você está pedindo. Aí você vai trocando de público e o público vai mudando, isso vem mudando. Então, espalharam balanços pela cidade, isso virou uma febre na internet, todo mundo quer ir lá e quer tirar foto no balanço, tem um balanço no por do sol, tem um balanço na montanha. Todo mundo quer tirar foto, por quê? Por conta do imediatismo, daqui (apontando o celular) eu estou vendo, quero participar.

Sra. Bruna Mendes: — Vamos aproveitar esse ponto aí nas mudanças que o Participante 4 comentou, como vocês acham que os jordanenses se beneficiam com o turismo hoje? Quais são os benefícios que o jordanense tem com o turismo atualmente? Vamos fazer de conta que não tem pandemia, está bom?

Participante 4: — Então tá.

[Intervenções simultâneas]

Participante 3: — Acredito que haja em outras formas de empregabilidade também, dinheiro também.

Participante 4: — O mesmo dinheiro circula na mão de todo mundo

Participante 6: — com certeza o dinheiro, que afeta diariamente

Sra. Bruna Mendes: — Aí, nós vamos entrar em um ponto que a Participante 1 havia colocado na primeira resposta dela. Para vocês, há diferença entre o turista que pernoita e fica mais de um dia na cidade e aquele turista que faz bate e volta, turista de um dia?

Turma: — Sim!

Participante 6: — Sim, tem diferença sim, porque, primeiro, o turista que fica mais tempo na cidade gasta mais e deixa mais dinheiro na cidade, está gastando no hotel, e o que vem de bate e volta, muitas vezes, não gasta nada, ele traz até o lanche dele e não gasta nem em restaurante, nem nada. E isso não é bom para a cidade. Eu acredito em um turismo mais democrático, mas eu acho que eu acredito também que deveria ser cobrado taxa por ônibus no portal. Porque o ônibus é muito beneficiado no trânsito, para a cidade não tem lugar para estacionar, atrapalha bastante, tem o controle de entrada de ônibus, mas mesmo assim, eu acho que é muito prejudicial dessa forma como está hoje. Eu acho que tem como organizar, não é fácil, mas tem como.

Participante 5: — Eu que já trabalhei no turismo trabalhava diretamente com entrada e saída de ônibus da cidade, então eu fazia... eu era o centro que fazia o cadastro dos ônibus que entravam e saíam, liberava ônibus. E trabalhando esse tempo lá eu descobri que já foram muitos desorganizados, muito desorganizados [ininteligível – 00:32:39], era um negócio de louco.

Participante 4: — Teve época que não podia nem entrar

Participante 5: — Já não pode entrar ônibus, era uma loucura e agora, do que já foi a muito tempo atrás, melhorou muito e eu acho que ainda tem que melhorar muito ainda, porque realmente tem ônibus que vem com cinquenta, sessenta passageiros que dificilmente gastam na cidade, porque já trazem comida da onde vem, de casa, já traz café da manhã, almoço e janta, e não gasta na cidade. No máximo que faz é andar no Capivari, as vezes compram alguma coisa lojinhas ali ou não e é isso.

Participante 1: — Porque o olhar mesmo é diferente, ele não sabe vir para a cidade. Esse é o problema, Ele vai para pontos específicos.

Participante 6: — As vezes ele passa correndo pela cidade, não dá tempo de ver tudo mais. Eu acho que eles saem com a impressão completamente distorcida da cidade e a gente deles também, porque a gente não sabe, com certeza são pessoas boas, pessoas legais, se são pessoas boas se a gente tivesse oportunidade de conhecê-los de verdade. Só que a gente fica com uma péssima impressão deles e eles acham que, saem com essa impressão de que Campos é isso.

[Intervenções simultâneas]

Participante 2: — A impressão negativa fica porque Campos do Jordão oferece um mínimo de infraestrutura para eles. Não tem um banheiro

Participante 7: — Não tem um banheiro.

Participante 2: — Exatamente.

Participante 5: — Verdade, não tem um banheiro.

