

DOCUMENTOS OFICIAIS NORTEADORES DO PLANEJAMENTO TURÍSTICO: uma análise sobre Campos do Jordão (SP, Brasil)

*OFFICIAL GUIDING DOCUMENTS FOR TOURIST PLANNING:
an analysis of Campos do Jordão (SP, Brazil)*

Bruna de Castro Mendes*
Mirian Rejowski**
Airton José Cavenaghi***

RESUMO: O turismo tem o potencial de gerar diversos benefícios para o destino turístico. No entanto, quando não há um planejamento adequado norteando o seu desenvolvimento, impactos negativos começam a afetar a atividade. Planejar significa elaborar e organizar o plano para alcançar determinados objetivos previamente definidos. Para tanto, necessita de informações que formem a base para o processo decisório, contribuindo para uma perspectiva a curto, médio e longo prazo. O objetivo geral deste artigo é analisar os documentos oficiais do setor de turismo de uma cidade montanhosa, sendo escolhida a localidade de Campos do Jordão (SP, Brasil), reconhecida como um destino de inverno e de natureza. Pode-se identificar uma ausência sobre a metodologia adotada em cada estudo, além do período considerado para análise, resultando em informações falhas que podem não contribuir com o processo de planejamento do turismo local como se espera.

Palavras-chave: turismo; planejamento; impactos; documentos oficiais.

ABSTRACT: Tourism has the potential to generate several benefits for the tourist destination. However, when there is no adequate planning guiding its development, negative impacts begin to affect the activity. Planning means elaborating and organizing the plan to achieve certain previously defined objectives. Therefore, it needs information that forms the basis for the decision-making process, contributing to a short, medium and long term perspective. The general objective of this article is to analyze the official documents of the tourism sector of a mountainous city, being chosen the locality of Campos do Jordão (SP, Brazil) recognized as a winter and nature destination. A lack of clarity can be identified regarding the methodology adopted in each study, in addition to the period analyzed, resulting in flawed information that should not be used for the local tourism planning process.

Keywords: tourism; planning; impacts; official documents.

1 Introdução

O objetivo geral deste artigo é analisar os documentos oficiais do setor de turismo de um município do estado de São Paulo, Campos do Jordão, reconhecida como um destino de inverno e de natureza. Parte-se do pressuposto de que a pandemia de Covid-19 afetou a cidade, tanto econômica quanto socialmente. Por ser uma localidade que apresenta uma dependência

* Doutora em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi, docente do Instituto Federal de São Paulo (IFSP- Campos do Jordão), Campos do Jordão - SP. E-mail: mendesbruna@hotmail.com.

** Pós-doutora Livre-docente em Teoria do Turismo e do Lazer pela Universidade de São Paulo, docente dos cursos de Mestrado e Doutorado em Hospitalidade e Graduação em Turismo na Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo. E-mail: mirwski@gmail.com.

*** Doutor em História Social pela Universidade de São Paulo, docente dos cursos de Mestrado e Doutorado em Hospitalidade e Graduação em Turismo na Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo. E-mail: acavenaghi@gmail.com.

econômica em relação ao turismo, esse período de isolamento incentivou, como também provocou, um repensar sobre a prática turística local, buscando uma maior organização e melhor adaptação da atividade aos desafios atuais. Contudo, será que as pesquisas realizadas e os documentos produzidos oferecem as bases necessárias para um planejamento do turismo?

O turismo constitui um conjunto de relações e mudanças de caráter econômico, ambiental, social, cultural e político (ALVES, 2014), sendo que, para o sucesso do local como destino turístico, é necessário considerar as expectativas de seus visitantes, assim como atingir os padrões de qualidade projetados (WANG; XU, 2015). Geralmente, os lugares são escolhidos como destino para serem contemplados a partir de uma expectativa, mantida por uma variedade de práticas não-turísticas que constroem e reforçam o olhar (URRY, 2001), principalmente em função da busca por paisagens que se apresentam como um contraponto aos ambientes de trabalho (SILVA, 2004). Assim, entende-se o turismo como um fenômeno social definido pelas consequências do deslocamento de pessoas e seu tempo de permanência em determinada localidade. Dessa forma, deve-se admitir que esta atividade pode ter um grande potencial para afetar as vidas da comunidade local, e se tornar um forte agente de mudanças nas localidades que optaram por desenvolvê-lo (AP; CROMPTON, 1993; SHARPLEY, 2014), exigindo um planejamento para minimizar os impactos negativos e potencializar os positivos.

Diante do longo período da Pandemia de Covid-19, a economia dos locais dependentes do turismo foi duramente afetada, instigando um repensar do setor por alguns dos envolvidos no processo. Notadamente, muitas pesquisas começaram a ser realizadas para proporcionar uma compreensão maior dos seus efeitos e uma revisão da prática turística de forma a garantir um ambiente seguro quando as viagens fossem retomadas. Muitas dessas pesquisas estão sendo realizadas pelo setor público, como no caso da cidade de Campos do Jordão (São Paulo, Brasil), cujos dados foram analisados no decorrer deste estudo. Entretanto, McCombes, Vanclay e Evers (2015) alertam para a necessidade de os estudos atuais fugirem da análise dos impactos positivos *versus* impactos negativos, o que exige reconhecer que tais implicações se tornaram muito mais complexas, pois envolvem aspectos econômicos, sociais, ambientais e culturais, além de afetarem a comunidade local – direta e indiretamente.

