

# **Qualificação Profissional e Turismo: uma discussão sobre as questões sociais e o espaço turístico construído na cidade de Campos do Jordão**

Lygia Amadi da Silva Pinto<sup>1</sup>

Fabio Ricci<sup>2</sup>

## **Resumo**

O estudo apresenta uma avaliação sobre a construção do espaço público e privado da cidade de Campos do Jordão. Os lugares são os centros aos quais atribuímos valor. Nesta perspectiva, o investimento do Estado no município alterou radicalmente sua economia, passando da estância da cura para a do turismo. Uma análise do quadro hegemônico, residual e emergente, aponta o crescimento do investimento privado em função da dinâmica do turismo hoje. O processo de urbanização suscita grande preocupação, na medida que o crescimento populacional desordenado traz implicações de várias ordens. A cidade é marcada pelo contraste entre pobreza e riqueza. Realizou-se estudos para caracterizar e analisar o quadro residual e emergente do município, destacando a importância da atuação social de uma IES em relação à inclusão social e qualificação profissional para a demanda do mercado turístico.

**Palavras-chave:** Turismo; Qualificação Profissional; Responsabilidade Social.

## **Introdução**

O turismo é um setor que envolve vários ramos de atividades da economia. A capacidade geradora de emprego e renda e a capacidade de inclusão social dessa atividade ganharam destaque no Plano Nacional de Turismo lançado pelo Governo Federal, em abril de 2003. É preciso conhecer os ramos de atividades nos quais o turismo atua e como administrá-los de maneira eficaz.

O crescimento acelerado dos grandes centros transforma a vida dos seus cidadãos num caos urbano, forçando-os a se adequarem às mudanças, abandonando a sua história e vivendo num mundo tumultuado de informações, sentindo a necessidade de buscar locais tranquilos que ofereçam atrativos naturais, prazer, descanso em busca da qualidade de vida. Em função do mundo agitado em que vivem, as cidades que possuem recursos naturais, históricos e culturais, como Campos do Jordão, tornam-se focos das atenções e dos esforços dos poderes públicos e privados, no sentido de desenvolver um turismo de qualidade.

---

Trabalho apresentado ao GT01 “A Responsabilidade Social e Ambiental no ensino da Hotelaria” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006.

<sup>1</sup>Mestre em Gestão e Desenvolvimento Regional pela Universidade de Taubaté - UNITAU, Pós-Graduação em Administração Escolar, Graduação em Matemática, docente do Centro Universitário Senac *campus* Campos do Jordão, nos cursos de Tecnologia em Hotelaria e de Tecnologia em Gastronomia. E-mail: lygia.aspinto@sp.senac.br

<sup>2</sup>Doutor em História Econômica pela USP, professor do programa de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté - UNITAU. E-mail: fabioricci@uol.com.br

Portanto, faz-se necessário ao município o desenvolvimento turístico planejado, estimulando, qualificando e conscientizando os recursos e a oferta, visando maximizar os aspectos positivos e minimizar os negativos no crescimento da atividade turística, procurando gerar emprego e renda aos munícipes. Crescimento, informação e capacitação dos recursos humanos, tornam-se fatores fundamentais para o desenvolvimento do turismo de uma região. Todos esses fatores acabam criando um mercado cada vez mais promissor para a dinâmica do lazer, na qual o turismo ocupa papel de destaque.

Emerge a necessidade de se fazer um estudo minucioso do potencial turístico da cidade de Campos do Jordão, categorizada como área de proteção ambiental — APA, nos três níveis, Municipal, Estadual e Federal. A Lei Municipal de 09/04/85 declarou o município Área de Proteção Ambiental, em 03/06/85. O Decreto Federal número 91.304, implantou a Área de Proteção Ambiental da Serra da Mantiqueira, abrangendo cerca de 500.000 ha, atingindo os municípios de Campos do Jordão, Cruzeiro, Lavrinhas, Pindamonhangaba, Piquete, São Antonio do Pinhal e Queluz, fato que restringe a economia local basicamente ao turismo, com oportunidades de emprego, principalmente na área do turismo, estendendo-se para a gastronomia e a hoteleira.