Participante 1: — E quanto você acha, o banheiro está fechado. É um absurdo

Participante 5: — Tem o shopping do Capivari, restaurante, todas as galerias têm fechados os banheiros por causa disso, porque descia ônibus, usava o banheiro e deixava o banheiro péssimo. Não tem nem banheiro público ali no centro de Capivari para essas pessoas usarem.

Sra. Bruna Mendes: — Você ia falar alguma coisa antes?

Participante 3: — Eu acredito que o turismo, a palavra turismo, ela quando bate na minha cabeça é algo sobre receptividade, organização e é isso que falta na nossa cidade. Eu não tiro nada daquilo que eles falaram. Porque quando tem uma organização, é engraçado que a gente está falando sobre convenções, então quando a gente atende uma pessoa a gente tem que saber instruí-la. Enquanto os nossos governantes não tem esse posicionamento de tomar a frente organizando algo do tipo, a cidade vai de mal a pior, isso reflete nos comerciantes, reflete nos ambientes que a gente quer ser. Por exemplo, eu trabalho no shopping Asper na cidade, então é o shopping mais movimentado, ali entram muitas vezes que só vão para usar o banheiro. Ainda menos para compra, você não consegue ter o controle. Então, essa sensação de descontrole, se destaca... a gente se sente muito usado, do ponto de não ter uma instrução talvez de um turismólogo, sei lá, algo do tipo. Mas acredito que a parte que mais pega é a organização, se tiver organização tem essência, tem giro maior, tem respeito maior e tem uma impressão melhor. Eu acredito que é isso.

Sra. Bruna Mendes: — Nessa hora está todo mundo balançando a cabeça

[Intervenções simultâneas]

Participante 4: — Não acho confortável ter que entrar no shopping só para poder usar o banheiro.

[Intervenções simultâneas]

Participante 3: — Eu sei, mas então tem aqueles 50%

Sra. Bruna Mendes: — Essa é uma pergunta que vai ser interessante o resultado porque ou vocês nasceram e ou moram aqui há muito tempo. Vocês acham que o turismo provocou mudanças no estilo de vida do jordanense?

Turma: — Muito. Com certeza.

[Intervenções simultâneas]

Participante 4: — Tenho uma vivência disso, não sei se você conheceu Jesus de Carvalho? [Intervenções simultâneas]. Não, ele foi o precursor de imagem e som aqui de Campos e foi médico, se não me engano. E por muito tempo eu fazia reproduções de fotos, eu era motoboy do Shimatzu, eu começo na fotografia foi ali. E Seu Jesus ligava, ligava na loja e ele falava “pede para o moço da motinho vir aqui, que eu tenho umas cópias para fazer”. Eu passava a tarde, o Shimatzu ligava e “tem muita entrega para fazer”. E eu sentava lá e ele ficava lá, isso em 2005, 2006, talvez, ele me falava, naquele tempo, “Douglas, a cidade, Campos do Jordão hoje...” Eu levava as informações para ele do Capivari. Capivari vai fechar, abriram espaço não sei aonde, local tal e tal. E a gente conversava sobre tudo. E aí ele falou uma coisa que ficou muito marcado para mim “Campos do Jordão inchou, nos últimos vinte anos, 2004, Campos do Jordão sofreu um inchaço irreparável, isso vai custar muito caro para o futuro”. E aí, eu comecei a observar, naquela época eu trabalhava com estande, lavava carro, no meio da bagunça. Eu comecei a observar isso e é muito legal quando você começa a associar as coisas. Sim, de fato, os estandes de carros gigantes que eram montados naquela época traziam uma equipe na frente antes da temporada, os caras vinham para montar aqui. Sei lá, vinha uma galera de trinta pessoas e a mão de obra bruta. Dessa galera, três, quatro ficavam aqui e não ia embora mais. [Intervenções simultâneas]. Você começa a observar no seu dia a dia, hoje, se você andar na Abernóssia hoje, de 2004 a 2021, se você andar na Abernóssia hoje de dez pessoas que você vai trombar e tudo, talvez duas ou três vai ser por isso. E aí não vai entrar popularidade, mas entra um inchaço. Eu ouvi de outro cara, lenda jordanense, durante a campanha política, ele falou assim: “quantos habitantes você acha que Campos tem?”, falei assim “ah, pelo último Censo, acho que cinquenta, sessenta mil habitantes”. “Campos do Jordão já passou disso faz tempo”. Durante a campanha eu andei, se você andar no Pica-Pau, vila Santo Antônio e você observar relógio de luz é desumano. É um absurdo, é muito. Então, acho que dá ... a gente deu uma voltona, para falar que sim, cem por cento alterou.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 6, você balançou bastante a cabeça na hora que eu fiz essa pergunta de como o turismo mudou o estilo de vida, como você acha que mudou?