Para compreender os dados coletados, vale relembrar que, quando institucionalizado como atividade econômica em determinada comunidade, o turismo altera a rotina local, tendo em vista que envolve uma série de fatores na organização e efetivação de sua

expansão, demandando o envolvimento e adaptação da comunidade (RENOÓ; TEIXEIRA, 2007). Para Cruz (2003), o turismo, assim como outras atividades, introduz no espaço objetos definidos a fim de permitir o desenvolvimento da atividade, assim como se aproveita de objetos preexistentes, alterando seu significado para atender a uma nova demanda de uso, no caso, o uso turístico.

Considerando o objetivo deste artigo, optou-se pela metodologia da análise documental, pautada em documentos oficiais da Prefeitura Municipal – Plano de Mobilidade 2018 e o Plano Diretor de Turismo 2018-2020 – assim como em pesquisas realizadas pelo Observatório do Turismo (2016, 2017 e 2018). Analisou-se, também, a pesquisa realizada pelo Centro de Inteligência da Economia do Turismo (CIET) em 2021, solicitada pela Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo (SETUR, SP), com a colaboração da Secretaria de Turismo e do Conselho Municipal de Turismo.

2 Metodologia

Considerando-se sua importância para o cenário turístico do estado de São Paulo, e buscando o desenvolvimento de um turismo mais sustentável e equitativo na distribuição dos ganhos, uma compreensão maior sobre o destino precisa ser buscada. Para tanto, uma análise dos documentos oficiais norteadores para o desenvolvimento turístico de Campos do Jordão é o primeiro passo para compreender as ações locais.

Assim, a partir de uma pesquisa exploratória, são analisados dados secundários das principais fontes de informação para o processo decisório acerca do desenvolvimento do turismo no espaço jordanense. Por isso, quatro fontes de informação foram selecionadas, além de outras complementares, principalmente reportagens, como exposto no Quadro 1. Uma leitura sistematizada de cada documento foi realizada, anotando-se as observações e inquietações para que se pudesse efetuar a análise das reais contribuições para o processo de planejamento do turismo local.

Quadro 1 – Documentos norteadores do planejamento turístico de Campos do Jordão

Documento	Fonte	Ano de divulgação	Foco das informações
O turismo de Campos do Jordão	Observatório do Turismo da Prefeitura Municipal de Campos do Jordão (SP)	2016, 2017 e 2018	Expõe um compilado de informações acerca do turista e seus anseios

Plano Diretor de Turismo	Secretaria Municipal de Turismo	2018-2020	Reforça as ações para o desenvolvimento do turismo local
Plano de Mobilidade	Secretaria Municipal de Infraestrutura e Defesa do Cidadão	2018	Explora a questão da mobilidade e melhorias necessárias
Pesquisa de Percepção do turismo – Estância Turística de Campos do Jordão	Centro de Inteligência da Economia do Turismo (CIET) da SETUR SP	2021	Investiga a opinião dos turistas e moradores sobre o turismo local
Reportagens	Fontes diversas	2020-2022	Destacam os eventos e ações para o turismo na cidade

Fonte: Elaboração dos autores (2022)

Esses documentos foram selecionados por serem considerados oficiais pela Secretaria de Turismo local, citando-os em outros registros e entrevistas como balizadores para o processo de tomada de decisão e entendem-se tais acervos pela sua perspectiva política.

3 Revisão da literatura

Martín-Martín, Ostos-Rey e Salinas-Fernández (2019) apontam que em locais nos quais o turismo é considerado a principal economia (como é o caso da Espanha e, especificamente, do objeto de estudo deste artigo, a cidade de Campos do Jordão), os 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, o que exige um processo de planejamento contínuo, analisando tanto os anseios dos turistas quanto as percepções dos moradores locais, governo e empresariado, para buscar um balanceamento entre os custos e os ganhos proporcionados pela atividade.

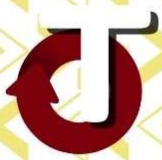
Para Andriotis e Vaughan (2003), o planejamento do turismo é essencial para qualquer destino turístico, considerando a manutenção da atividade planejada e a garantia de continuidade da relação entre visitantes e anfitriões. Na defesa de mecanismos de manutenção do turismo em longo prazo, é necessário 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. Tal colocação se torna ainda mais relevante quando se considera o turismo praticado em cidades turísticas montanhosas que, tradicionalmente, se baseia unicamente em suas belezas naturais,

sem focar em um planejamento e muito menos em sua população local (participação ativa, interesse, cuidado com o espaço, entre outros).

Esse aspecto não pode mais ser ignorado, principalmente em cidades que já possuem o turismo como atividade condutora do desenvolvimento urbano. Para Blackstock (2005) 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. 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.

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. Entretanto, o viés econômico continua a ser o alicerce das decisões e do planejamento urbano (seja ou não em cidades turísticas), gerando diversos tipos de impactos. Sharpley (2014) alerta que muitas localidades pensam apenas no crescimento econômico que a cidade poderá usufruir, esquecendo-se de que tais benefícios não serão conquistados sem custos. Esses custos já foram expostos por Blackstock (2005), Wang e Xu (2015), entre outros, com o alerta de 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 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 fluxo 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. Dessa maneira, os residentes podem se tornar um instrumento de desencorajamento do turismo, ao se oporem ou ao exibirem comportamentos hostis, já que o encontro entre anfitriões e convidados pode levar a experiências negativas (AP, 1992). Essa é a mesma perspectiva trabalhada por Barbosa (2005), quando pontua ser necessário considerar, além do interesse dos turistas em visitar a localidade,



o desejo 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 ação transformadora, que necessita da existência de uma organização para que os resultados obtidos sejam favoráveis à economia, cultura e sociedade (BARBOSA, 2005).