A qualificação profissional é uma atividade de fundamental importância para o desenvolvimento de Campos do Jordão, tornando-se imprescindível um planejamento eficiente, no que se refere à oferta de cursos que o mercado de trabalho jordanense necessita, principalmente na qualificação da mão-de-obra voltada para as áreas que envolvem o atendimento ao turista.

O papel das Instituições de Ensino Superior é preponderante para a criação de alternativas que promovam o desenvolvimento regional, e sua relevância torna-se maior quando inserida em uma cidade como Campos do Jordão, onde o setor de serviços desenvolve-se cada vez mais, e é fator preponderante para o seu desenvolvimento. Para tanto, o Centro Universitário Senac *campus* Campos do Jordão oferece os Cursos Superiores de Tecnologia em Hotelaria e em Gastronomia, Cursos de Pós-Graduação nestas áreas, Cursos Básicos de Garçom e de Cozinheiro, Cursos de Extensão em diversas áreas, além de desenvolver ações, projetos e programas de Responsabilidade Social, por meio de capacitações, *workshops* e oficinas para a comunidade jordanense.

A idéia de uma formação sólida e abrangente provoca alteração qualitativa na compreensão da prática social e cria maiores possibilidades de intervenção na realidade. Remete-nos a análise da contribuição da qualificação profissional no nível de atendimento aos

diversos ramos do comércio e turismo local, na empregabilidade e conseqüente melhoria da qualidade de vida, e na manutenção do turismo de qualidade.

Com base nos pressupostos acima, a presente pesquisa busca elementos para reflexão e elaboração de alternativas diferenciadas a serem desenvolvidas, na perspectiva de investigar quais as reais condições de atendimento ao turismo em Campos do Jordão, visando identificar as necessidades específicas de qualificação profissional para atender à demanda turística.

Para tanto, propõe-se uma discussão em torno dos seguintes aspectos:

- Buscar o perfil do profissional que o mercado de trabalho necessita junto à rede que compõe a hotelaria, a gastronomia e o turismo;
- Caracterizar a diversidade de serviços no ramo hoteleiro e gastronômico, e a sua organização social dentro de empresas familiares, mistas e profissionais;
- Investigar o papel dos profissionais na organização da empresa;
- Investigar os resultados de programas educacionais voltados para o turismo, gastronomia e hotelaria, desenvolvidos por escolas e/ou empresas, como instrumento de sustentabilidade do turismo e da inclusão social, e como o campo de formação intervém neste mercado;
- Apresentar aos órgãos públicos, algumas alternativas de melhoria do turismo local, quanto às possibilidades de geração de renda e o envolvimento de escolas, empresas, ONG's, associações, Secretaria de Turismo da Prefeitura, abrindo espaços para interações sociais, culturais e educativas junto à comunidade.

A delimitação do estudo está na investigação das reais condições de atendimento ao turismo local, buscando verificar as necessidades específicas de qualificação profissional para responder à demanda turística, visando explorar recursos alternativos no sentido de ampliar a oferta de qualificação profissional para a população da região.

A pesquisa se mostra relevante porque se propõe indicar as possíveis alternativas encontradas para minimizar a problemática instalada junto à comunidade, buscando identificar o comprometimento de empresas, ONG's, associações, escolas e o comércio, em especial a rede hoteleira e gastronômica, em gerir mudanças eficazes no sistema, melhorando as condições de atendimento ao turismo local.

A cidade é marcada pelo contraponto entre riqueza e pobreza, que aponta, de um lado, as estratégias desenvolvidas pelo poder público, empresários, e ONG's, no sentido de fortalecer a economia do turismo, e de outro, a situação da pobreza e o enfrentamento da questão social, num contexto de crescimento populacional e econômico excludente da cidade de Campos do Jordão. Ao mesmo tempo em que aponta para as omissões e problemas que se explicitam nas relações entre governo e sociedade, e que geram categorias de excluídos da

dinâmica social da cidade, descreve a importância do envolvimento das empresas e do poder público em desenvolver projetos de responsabilidade social, no sentido de minorar o problema e melhorar a qualidade de vida desta população.