Participante 6: — Na verdade, eu acho que a gente vive para o turismo desde que Campos do Jordão é Campos do Jordão a gente vive do turismo. Nem sei como poderia ser sem turismo. Porque Campos do Jordão nasceu para isso, nasceu com isso e foi indo para o turismo e acho que essa é a alma, de verdade.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 3 e 1, vocês também foram bem enfáticas

Participante 1: — Uma coisa bem simples, as diaristas que eu tive, que eu tenho hoje, que eu já tive e tenho hoje, as mais, vamos dizer assim, promovidas aprenderam em casas de família que vinham de São Paulo, que vinham para cá e mudavam e aprendiam um ofício. E elas realmente ficaram promovidas mesmo no sentido de um aprendizado, inclusive como atender o outro. Também é uma coisa muito interessante isso, isso eu vejo muito. Você que atende o outro, aprende como atende o outro.

Participante 3: — O estímulo cultural aumenta muito. Muda sua postura como se atende e até de aprendizado, isso é muito legal.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 7, você deve sentir isso, porque você tem três meninas de idades diferentes, e você acaba indo muito para Botucatu, né? Eu não sou stalker tá gente, só sou atenta . Para você, talvez, não sei se é mais fácil sentir nas filhas que estão crescendo. Você acha que teve alguma mudança? Você sente da Filha 1 quando ela era menor que agora e as outras pequenas ou, você acha que o turismo afeta esse crescimento delas?

Participante 7: — Ah, elas estão mais isoladas. Eu acho que no momento ainda não. A gente fica para o outro lado, o posto, eu dou aula em Santa Cruz para alunos mais simples, você sabe. Então, no momento não, as meninas estudam na Abernóssia, elas vão e voltam, não estou no turismo. Antes eu trabalhava com recreação e estava mais envolvida, no momento não. Com a minha adolescente, obviamente, aprendi a passear em Capivari, porque eu também tinha vergonha. Eu sou muito assim, sou muito chata, eu puxo mesmo onde eu trabalho, sou próxima dos meus alunos, são todos carentes, então eu falo mesmo “poxa vida, meus alunos estão passando fome, de chinelo e o povo ostentando”, eu já tinha esse pensamento por causa deles, mas só nessa parte que mudou. Minha filha fala: “não mãe, vamos passear, Capivari é da hora”, aprendi a gostar com minha filha, de verdade. Eu não fico muito aqui na temporada mesmo, vou para a minha cidade, mas eu acho maravilhoso, deixa eu até contar um fato para vocês. Eu peguei uma vez um aluno meu de chinelinho, pegando dinheiro no trânsito, é muita diferença, viu? Mas eu aprendi a gostar sim, eles gostam, eles sabem, a gente volta para a escola (quando não tem pandemia) em agosto, com gente vendendo pinhão, eu comprei. Então tem os lados bons, o lado ruim. A gente aprende a gostar, a gente muda, vai mudando de opinião, tudo muda. Eu não gostava mesmo, tinha pavor, por causa dos meus alunos que passavam fome e iam para a escola para comer, e agora eu já gosto mais, sou fã, como eu disse, mas assim minhas filhas por enquanto, a filha 1 que me ensinou a gostar.

Participante 4: — Qual a faixa de idade desse aluno seu, por exemplo?

Participante 7: — Tinha uns quinze anos.

Participante 4: — Faz sentido como professor para você , já ter a matéria (turismo) incluída nessa idade?