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, envolvendo-a no processo de planejamento. Ap (1992) considera esse conhecimento essencial para o planejamento e desenvolvimento de políticas que minimizem os impactos negativos e potencializem os positivos. Além desse autor, Cetin e Okumus (2018) e Sharpley (2014) sugerem como essencial para a construção de uma relação entre turistas e comunidade local a compreensão de como os moradores locais vem respondendo ao turismo.

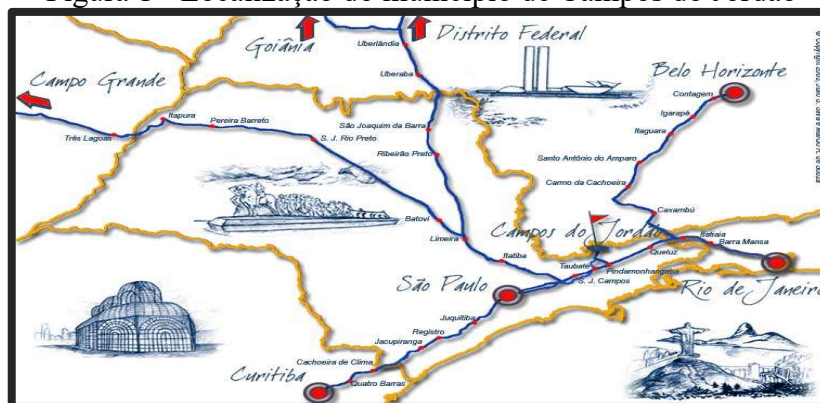
Fan, Liu e Qiu (2018) alertam para o fato de que, apesar de todos os destinos turísticos almejarem beneficiar sua população local com o desenvolvimento do setor, uma inquietação já foi instaurada em diversos destinos, com destaque para Hong Kong, Barcelona e Amsterdam. Para evitar – ou pelo menos atenuar – esse crescente sentimento de irritação, Pires e Alcantarino (2008) explicam que, sob a perspectiva do desenvolvimento endógeno local, exige-se maior participação dos atores locais na elaboração de estratégias e coordenação do processo de crescimento econômico, considerando-se o seu sistema cultural. Velasquez e Oliveira (2018) complementam que a atividade turística é resultado de uma complexa união de diversos serviços isolados que, somados, geram a experiência turística, devendo-se ainda considerar as decorrências das relações entre aqueles que se dirigem à dada localidade e à comunidade receptora.

Contudo, tais participações só serão possíveis se houver espaço para discussão e participação de todos, o que exige planejamento. Organizar as informações, compreender os atores envolvidos nas relações proporcionadas pelo turismo, reconhecer a existência de impactos, tanto positivos quanto negativos, fazem parte de qualquer ação de planejamento. Neste estudo, foca-se nas informações disponíveis para que decisões possam ser tomadas acerca do desenvolvimento da atividade em determinada localidade. A partir da sistematização das informações e da análise, reforça-se a necessidade do replanejar o turismo, assim como reavaliar os impactos resultantes. Mas será que é isso que ocorre?

3.1 Campos do Jordão (SP)

Campos do Jordão – SP é considerado um destino montanhoso, famoso pela natureza e pelo frio. Localizada próxima a três grandes centros cosmopolitas, Rio de Janeiro-RJ, São Paulo-SP e Belo Horizonte-MG, como pode ser observado na Figura 1, atrai um grande e variado público. Considerando a legislação do estado de São Paulo, a localidade é classificada como Estância Turística, título concedido a cidades com até 200 mil habitantes, mediante a apresentação de um projeto a ser analisado por uma comissão de governo estadual. De acordo com o último censo (2010), a população era constituída por 47.789 habitantes, com estimativa de que, em 2019, chegou a 52.405 habitantes, total populacional correspondente a exigência para a classificação como estância.

Figura 1 - Localização do município de Campos do Jordão



Fonte: MAIS que um viajante (2022)¹

Atualmente, Campos do Jordão conta com diversas atrações. Entre as que ressaltam a natureza, destacam-se: Parque Amantikir – Jardins que falam (administração particular), o Borboletário – Flores que voam (administração privada), o Bosque do Silêncio (administração privada), Parque Estadual Horto Florestal (administração público-privada). Já os atrativos que destacam a cultura, pode-se ressaltar o Auditório Cláudio Santoro (público, mas com administração privada), o Museu da Xilogravura (administração privada), o Museu Felícia Leirner (administração público-privada), o Palácio do Governo (administração pública), o

¹ Disponível em: <https://www.maisqueumviajante.com.br/campos-do-jordao-alem-do-luxo/mapa-capitais/>. Acesso em: 30 mar. 2022.

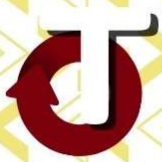
Projeto Mãosqueiras (administração privada). Entre as opções de lazer e diversão, destacam-se o Parque Tarundu (administração privada), Aventura no Rancho (administração privada), além das diversas possibilidades gastronômicas como a Cervejaria Baden Baden, a Caras de Malte, a Campos do Jordão (todas com administração privada), e as casas de chocolate – Araucária, Cacau Show, entre outras.

Grande parte da 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 nº. 1484/1985), 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 3 de junho de 1985. Para Meneghini (2018) nunca existiu um planejamento urbano que desse conta de formular estratégias para o desenvolvimento de habitação, ou seja, o foco sempre recaiu na manutenção do *status* turístico de “Suíça Brasileira”, camuflando os impactos de uma ocupação sem orientação e planejamento, e sem pensar na população que se foi constituindo.