Assim, neste estudo de caso, espera-se confirmar a hipótese de que o Centro Universitário Senac *campus* Campos do Jordão, as empresas, e os agentes do Terceiro Setor, conscientes do seu papel na comunidade podem intervir junto à realidade local, promovendo a melhoria da qualidade de vida, a preservação cultural e ambiental e o exercício da cidadania.

A revisão de literatura proporcionará a criação de elos entre os diversos enfoques contribuindo para divulgar os pressupostos teóricos. A avaliação do desempenho profissional na área do turismo, baseada na literatura, poderá promover ações de implementação de cursos profissionalizantes pelos órgãos públicos e privados, que venham atender as necessidades do mercado na área do turismo.

### **A ocupação do espaço e a caracterização do município de Campos do Jordão – um breve olhar sobre a história.**

Campos do Jordão é uma das cidades brasileiras com característica ímpar em termos de paisagem e clima, comparada à realidade nacional, tendo como paradigma o modelo europeu de construção, dada a configuração de seu clima. Porém, enfrenta dificuldades no planejamento da demanda turística em vários aspectos: na mobilização e fortalecimento das associações turística, hoteleira e do ecoturismo, do órgão regional CODIVAP- Turismo, que abrange as cidades de Campos do Jordão, Santo Antonio do Pinhal, São Bento do Sapucaí, Monteiro Lobato, Piquete, Queluz e Lavrinhas, na preservação ambiental e cultural da cidade.

Enfrenta inúmeros problemas advindos do próprio crescimento da cidade, como a ocupação irregular de moradores que aqui se instalaram, gerando um grande número de favelas, devido a ilusão de fácil empregabilidade nas áreas da construção civil, comércio e hotelaria; o problema da sazonalidade; da preservação ambiental e da mobilização do poder público e privado no sentido de contribuir para o desenvolvimento da cidade e, fortalecer a sua maior economia - o turismo.

Pretende-se através da história de Campos do Jordão, contar como se deu a ocupação do espaço, ao tentar descrever o quadro hegemônico, residual e emergente na ocupação do espaço na cidade. Nos apoiaremos na literatura do historiador jordanense, Pedro Paulo Filho, e nas análises de Manuel Castells e Marcelo Lopes Souza, na ocupação dos espaços.

O município de Campos do Jordão localiza-se na Serra da Mantiqueira, a uma altitude média de 1.700 metros. Seu clima é de montanha, com temperatura média anual de 13° centígrados. No inverno, a temperatura freqüentemente cai a alguns graus abaixo de zero, chegando a uma média mínima de 3° negativos. As estações do ano são bem definidas. Características como estas, além da arquitetura em estilo europeu e da relativa proximidade de três capitais, São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, atraem os turistas, principalmente no inverno.

A história de Campos do Jordão, de acordo com Paulo Filho (1997) foi marcada por quatro ciclos: o ciclo do ouro com a passagem de Gaspar Vaz da Cunha que rompeu as matas virgens da Mantiqueira, pois caminhava em direção às minas de ouro de Itajiba (hoje, Itajubá); o ciclo da tuberculose, que iniciou-se no final do século XIX, quando o Dr. Domingos Jaguaribe adquiriu boa parte das terras e alardeou em todo o país as qualidades terapêuticas do ar puro desta terra, acompanhado por Emílio Ribas e Vítor Godinho, sanitaristas de renome e grandes divulgadores do milagre que o clima proporcionava na recuperação da saúde, principalmente para a cura da tuberculose; o ciclo do turismo e o da preservação ambiental.