Participante 7: — Com certeza!

Participante 5: —Eu acho que até antes. O ensino fundamental de onze até quatorze anos já faz sentido, a pessoa já sabe expressar, a ter uma indicação.

Participante 3: — Acho que na minha experiência, de oito para nove, dez, já tinha uma troca. Jovens que tinham uma assistência nessa parte, que tinham professores que falavam, que preparavam nós mesmos para enfrentar a possibilidade de ser essencial para o turismo, participar.

Participante 5: — Ate para conhecer a cidade, por que, por ser uma cidade turística, tem turista que conhece mais a cidade do que o próprio jordanense.

Participante 4: — Vou fazer outra ponte, vocês (estudaram aonde) depois?

[Intervenções simultâneas – Participante 4 perguntando para cada participante que cresceu na cidade os locais de estudo, desde o ensino básico até superior]

Participante 4: — Nós somos de uma geração que foi embora, então quando eu me formei na oitava séria, estudei no SESI, trabalhei na..., tudo legal. Primeiro colegial, para onde eu vou? Poxa vida, TCC, legal. Minha mãe: você tem que fazer processamento de dados, você vai para ao SAAD, você vai para Beleza, legal. E ali eram dois universos, ali a gente está falando de cem alunos. E a gente foi embora. A minha geração, quem sai não volta, muito difícil. Então, a galera foi para Taubaté, foi para odontologia, foi para o direito, foi para engenharia. A vinte anos atrás, revelei a minha idade, a vinte anos atrás tem uns formados em engenheiro, voltava para fazer o que?

Sra. Bruna Mendes: — Vou resgatar de novo para a gente voltar para perfil, mas eu entendi o que você quis colocar. E esse é um fato apenas por curiosidade. Essa experiência externa ela apareceu nos outros dois grupos, a valorização da cidade após ter tido uma experiência externa, seja por um ano, dois anos e talvez seja um fato que você está destacando, mas ela foi presente nos outros dois grupos. Agora a gente vai a última pergunta da segunda etapa antes de ir para a terceira etapa, está acabando. A gente já passou da metade. Se eu falar para vocês que acolhimento ao morador, o que vocês entendem por isso? Qual a primeira coisa que vem a cabeça de vocês?

Participante 6: — Ao morador?

Sra. Bruna Mendes: — Ao morador.

Participante 6: — Acho bem ruim, bem ruim em questão de tudo. Educação, saúde, tudo e uma cidade se ela não é boa para o morador ela, conseqüentemente, não vai ser boa pra o turista. E eu acho que muita coisa precisa melhorar. Nesse ponto da experiência externa, eu já morei em São Paulo também durante quatro anos, tem muita coisa que aqui em Campos do Jordão é muito melhor que em São Paulo, muito melhor mesmo. Só que tem muita para melhorar, muita mesmo, tipo postinho de saúde, as vias públicas, a gente está aqui no dia a dia a vê fazer asfalto na avenida, mas vê buracos enormes nas ruas. Eu acho que é um descaso enorme com o morador.

Participante 5: — Eu acho que aqui em Campos do Jordão é tudo em volta de um eixo central, eu acho que as coisas estão tudo ali na avenida, começa a distanciar as coisas vão ficando muito ruim, vão piorando muito. Começa a subir os morros, já não tem mais saneamento básico, a cidade não tem, não é todo mundo que tem água e esgoto em casa. Então, eu acho que quando vai subindo o morro acho que difere muito; lógico que não estou falando do Alto da Boa Vista ou do Alto do Capivari, nos morros periféricas da cidade eu acho que é muito ruim, saúde, tem muita criança e adolescente que vai para a escola para comer porque não tem, a economia não é boa na cidade, tem muita gente desempregada e é muito difícil.

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — Participante 2, você olhou de lado e quando faz isso é porque está pensando em outra coisa.