Duarte, Barbosa e Bruna (2007) lembram que a grande procura pela cidade causou mudanças na paisagem: o crescimento gerou 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, problemas sanitários etc. Na montanha, a urbanização do turismo, incluindo residências secundárias, apresenta-se como manchas espalhadas (YAZIGI, 2001).

Pivott (2006) afirma que Campo do Jordão, além de instalada em área imprópria para a urbanização, teve os recursos naturais extraídos de maneira intensa e inadequada. Rosa Filho e Cortez (2010) confirmam que a urbanização se deu de forma precária, com grandes invasões nas áreas verdes, todas nos morros da cidade, 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 pela iniciativa privada. Pinto e Ricci (2006) afirmam que a cidade de Campos do Jordão é marcada pelo contraponto entre riqueza e pobreza, e que as decisões políticas e habitacionais visam fortalecer a economia do turismo, não havendo enfrentamento da questão social, num contexto de crescimento populacional em meio à carência. Há ainda os problemas de planejamento da demanda turística em vários aspectos: a ocupação irregular de terras por moradores gerando grande número de favelas; a intensa oscilação na oferta de empregos, em função da sazonalidade; os impasses para efetivar a preservação ambiental, além da ausência de mobilização do poder público e privado.

Diante desse cenário, fez-se necessário ao município o desenvolvimento turístico planejado, com o foco em estimular, qualificar e conscientizar o *trade* sobre a oferta e uso dos recursos turísticos. Assim, busca-se maximizar os aspectos positivos e minimizar os negativos advindos do crescimento da atividade, além de 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.

Ao considerar o turismo presente em Campos do Jordão, principalmente durante a alta temporada (meses de junho, julho e nos finais de semanas), e a dependência do setor para a sobrevivência econômica local, há a necessidade de a cidade reavaliar o formato adotado atualmente para a prática turística. A divulgação massiva do local como um destino propício ao turismo de inverno em nada beneficia a reconfiguração da cidade e o replanejamento da atividade, que já sente impactos sociais, como os destacados por Mendes, Cavenaghi e Wada (2020). 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 resoluções 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 educação, entre outros –, são essenciais para envolver e compreender como se dá a participação da comunidade.

4 Resultados

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 (como exemplo, cita-se o “Floradas na Serra”, livro lançado em 1939 e adaptado ao cinema em 1955). Yazigi (2001) explica que Campos do Jordão se firmou, antes de tudo, como lugar de tratamento de doenças pulmonares independentemente de classe social, recebendo entre 1920 e 1940 diversas pessoas que sofriam com a tuberculose. Só a partir de 1980 é que se expande para lugar turístico por excelência, e passa a ter essa identidade. Essa visão é essencial para entender as características locais, marcadas 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, entre 1970 e 1990, conviveram lado a lado, como explicam Duarte, Barbosa e Bruna (2007).

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. Um dos primeiros pontos a se destacar sobre o planejamento turístico de Campos do Jordão é que ele se inicia por iniciativa de entidades civis. Instituições como a Companhia de Hotéis de Campos do Jordão, o Centro de Planejamento de Campos do Jordão e a Associação de Amigos de Campos do Jordão são representativas desses 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).

Segundo Yazigi (2001), Campos do Jordão conheceu seu primeiro plano diretor nos anos 1960. Apesar da elaboração e aprovação desse plano, diversas ocupações irregulares ocorreram, geralmente como condomínios para os turistas, que almejavam a sensação de

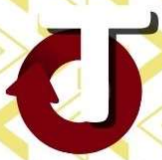
contato com a natureza, ocupando as partes mais altas dos diversos morros existentes na cidade. Yazigi (2001) denomina esses tipos de ocupação de ‘malhada’, pois se configuram como ilhas de interesse turístico ou residências secundárias polinucleadas. Geralmente, os interessados fazem suas escolhas levando em conta as melhores vistas, o microclima, a presença de vegetação, o tipo de vizinhança e, claro, a qualidade da infraestrutura urbana.

Schiavetti e Foresti (1999) observam que o planejamento da cidade já era campo de estudo nos anos 1990; no plano diretor do município se previa a abertura de novos atrativos turísticos, mas sem considerar o devido planejamento da coleta de lixo, da estação de tratamento de esgotos e da 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 as áreas residenciais de alta, média e baixa renda se situam nas zonas mais altas (tal formato de concha favorece a concentração da energia sonora próxima às residências, diz o estudo).

Considerando que a cidade depende economicamente do turismo, reconhece-se que a pandemia de Covid-19 afetou o município e seus moradores. O fechamento de restaurantes, hotéis e atrativos turísticos provocou mudanças no processo de engajamento dos atores do turismo, com destaque para o empresariado. Debates sobre o futuro do setor em Campos do Jordão vêm sendo realizados, abordando-se, principalmente, o tipo de segmento e de turista que serão o foco principal do *trade*. Contudo, pressupõe-se que, para uma decisão consciente e para a construção de um planejamento adequado, informações são necessárias. Essas informações estão disponíveis, principalmente, nos documentos norteadores do turismo na cidade, cuja análise se expõe a seguir.

4.1 Observatório de Turismo de Campos do Jordão

Espera-se que um Observatório de Turismo monitore o desempenho do turismo local, divulgando informações e indicadores do setor, visando apoiar o processo decisório – tanto do setor público quanto do privado. Em Campos do Jordão, os primeiros resultados do Observatório foram publicados em 2016, a partir dos dados coletados em 2014 e 2015. Em



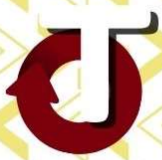
2017, divulgam-se os dados do ano anterior, assim como a publicação de 2018. Após esse ano, por mudanças ocorridas na Secretaria de Turismo, não foram mais divulgados dados sobre o turismo nos moldes dos anos anteriores.