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, atraídas pelo clima de montanha. Isso fez com que a cidade fosse aos poucos deixando de ser uma estação de saúde, passando a ser uma estação de turismo. O zoneamento da cidade, a construção do Palácio do Governo e o surgimento de hotéis de classe internacional, como o Grande hotel, hoje, Grande Hotel Senac, foram as molas propulsoras desta transformação.

Com o aumento do fluxo de turistas, o Estado que já havia construído o Grande Hotel e dado início às obras do Palácio do Governo, passou a investir mais na Estância, instalando equipamentos turísticos e realizando eventos artístico-culturais. A Estrada de Ferro de Campos do Jordão, que antes transportava doentes, passou a operar trens de luxo para turistas entre Pindamonhangaba e Campos do Jordão, além de bondes urbanos nos finais de semana, feriados e temporadas. Antigas gôndolas foram transformadas em auto-trem para o transporte de automóveis. Em 1971, foi instalado o teleférico do Morro do Elefante e o controle da ferrovia passou da Secretaria de Transporte para a Secretaria de Turismo.

Nesta época, surgiu no Palácio Boa Vista, o Festival de Inverno, que é hoje o mais importante festival de música erudita do país. Para abrigar este evento, foi construído o Auditório Cláudio Santoro, e junto a ele, o Museu Felícia Leirner. Em 1941, foi criado o

Parque Estadual – reserva ecológica da Mantiqueira – com o objetivo de proteger o remanescente da mata de araucárias, e tem como atual meta o ecoturismo.

Hoje, a estância vive o ciclo do turismo, iniciado há meio século, e o ciclo da preservação ambiental, que iniciou-se na década de 1980. Estas atividades constituem a maior fonte de renda do município. O principal centro comercial de Campos do Jordão é a Vila Capivari, que recebe anualmente em suas sofisticadas lojas a visita de milhares de turistas.

Com a estrutura inicial fornecida pelo Estado, teve início o processo que gerou a economia do turismo. Surgiram os artesanatos, a indústria de chocolates, de doces e geléias impulsionadas pelo turismo de alto poder aquisitivo, que elegeu a estância para investimento e construção de casas de veraneio. A maior parte da produção industrial do município, nas décadas de 1970 e 1980, foi a das malhas. O destaque da cidade é a área de serviços. Devido o intenso fluxo de turistas, Campos do Jordão possui um grande número de hotéis enriquecido pela presença de restaurantes sofisticados que valorizam a gastronomia no seu roteiro turístico. Além do clima, a cidade tem como atrações um grande número de convenções, o Festival de Inverno e o ecoturismo.

A lógica da produção do espaço turístico diferencia Campos do Jordão das demais cidades pelo clima de sofisticação, um espaço organizado para o consumo de demandas de elite, que se reflete na infra-estrutura criada para o acolhimento dessa clientela de alto poder aquisitivo. O diversificado calendário de eventos culturais, gastronômicos e esportivos, tem por objetivo atrair o turista o ano todo, movimentando a economia e diminuindo a sazonalidade.

Atualmente, tem-se veiculado uma imagem de um turismo de agitação e modismo que marcam uma nova fase do turismo em Campos do Jordão, com a chegada de empresas que vêem a oportunidade de divulgação de seus produtos e serviços. A logística e as novas tecnologias permitem esta movimentação, tornando o espaço econômico não perene. O progresso tecnológico e a modernização social podem contribuir substancialmente para a expansão do turismo.

As grandes empresas transnacionais de veículos buscam a cidade para lançarem novos produtos no mercado brasileiro. A montagem de shoppings sazonais que hospedam as procuradas lojas de *griffes* e etiquetas famosas, os *standes* de diversas firmas, dentre elas as maiores operadoras de telefonia celular, que se instalam para divulgarem sua marca, as boates que vêm da cidade de São Paulo, têm atraído um público jovem, que fazem o marketing dessas empresas e vêm explorar este turismo efêmero e artificial na temporada de inverno.