Participante 2: — Essa questão eu concordo, mas ainda vou um pouquinho além porque isso seria o básico que a gente teria que ter, como qualquer outro lugar. Mas o meu passo que é além é que a gente não tem uma atividade ou uma atração cultural que é voltada para o jordanense, não tem cabimento nenhum para o morador não tem o menor sentido. Você tem o festival de inverno, é o maio festival da américa latina, jordanense não participa, lógico, alguns sim e não outros. Mas não é para o jordanense. Você tem o festival de jazz que acontece lá na Concha do Capivari, isso não é para o jordanense, o jordanense não é visto. A sensação que eu tenho é que o morador jordanense não é visto pelo poder público, porque está tudo voltado para o turismo. Se fizesse ainda alguma coisa competente, de certa forma, fizesse o turismo funcionar para isso reverter de uma forma positiva para nós moradores ainda assim, né... mas não é o caso, não é assim que funciona. Mas é essa coisa também, a gente não tem um evento que é... “olha, isso aqui é para o jordanense”.

Sra. Bruna Mendes: — Vocês acham que se tivesse isso os jordanenses reconheceriam e iriam?

[Intervenções simultâneas – alguns concordando e outros discordando]

Participante 5: — Eu acho que já tem. O jordanense... O que acontece dentro da cidade pode não ser voltado para o jordanense, mas a cidade é do jordanense. Então, isso pertence a ele, ele tem todo o direito de chegar na praça do Capivari e assistir.

Sra. Bruna Mendes: — Vocês acham que o morador se reconhece e acha que a cidade pertence a ele?

Turma: — Não

Participante 3: — [ininteligível – 00:51:51] suporte. Se você tivesse dentro desse sistema cultural esse acolhimento, conseqüentemente acarretaria a possibilidade da autoaceitação. Então eu me aceito como jordanense, me aceito com a possibilidade de ir lá também.

Participante 3: — É o que ela acabou de falar. A Participante 7 acabou de falar, por que você começou a ir para o Capivari?

Participante 7: — Porque minha filha me leva

[Intervenções simultâneas]

Participante 5: — Essa aceitação só veio depois de adulta, porque quando criança eu não achava também... Falava isso não é meu, isso não é para mim. Agora eu super entendo e falo assim “não, está na minha cidade, está na minha praça, eu vou, é meu direito de ir.

Participante 1: — É aproveitar, ir mesmo.

Sra. Bruna Mendes: — Vamos pegar essa deixa aí da Participante 5 e vamos para a terceira etapa. Respondam a primeira coisa que vier na cabeça de vocês. Mesmo que você seja o último a falar, não altere a resposta que vier. Como você se sente enquanto morador de Campos do Jordão? Participante 7.

Participante 7: — Ah gente, maravilhada, lógico. Coisa linda.

Participante 6: — Hoje em dia, com orgulho

Participante 5: — Me sinto bem.

Participante 1: — Eu acho que um privilégio

Participante 3: — Abençoada.

Participante 2: — Eu sou feliz morando aqui.

Participante 6: — Eu também acho um privilégio morar aqui. Outras pessoas passando perrengue, mas a gente tem muito

Participante 1: — Você pode estar triste, mas sai para caminhar, curtir esse local

Participante 6: — Qualquer lugar que você vai...

Participante 5: — Às vezes eu passo pela avenida e está toda verdinha, as vezes está tudo sem folha, mas é tudo lindo.

Participante 6: — você tem os passeios, a Pedra do Bau, a vista

Participante 1: — Todos os passeios fora são gostosos, a natureza aqui é maravilhosa

Sra. Bruna Mendes: — Enquanto morador aqui de Campos do Jordão, vocês se sentem como parte do turismo? Como representantes do turismo? Vocês não precisam atuar no hotel, com o turismo. O seu sentimento, você sente enquanto morador você representa o turismo em Campos do Jordão?

Participante 1: — Eu sinto porque eu fui turista até outro dia e depois resolvi morar, então.... Então, eu acho que sim, muito isso.

Participante 3: — Eu concordo com ela. Como atendente e como fotógrafa a gente acaba passando isso para as outras pessoas, as pessoas que vêm. Então, a receptividade acaba sendo tudo natural

[Intervenções simultâneas]

Participante 2: — Eu ia falar “não, eu não tenho contato direto com turista como ela tem”, mas eu tenho contato direto com turista quem vem comprar a casa dele aqui e entra em contato com nosso escritório e “olha, preciso de um contrato, o que está acontecendo na cidade, como é a questão do IPTU aí”.