Os dados divulgados pelo Observatório de Turismo (2018) mostram considerável crescimento no 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. Soma-se a essa informação o fato de que apenas 16% das pessoas que chegam com ônibus de excursão pernoitam na cidade e que 84% procuram a cidade apenas para o passeio de um dia (5% dos visitantes que chegam de ônibus permanecem dois dias, 7% ficam três dias, e 3% por 4 dias). Dos que não ficaram na cidade, 91% dizem que a razão principal da viagem é o turismo religioso, sendo o foco Aparecida e Campos do Jordão um complemento. Apesar dos altos números, a hotelaria apresenta taxas preocupantes, pois muitos dos visitantes contabilizados são “turistas de um dia”, ou possuem residência na cidade. A taxa de ocupação varia de 27,78% (mês de fevereiro) até 45,25% (mês de julho), resultando em uma média anual de 35,75%.

A ressalva quanto às informações fornecidas pelo Observatório do Turismo recai sobre o fato de consistir em um compilado de dados obtidos por diversos centros de informação, cada um seguindo uma metodologia diferente, sem informações referentes ao período e processo da coleta de dados, ao grau de confiabilidade, à margem de erro, entre outros aspectos. As principais fontes são o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), a Polícia Militar Rodoviária de São Paulo, a Campos do Jordão Associação da Hotelaria e Gastronomia (ASSTUR), o Centro de Informações Turísticas (CIT), o Campos do Jordão e Região Convention and Visitor Bureau e o Ministério do Trabalho.

Apesar de terem a sua importância quanto à compreensão do turismo local, tais dados precisam ser avaliados com cautela. Ao não receber as orientações de como os dados foram obtidos, uma reavaliação da pesquisa por outras empresas é inviabilizada, assim como a análise crítica das informações. Defende-se que, enquanto uma metodologia única de análise e um período de coleta não forem definidos, há riscos de interpretações equivocadas serem realizadas, sugerindo-se não serem consideradas como norteadoras para a definição de políticas públicas ou do planejamento do setor turístico.

4.2 Plano Diretor do Turismo



O Plano Diretor do Turismo (PDT, 2018-2020) se pauta 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 é falho, inclusive enfatizando a falta de dados sobre oferta e demanda turística, além da divulgação ser precária. O crescimento desordenado da atividade e a falta de conscientização da população são citados como empecilhos para o desenvolvimento sustentável do turismo local. Em relação à mobilidade, o deslocamento – de veículos automotores, é prejudicado pela concentração do fluxo turístico na avenida principal da cidade, situação agravada durante a alta temporada – junho, julho e agosto, além dos feriados. O plano considera que a experiência do visitante é prejudicada, afetando o possível retorno à cidade em períodos posteriores.

A partir desse 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 levam a quatro objetivos: gestão eficiente da atividade turística, mais recursos financeiros para o turismo, oferta turística profissional e fluxo turístico adequado. Com isso, foram criadas doze ações, a saber: fortalecer a base normativa; fortalecer as instituições, como o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) e a 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 Fundo Municipal de Turismo (FUMTUR); aumentar a previsão de investimentos do Estado; aumentar o investimento privado; aumentar a oferta turística; qualificar a oferta turística; modernizar a oferta turística; e 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, apoiando-se em informações levantadas com outros intuitos. Para exemplificar, citam-se os números da 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. Esses 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 o foco se deu sobre a organização burocrática, a propaganda e o 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 data de 1989 a 2003.

4.3 Plano de Mobilidade

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 à principal avenida que conecta o portal com o centro turístico mais conhecido. Atualmente atua exclusivamente como transporte turístico, e não se integra a nenhum outro modo de transporte. Os táxis também foram avaliados no plano, destacando a carência de padronização que facilite a sua identificação, a

concentração na área mais popular e 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.

O plano sugere a requalificação das rotas turísticas, considerando: sinalização viária de regulamentação e advertência; denominação das diferentes rotas existentes e criação de padronização das placas orientativas ao longo das rotas; projeto de Orientação de Tráfego (POT), contemplando todos os pontos de visitação; definição de um padrão e implementação de sinalização indicando as entradas dos pontos de visitação turística; previsão das áreas de embarque e desembarque de turistas nos pontos de visitação; sinalização e dimensionamento correto das 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 Aça o apresentado. Em suas diversas sugestões, pautando-se em exemplos bem-sucedidos em outras localidades, não se considerou a centralização do fluxo de veículos em uma única avenida, 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*, a criação de espaços públicos de convivência, utilizando áreas originalmente destinadas a vagas de estacionamento em via pública. Essa 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 espaç do tráfego na única avenida da cidade. O plano ainda sugere 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.

O documento também cita, em razão do volume veicular significativo e de travessias de pedestres, a necessidade de sincronizar os equipamentos semaforicos, tanto veiculares quanto de pedestres, para garantir fluidez ao trânsito. O detalhe recai no fato de que a cidade não possui tais semaforos, sendo essencial o respeito à faixa de pedestres. O plano ainda recomenda o estacionamento para os ônibus de turismo, o que exige uma área considerável, além de infraestrutura para a permanência dos motoristas e da equipe de bordo.

Contudo, um importante detalhe foi ignorado nesse 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, normalmente de madrugada.