Uma análise dos benefícios e perdas advindos da expansão do turismo na cidade, feita por Almeida (199, p.5) revelou que “ a população, a despeito de sua condição econômica e social, percebe no turismo sobretudo seus elementos positivos, embora conviva com situações sociais tão diferentes, riqueza e pobreza num único espaço turístico”.

É neste cenário que proponho e intensifico a importância da discussão de um desenvolvimento turístico com qualidade, desenvolvendo-se e ampliando-se a qualificação profissional na área, bem como a conscientização da responsabilidade social das empresas, das atividades do Terceiro Setor e das escolas em ajustarem-se às mudanças que ocorreram nas últimas décadas, com a grande ocupação do espaço por pessoas que vieram em busca de empregos gerados, principalmente, pela indústria turística.

Através desta pesquisa, busca-se uma proposta de intervenção junto à comunidade na conscientização e melhoria da qualidade de vida dos cidadãos, viabilizada pela qualificação profissional do mercado turístico e mediante as possibilidades de êxito dos programas educacionais voltados para esta área, desenvolvidos pelo Centro Universitário Senac *campus* Campos do Jordão, como instrumento de sustentabilidade local e inclusão social.

Segundo Castells (1975, p.51), estas delimitações permitem substituir a problemática ideológica, conotadora da relação entre evolução técnica natural e evolução em direção à cultura das sociedades modernas, pela seguinte questão teórica: “Qual é o processo de produção social das formas espaciais de uma sociedade e, por sua vez, quais são as relações entre o espaço constituído e as transformações estruturais de uma sociedade, no interior de um conjunto intersocial caracterizado por relações de dependência?”

Numa perspectiva autonomista do planejamento e da gestão urbana, qualquer abordagem socialmente crítica, deve propiciar clareza sobre o fato de que planejar e gerir uma cidade, não é planejar ou gerir apenas ou, sobretudo coisas (substrato social, mobiliário urbano, etc), mas, sim, planejar e gerir relações sociais. Em cada local específico, os agentes sociais que tiverem a iniciativa de elaborar estratégias de ação e intervenção, visando um desenvolvimento sócio-espacial autêntico, precisam começar sim, estabelecendo respostas para as seguintes perguntas: “Que problemas precisam ser superados? Com quem se pode contar para essa empreitada, e sob quais condições? Quais são os obstáculos e as dificuldades previsíveis?” (SOUZA, 2003, p.178).

Dentro do contexto em que me situo como munícipe, responder a primeira indagação convida-nos a levar a sério a necessidade de se ter clareza quanto aos fins da ação ou intervenção proposta, ou seja, as ações de responsabilidade social realizadas pelo Centro Universitário Senac, atuando como consultor a serviço da coletividade, dotado de senso

crítico e análise dos meios a serem empregados, levam a contribuir para melhorar a qualidade de vida dos cidadãos e gerar empregos diretos e indiretos para o setor turístico?

Responder à segunda indagação requer do analista a capacidade de fazer uma lúcida avaliação da constelação de forças. Isso significa, concretamente: possuir a capacidade de identificar os interesses latentes ou manifestos dos diferentes grupos sociais envolvidos. [...] O propósito é verificar quais são as possibilidades de alianças e o caráter menos ou mais estável das coalizões e do suporte político esperado (SOUZA, 2003, p.181). Assim, as escolas, ONG's e empresas têm papel fundamental na formação de mão-de-obra qualificada para o turismo local. Por fim, a terceira pergunta exige habilidade para identificar corretamente as carências de ordem material e institucional, desde a disponibilidade de recursos financeiros, técnicos e midiático-comunicacionais, até as competências e atribuições legais (SOUZA, 2003). Requer, igualmente, a capacidade de identificar os grupos dominantes, com vontade política de se embrenharem numa empreitada que seja capaz de gerar crescimento social, fortalecer a consciência ambiental e valorizar a cultura e o desenvolvimento humano.