Sra. Bruna Mendes: — Vou te pôr em contato com meu vizinho. A ironia não tem como negar.

Participante 2: — Acabou de cair a ficha agora nessa interação, eu tenho contato direto sim com turista sim.

Participante 4: — Todos nós.

Sra. Bruna Mendes: — Vocês acham que vocês enquanto morador daqui de Campos do Jordão têm uma responsabilidade com o sucesso do turismo? Com a satisfação do turista?

[Intervenções simultâneas]

Turma: — Sim, total.

Sra. Bruna Mendes: — Vocês acham que seus conhecidos se sentem assim?

Turma: — Não.

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — Você disse que você se sente responsável pelo turista, porque você dá informação, você faz amizade. O pessoal que convive com você, você acha que também têm esse sentimento? Ou é um sentimento de mais afastamento. Não, eu não trabalho com turismo, então não tem nada haver.

Participante 1: — Não, eu acho que as pessoas são bem próximas.

Sra. Bruna Mendes: — Você acha que não.

Participante 6: — Eu acho que não. Acho que tem uma boa parcela dos moradores de Campos do Jordão que são completamente alheios ao turismo, completamente.

[Intervenções simultâneas]

Participante 2: — Tem muitos que não gostam do turista.

Participante 4: — Total

Participante 6: — Tem quem dá informação errada, inclusive.

[Intervenções simultâneas]

Participante 6: — Eu acho que tem uma boa parcela da população que se esforça, mas...

[Intervenções simultâneas]

Participante 3: — [ininteligível – 00:56:31] Não que tivesse obrigação, mas não está certo de falar [ininteligível – 00:56:38], incentivar de uma certa forma, porque isso vai servir de futuro através dos meus filhos. Acho que tem que ter essa consciência.

Participante 5: — Eu acho que falta um pouco de consciências dessas pessoas que não trabalham diretamente com o turismo, de saber que mesmo assim tem uma ligação com o turismo. Porque independente do que você trabalha em Campos do Jordão, sempre tem uma conexão com o turismo.

[Intervenções simultâneas]

Participante 5: — Porque, assim, ah, eu sou professora, dou aula para filhos de pessoas que trabalham no turismo. Então, tudo está ligado no turismo. Então, não tem como em Campos do Jordão você falar que não tenho nada a ver com o turismo. Tem sim, tudo a ver com o turismo na cidade.

Sra. Bruna Mendes: — Essa é uma pergunta muito simples, mas muito importante, depois eu explico para vocês porquê. Que locais de Campos do Jordão que vocês costumam visitar? Mas não é um visitar a cada dez anos. É um local que vocês costumam ir, que você gosta. Só para a gente ter uma ideia aqui. Você falou que fica um pouco mais isolada.

Participante 7: — Não, eu vou no auditório sempre.

Sra. Bruna Mendes: — Para o auditório.

Participante 6: — Eu vou sempre visitar o Horto Florestal, o auditório e faço sempre a volta ali do Toriba, que tem aquelas vistas da serra.

Participante 5: — Eu vou sempre para o auditório, Horto florestal, acho que esses dois. Vou para o Morro do elefante de vem em quando.

Sra. Bruna Mendes: — Participante 4?

Participante 4: — Todos os lugares altos.

Participante 3: — Eu sou da mesma opinião dele, a gente sempre vai.

Sra. Bruna Mendes: — Eu não sei quais as [ininteligível – 00:58:15] ali.

Participante 3: — A gente vai bastante para o Horto, para o auditório também. A questão lá do Alto do Toriba, Pico. Mas a gente não está tendo mais por conta da pandemia, mas ...

Participante 1: — Pico, Pedra do Baú

Sra. Bruna Mendes: — Vocês acham que o jordanense aproveita tudo o que a cidade oferece? De forma gratuita

Turma: — Não. Infelizmente não.