4.4 CIET/SETUR SP

A pesquisa de Percepção do Turismo nos Municípios, conduzida em 2021 com a colaboração da Secretaria de Turismo e do Conselho Municipal de Turismo (CIET/SETUR SP) se destaca 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 início em 24 de novembro de 2020 e foi finalizada em 8 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 tem entre 30 e 39 anos (26,64%) e entre 40 e 49 anos (20,80%), é 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 e para os participantes, 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. Para eles, o movimento de turistas dificulta para a população local aproveitar os atrativos, assim como exerce um impacto negativo sobre os recursos naturais. Ainda afirmam ser difícil para a população local encontrar moradia, assim como lidar com a mobilidade urbana.

De todos os documentos analisados, este é o primeiro que demonstra uma pesquisa própria, alinhada com as teorias que envolvem a comunidade local e sua percepção em relação ao turismo. Entretanto, há três ressalvas importantes. A primeira se refere à aplicação da pesquisa pela *internet*, cujo acesso é restrito para boa parte da população, seja por uma questão financeira ou instrumental. A segunda ressalva diz respeito 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 pode responder ao questionário; apesar de haver um recado enfatizando que ele era voltado aos moradores da cidade, não havia um empecilho para que qualquer pessoa pudesse respondê-lo e, agrega-se, ainda, o fato de que muitos donos de segunda residência mudaram para a cidade procurando um local mais reservado durante a pandemia.

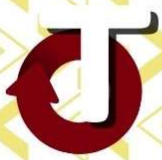
4.5 Informações complementares

Sabe-se, ainda, que entre novembro de 2017 e novembro de 2018 ocorreu a contratação de uma empresa para implantação do Sistema de Inteligência Turística (SITUR)² – para auxiliar na construção de um destino turístico inteligente, acelerando a retomada da atividade turística pós-pandemia. Apesar da previsão de inauguração em novembro de 2020, nenhuma informação complementar foi encontrada sobre a ação nem os dados inseridos por quinze empresários (representando as instituições e atividades existentes na cidade) foram identificados e analisados. Entretanto, a busca por uma cidade turística inteligente já aparece no Plano de Desenvolvimento Turístico, assim como o processo de roteirização indicado já está presente em cursos realizados em 2020.

Enquanto isso, muitas ações ocorridas na cidade são veiculadas por informativos jornalísticos, como é o caso do Festival de Inverno. Em reportagem sobre o Festival de Inverno de 2019, Oliveira (2019) comenta acerca dos 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. 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 (CAMPOS DO JORDÃO, 2019).

Além disso, 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, a média de visitantes foi de 134 mil por fim de semana. Destes, 34,6% confirmaram que o Festival de

² Disponível em: <http://www.abet.tur.br/case-study/plano-diretor-de-turismo-campos-do-jordao-sp/> . Acesso em: 22 fev. 2022.



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 em 2018 e a ocupação hoteleira cresceu 10 pontos percentuais, de 85%, em 2018, para 95%, em 2019. (CAMPOS DO JORDÃO, 2019). Como os números mostram, eventos como o Festival de Inverno atraem muitos turistas e têm reflexos positivos na cidade, mas a disseminação de informação é limitada, já que não se sabe como tais informações foram obtidas e analisadas.

Outro destaque é a movimentação por um novo *Place Branding* de Campos do Jordão. A cidade quer se tornar uma das melhores referências em 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 pela busca de uma identidade única da cidade. Quatro elementos inspiraram a marca: a araucária, a arquitetura de montanha, a natureza e o minimalismo, que transmite todo o estilo da cidade mais alta do Brasil (são 1.628 metros de altitude) (ABET, 2021). Uma apresentação geral foi realizada nos dias 09 e 10 de março, durante o 4º Fórum de Turismo Campos do Jordão³ – oportunidades e desafios na economia do futuro.

No primeiro dia destacou-se o potencial do cicloturismo na cidade, com destaque para os grandes eventos esportivos. Já no segundo dia, o novo *place branding* foi apresentado ao público geral, com destaque para a nova identidade visual – que deve ser adotada pelo *trade* após distribuição. Toda a construção da marca ficou-se no “estilo”, termo compreendido como “conjunto de valores, aspectos comportamentais, expressos geralmente sob a forma de padrões de consumo, rotinas, hábitos, e a forma como as pessoas vivenciam a cidade e, em consequência, se comportam e fazem suas escolhas”⁴ (ABET, 2022).

Uma pesquisa foi realizada com turistas (664), empresários e profissionais (284), proprietários de segunda residência (182) e moradores jordanenses (108) durante o ano de 2021. Apesar de compreender essa movimentação como algo interessante para o turismo local, demonstrou-se que não há uma articulação com todos os envolvidos com a atividade na cidade. O cicloturismo tão enfatizado no primeiro dia não possui uma conexão com a *persona* desenvolvida pela ABET como norteadora para as ações locais. Após a apresentação,

³ Disponível em: <https://www.grupomercadoemfoco.com.br/4o-edicao-do-forum-de-turismo-de-campos-do-jordao-2022/>. Acesso em: 1º mar. 2022.

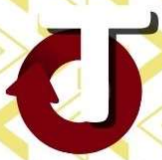
⁴ Definição apresentada durante o 4º Fórum de Turismo Campos do Jordão no dia 10 de março de 2022.

permanece um incômodo em relação ao futuro do turismo em Campos do Jordão. Questiona-se, nesse momento se haverá uma luta por parte do empresariado em manter a imagem conectada ao passado, de luxo e glamour ou haverá uma abertura para aproveitar-se de um mercado caracterizado pelo esporte, natureza e experiência.