Participante 1: — Esse também é um ponto. Essa coisa do valor. Para muito jordanense é impraticável entrar no Amantikir.

[Intervenções simultâneas]

Participante 4: — O Amantikir é isso aqui perto do que tem a oferecer.

Participante 3: — Exatamente.

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — Vocês acham que tem não tem essa sensibilidade de conhecer a cidade?

Participante 3: — Sim, porque depois que eu tive essa possibilidade de conhecer outras pessoas e outros lugares é muito mais fácil do que você imagina. Eu desbravei a cidade, é muito gostoso, eu amo a cidade.

Participante 6: — E o festival de inverno. Eu trabalhei durante um ano no auditório e por isso que eu gosto tanto de lá também, e no festival de inverno acho que mais da metade dos concertos são gratuitos. E não são só no auditório, tem concerto aqui no espaço...

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — Nós vamos para a última pergunta agora. A partir da resposta de vocês pode ser que eu coloque mais algumas, mas está acabando. O que vocês entendem por hospitalidade?

Participante 3: — Eu entendo como se fosse você, além de receber de uma forma muito boa, é você passar a essência do que talvez, você está tentando, do seu ideal. É sobre a cidade como um todo, um por exemplo, hospitalidade de receber... você está trabalhando na parte de hotel ou algo do tipo, mostrar para o pessoal que é algo confortável, tem uma história, um respeito.

Participante 4: — Conforto informativo.

Participante 3: — Isso, exato.

Participante 2: — A receptividade.

Participante 4: — Com informação.

Participante 2: — Exatamente.

[Intervenções simultâneas]

Participante 2: — Você receber bem, com sorriso no rosto, porque é um tratamento com uma pessoa que você está recebendo ali. Um “bom dia!” uma questão de educação. Essa questão de receptividade.

Participante 5: — Eu acho que é fazer a pessoa se sentir bem no lugar que está chegando, se sentir bem no hotel, se sentir bem no restaurante, se sentir bem no ponto turístico que ela esteja visitando e que ela se sinta confortável e se sinta bem mesmo.

[Intervenções simultâneas]

Participante 1: — É o respeito que a cidade precisa ter com as pessoas que estão aqui e se precisarem de alguma coisa a cidade tem como dar suporte , tem como ajudar .

Sra. Bruna Mendes: — Vamos aproveitar essa deixa aí, vocês acham que Campos do Jordão é uma cidade hospitaleira?

Participante 5: — Depende da pessoa que visita. Igual, já teve o outro ponto dos ônibus, eu acho que para o público que vem de ônibus para a cidade, por exemplo, não é uma cidade que tem hospitalidade. Agora, se é uma pessoa que vai pagar um hotel, que vai frequentar um restaurante no centro de Capivari aí tem.

Participante 4: — [ininteligível – 01:02:05].

Participante 5: — [ininteligível – 01:02:12].

Sra. Bruna Mendes: — Aproveitando essa deixa aí da compra. Vocês acham que o jordanense é hospitaleiro?

Participante 4: — Muito pouco.

Participante 5: — Não. Eu acho que não.

Participante 1: — Quando eu comecei, quando eu voltei para cá, eu achei uma beleza, todos, sempre me atendiam muito bem em qualquer lugar que eu fosse. Até essa coisa de “vai com Deus” eu achava uma graça. [Intervenções simultâneas] Achava tão bonitinho aquilo, tão caloroso.

Participante 5: — Eu acho que as coisas estão melhorando. Acho que já deixou mais a desejar a cidade.

Participante 4: — Pode melhorar.

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — A Participante 2 tem uma posição diferente, todo mundo falou não, o jordanense não é hospitaleiro.

Participante 2: — Eu acho que muito pouco, é a questão do ônibus. Para o público que vem de ônibus a hospitalidade é zero. Ser hospitaleiro é oferecer o que você tem de melhor naquele momento, não estou falando de hotel, de uma cama, não é isso. Me pararam para pedir informação e eu vou ser hospitaleira se eu vou responder “bom dia” com sorriso no rosto, olha você tem que ir para tal lugar, visitar tal, não é só indicar o caminho, olha tem uma dica assim, uma dica assado. E você vai oferecendo essa hospitalidade. Campos, algumas pessoas sim, mas tem que melhorar muito, de uma forma geral, tem que melhorar muito, então no geral é negativa

Sra. Bruna Mendes: — Participante 6, pode falar.

Participante 6: — Hospitalidade para mim, eu acho que é desde a hora que o turista cruza o posto policial lá embaixo, subindo a serra, para em um posto pedir uma informação e ele atendido por alguém, chega em um hotel para fazer o check in e é atendido pelo recepcionista, cruza com funcionários do hotel. É todo o atendimento, desde políticas públicas, tudo é hospitalidade, tudo. A cidade como um todo, desde subindo a serra até a última rua. E é tudo conectado e se alguma coisa, as vezes uma coisa mínima pode estragar a experiência toda do turista. Para mim é isso, toda infraestrutura, tudo. Desde a hora que ele chega na cidade até a hora que ele vai embora, não só o atendimento humano, mas também as coisas estruturais.

Participante 4: — Mas sim ou não?

Participante 6: — Campos do Jordão eu acho que é, mas tem muito que melhorar. Aqui acontecem algumas coisas muito doidas, porque o mesmo turista que está na cidade, no mesmo minuto que ele vai para o mesmo lugar sai com uma experiência incrível e maravilhosa, o outro sai com uma experiência péssima e nunca mais quer voltar. E eu acho que a gente tem uma dificuldade de entender o que aconteceu para um e para o outro. Lá no Hotel onde eu trabalho isso aconteceu. [Intervenções simultâneas]. O hóspede está no mesmo tempo, em quartos um do lado do outro, um saiu elogiando, falando que queria voltar, e para o outro a experiência foi péssima. E a gente as vezes não sabe por que, o atendimento foi igual, as coisas foram iguais, foram oferecidas as mesmas coisas.

[Intervenções simultâneas]

Participante 6: — Desde passar uma informação e falar “aqui dentro do hotel tem recepção de tal coisa”, porque as vezes você não avisa a pessoa.

[Intervenções simultâneas]

Sra. Bruna Mendes: — O que vocês falaram da Suíça brasileira. A partir do momento que Campos é vendido como uma Suíça brasileira, para o turista cria-se uma expectativa? Uma expectativa, acho que foi citado no grupo de quinta feira, o cara falou assim que “ele acha que todo hotel que vier vai ter lareira no quarto”. Aí ele chega e não encontra nada.

Participante 5: — Ele chega e passa muito calor.

Sra. Bruna Mendes: — Ele põe o gorro e cachecol.

Participante 4: — Isso é muito importante. Eu entendo que isso aconteça mesmo com propriedade privada. Eu vou lá e vou falar com minha vizinha de oitenta anos que Campos do Jordão é a Suíça brasileira, comprei um pacote de excursão para a senhora. A senhora vai domingo, cinco horas da manhã para Campos do Jordão que é a Suíça brasileira. A velhinha chega animada às sete da manhã no Portal e “cadê a Suíça brasileira?”. Então, isso é muito importante. Eu participei a muito tempo atrás com a Secretaria de turismo, nós fomos nas escolas ouvir as crianças, o que elas tinham para falar. Oitenta por cento do que foi falado aqui a gente ouvia das crianças. É drástico, é triste, você sai da sala chorando, fala o que é isso, o que vai ser de Campos do Jordão?

Sra. Bruna Mendes: — Experiência de horror, não é?

Participante 4: — Péssimo.

Sra. Bruna Mendes: — A princípio as minhas perguntas terminaram, alguém pediu e depois alguém perguntou da gravação eu vou explicar o que é a minha tese. Porque eu vou explicar para vocês. Mais alguém quer acrescentar mais alguma coisa nessa temática?

[Intervenções simultâneas]

Participante 4: — É o seguinte, eu estou aqui para falar como que acabou.

Sra. Bruna Mendes: — Posso interromper? Alguém quer acrescentar alguma coisa?

Turma: - Não