4.6 Análise geral

Campos do Jordão pode ser caracterizado como um município montanhoso 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, principalmente com a definição de localizações privilegiadas, normalmente ocupadas por turistas. Utilizando meios legais, foi criada legislação para incentivar e facilitar a transformação, 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. Nesse processo de construção do turismo local em busca do lucro, postergou-se a análise e ignoraram-se os impactos que o turismo gera na cidade, sejam esses positivos ou negativos.

Geralmente, 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. Ao analisar os documentos expostos anteriormente, percebe-se uma ênfase nos aspectos econômicos da atividade, ignorando-se os custos. Dos documentos analisados, o PDT, o Plano de Mobilidade e as pesquisas do Observatório do



Turismo focaram-se nos turistas e na movimentação que esses trazem ao espaço jordanense. Já as pesquisas da CIET/SETUR SP (2021) e da ABET (2022) consideraram a opinião dos moradores locais, apesar do número pequeno de entrevistados.

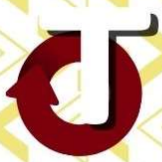
Defende-se que a manutenção da cidade enquanto destino turístico desejado depende de diversos aspectos, mas com ênfase para o comportamento da população e o desejo desta em receber estranhos em seu espaço cotidiano e de convivência. Ignorar os impactos sociais do turismo na qualidade de vida da comunidade local é o mesmo que desconhecer a base do turismo: uma relação entre o turista e o morador, este em seu papel de anfitrião (CHRISTOU; SHARPLEY, 2019).

Apesar de tais documentos serem considerados oficiais pela Prefeitura Municipal e direcionadores do processo informacional para o planejamento turístico, conseguiu-se demonstrar a necessidade de uma cautela quanto ao uso de tais informações sem uma reflexão e complemento de dados a partir de outras pesquisas. Compreende-se a importância de cada uma das pesquisas e documentos produzidos. Contudo, acredita-se que se pode ir além, com uma produção de conhecimento articulada, permitindo a interação entre todo o setor, concentrando-se os esforços na organização da atividade na localidade. O turismo planejado busca um equilíbrio entre os anseios dos turistas e dos moradores, além dos demais envolvidos no processo e é esse equilíbrio e articulação que não foram identificados nos documentos analisados.

Nesse sentido, destaca-se que pesquisas realizadas em programas de doutorado e mestrado também podem contribuir para o enriquecimento das informações sobre o setor. Análises de Almeida, (2006), Hammerl (2011, 2016), Abitante (2016) e Mendes (2021) precisam ser disseminadas para enriquecer a base de discussão sobre o turismo e, possivelmente, contribuir para um processo de planejamento a longo prazo, pautado na manutenção e melhoria do setor na localidade.

5 Considerações finais

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

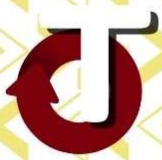


da análise turística com as políticas públicas locais e com o setor imobiliário, permitindo um amplo mapeamento da cidade e de suas ações.

Os documentos analisados são norteadores do planejamento turístico da cidade de Campos do Jordão-SP. Entretanto, redefinir o turismo com base em documentos cujas coletas de dados não podem ser corretamente avaliadas ou replicadas em períodos posteriores gera uma preocupação. O que mais se evidenciou após a análise é como os documentos apresentam um compilado de dados obtidos por outras instituições que não tem como foco prioritário o turismo. Os períodos de cada pesquisa, principalmente nos dados do Observatório do Turismo, não foram concomitantes e, por isso, não podem ser comparados. Tais dados serviram como base para o PDT, que apresenta informações diferenciadas, exemplificando-se com o tamanho da população – um valor descrito na introdução e outro apresentado na pesquisa de demanda. O próprio contingente de locais analisados e visitantes entrevistados não é suficiente para sustentar as análises realizadas.

Com tais procedimentos, as pesquisas se tornam contraditórias. Ao considerarmos a participação da população de Campos do Jordão no turismo, o PDT apresenta a existência de uma resistência, enquanto a pesquisa da CIEST mostra um apoio por parte dos moradores. Apesar de haver uma diferença entre os anos aplicados, a ausência de uma metodologia clara impede que o leitor avalie a razão para tal contraponto. Ao término das análises fica a impressão de que os documentos foram produzidos apenas para cumprir com a legislação pertinente às estâncias, mas não com uma preocupação real de gerar informação para um planejamento correto.

Pensando na necessidade de reorganização do setor na cidade de Campos do Jordão, tais documentos devem ser usados com cautela para o processo decisório. O que se busca com esse artigo, além do objetivo explanado, é apontar como documentos oficiais utilizados por órgãos públicos podem não agregar no processo de planejamento. Podem, inclusive, distorcer o caráter informacional e focar-se apenas na perspectiva econômica, sem refletir acerca dos demais impactos originados a partir das relações do e no turismo. Assim, a principal reflexão deste artigo termina com algumas inquietações: como planejar o turismo quando a pesquisa e coleta de dados são vistas como secundárias? Como considerar as pesquisas realizadas quando se percebe ausência de rigor, critérios e periodicidade? Como alertar o setor público e o



empresariado para a necessidade de continuidade nas pesquisas, para além da perspectiva econômica? Como contemplar todos os atores do turismo na pesquisa e no processo decisório?

Referências

ABET. Apresentação sobre o *place branding* Campos do Jordão. In: FÓRUM DE TURISMO CAMPOS DO JORDÃO, 4., 2022, Campos do Jordão. **Anais** [...]. Campos do Jordão: ABET, 2022. Disponível em: <https://trello.com/b/5ZXPeGtq/place-branding-campos-do-jord%C3%A3o-cidade-mais-alta-do-brasil>. Acesso em: 22 mar. 2022.

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-enoa-marca-turistica-de-camposjordao>. 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. 2016. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Universidade Federal de Itajubá, Itajubá, 2016.

ALMEIDA, J. G. **A (in)sustentabilidade do turismo no entorno de Campos do Jordão – SP**. 2006. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

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, p.1-19, 2019.

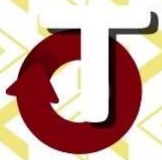
ALVES, M. B. Turismo e desenvolvimento local: a qualidade de vida sob a ótica da população do Arraial de Conceição do Ibitipoca- MG. **Turismo em Análise**, v.25, n.3, p.628-648, dez. 2014.

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.

AP, J. Resident's perceptions on tourism impacts. **Annals of Tourism Research**, v. 19, n.4, p.665-690, 1992.

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.

BLACKSTOCK, K. A critical look at Community based tourism. **Community Development Journal**, v. 40, n. 1, p.39-49, jan. 2005.



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. **Tecnologia**, Santa Cruz do Sul, v.18 n.2, p.84-89, 2014.

CAMPOS DO JORDÃO. Prefeitura Municipal. **Festival de Inverno tem impacto de 131 milhões na economia**. Campos do Jordão: Prefeitura Municipal, 2019. Disponível em: <http://camposdojordao.sp.gov.br/Noticia/?i=1143&c=12>. Acesso em: 17 jan. 2020.

CAMPOS DO JORDÃO. Prefeitura Municipal. **Plano Diretor de Turismo 2018-2020**. Campos do Jordão: Prefeitura Municipal, 2020. 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 mar. 2021.

CAMPOS DO JORDÃO. Prefeitura Municipal. **Plano de Mobilidade Urbana de Campos do Jordão**. Campos do Jordão: Prefeitura Municipal, 2017.

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.

CIET. **Pesquisa de Percepção sobre o turismo de Campos do Jordão**. 2021. pdf.

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

CRUZ, R. de C.A. **Introdução à geografia do turismo**. 2. ed. São Paulo: Rocca, 2003.

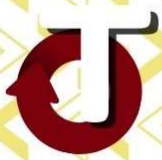
DUARTE, R.F.; BARBOSA, A.S.; BRUNA, G.C. O turismo e a transformação de cidades: o caso de Campos do Jordão – Brasil e Sintra-Portugal. **AE Ensaios**, v. 2, n. 1, p.1-26, fev. 2007.

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.

GURSOY, D.; JUROWSKI, C.; UYSAL, M. Resident attitudes: a structural modelling approach. **Annals of Tourism Research**, v. 29, n.1, p.79-105, 2002.

HAMMERL, P.C. **Campos do Jordão (SP): de estância de saúde à estância turística**. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2011.

HAMMERL, P.C. **Por uma cidade turística: formação e transformação territorial da Estância de Campos do Jordão**. 2016. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) – Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2016.



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**, v.6, n.15, p. 1-19, 2013.

HARRIL, R. Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning. **Journal of Planning Literature**, v.18, n.1, p.1-16, fev. 2004.

LANKFORD, S.V. Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development. **Journal of Travel Research**, v. 32, n. 35, p.35-43, 1994.

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.

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.

MENDES, B.C. **Hospitalidade em cidades turísticas: pertencimento e acolhimento do anfitrião-residente de Campos do Jordão (SP)**. 2021. Tese (Doutorado em Hospitalidade) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2021.

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.

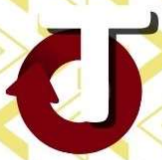
NAIDOO, P.; PEARCE, P.L. Enclave Tourism versus Agritourism: the economic debate. **Current Issues in Tourism**, v. 21, n. 17, p.1946-1965, 2016.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE CAMPOS DO JORDÃO. **Relatório anual 2015**. Campos do Jordão: Prefeitura Municipal de Campos do Jordão, 2016.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE CAMPOS DO JORDÃO. **Relatório anual 2016**. Campos de Jordão: Prefeitura Municipal de Campos do Jordão. 2017.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE CAMPOS DO JORDÃO. **Relatório anual 2017**. Campos de Jordão: Prefeitura Municipal de Campos do Jordão. 2018.

OLIVEIRA, G. Festival de Inverno rende R\$131 milhões para Campos do Jordão. **Isto É**, São Paulo, ago. 2019. Disponível em: <https://istoe.com.br/festival-de-inverno-render-131-milhoes-para-campos-do-jordao/>. Acesso em: 17 jan. 2020.



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. *In*: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 4., 2006, Caixas do Sul. **Anais [...]**. Caxias do Sul, 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.

PIVOTT, C. O turismo e a produção social do espaço urbano: estudos sobre Campos do Jordão (SP). 2006. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano Regional) – Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional, Universidade do Vale do Paraíba, Vale do Paraíba, 2006.

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, maio/ago. 2007.

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.

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.

SHARPLEY, R. Host perceptions of tourism: a review of the research. **Tourism Management**, v. 42, p.37-49, 2014.

SILVA, M. G. L. **Cidades turísticas**: identidades e cenários de lazer. São Paulo: Aleph, 2004.

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.

URRY, J. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel, Sesc, 2001.

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.

YAZIGI, E. **A alma do lugar**: turismo, planejamento e cotidiano. São Paulo: Contexto, 2001.

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.