Assim, segundo Ruschmenn e Widmer (2001):

Pode-se dizer que o planejamento turístico é o processo que tem como finalidade ordenar as ações humanas sobre uma localidade turística, bem como direcionar a construção de equipamentos e facilidades, de forma adequada, evitando efeitos negativos nos recursos que possam destruir ou afetar sua atratividade. Constitui o instrumento fundamental na determinação e seleção das prioridades para a evolução harmoniosa da atividade turística, determinando suas dimensões ideais para que, a partir daí, se possa estimular, regular ou restringir sua evolução.

Mediante esta análise, busca-se responder à proposição desta pesquisa: “a carência de qualificação profissional aliada à falta de requisitos básicos de qualidade de vida da população economicamente ativa de Campos do Jordão, tem levado os empreendimentos hoteleiros e turísticos a importar mão-de-obra de outros lugares?”.

As características atuais do setor produtivo tornam cada vez mais tênues as fronteiras entre as práticas profissionais. Um técnico precisa ter competências para transitar com maior desenvoltura e atender as várias demandas de uma área profissional, não se restringindo a uma habilitação vinculada especificamente a um posto de trabalho. Torna-se cada vez mais essencial que o técnico tenha um perfil de qualificação que lhe permita construir itinerários profissionais, com mobilidade, ao longo de sua vida produtiva (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2000).

A profissionalização adquire o significado não somente de execução do que é próprio da profissão, mas também de saber repensar a profissão e reconstruí-la, por meio da prática,



do relacionamento entre ação e conhecimento, baseados em competências que contenham habilidades, ações, reflexões, sentimentos e estímulos.

Numa visão prospectiva, a mobilização desta IES, da Prefeitura, das atividades do Terceiro Setor e das empresas em geral, na criação de cursos técnicos e tecnológicos que venham atender a demanda mercadológica apontada nas pesquisas realizadas junto à rede hoteleira da cidade têm buscado fortalecer a empregabilidade da mão-de-obra local, mas precisa se consolidar ainda mais para que não necessite importar esta mão-de-obra, principalmente durante a temporada de inverno.

Segundo John Urry (1996, p.16):

Não existe um único olhar do turista enquanto tal. Ele varia de acordo com a sociedade, o grupo social e o período histórico. Tais olhares são construídos por meio da diferença. [...] O olhar do turista, em qualquer período histórico, é construído em relacionamento com o seu oposto, com formas não-turísticas de experiência e de consciência social: o que faz com que um determinado olhar do turista dependa daquilo que ele contrasta; quais são as formas de uma experiência não-turística.

Esse olhar pressupõe, portanto, um sistema de atividades e signos sociais que localizam determinadas práticas turísticas, implicados com práticas sociais não-turísticas, sobretudo aquelas baseadas no trabalho remunerado. Assim, o turismo é significativo em sua capacidade de revelar o funcionamento do mundo social e a investigação do “distanciamento”, presente no olhar do turista.

Dentre as características mínimas das práticas sociais, descritas como “turismo”, por John Urry (1996, p.17), iremos nos ater às seguintes proposições:

- O turismo é uma atividade de lazer, que pressupõe seu oposto, isto é, um trabalho regulamentado e organizado. Constitui uma manifestação de como o trabalho e o lazer são organizados, enquanto esferas separadas e regulamentadas da prática social, nas sociedades modernas. Com efeito, agir como um turista é uma das características definidoras de ser moderno e liga-se a grandes transformações do trabalho remunerado. É algo que passou a ser organizado em determinados lugares e a ocorrer em períodos regularizados.
- Os lugares, objeto do olhar, se prendem a motivações que não estão diretamente ligadas ao trabalho remunerado e oferecem normalmente alguns contrastes distintivos com o trabalho, remunerado ou não.
- Uma proporção substancial da população das sociedades modernas adota práticas turísticas. Novas formas socializadas de provisão são desenvolvidas, a fim de se poder lidar com o caráter de massa do olhar dos turistas, que se opõe ao caráter individual da viagem.
- Os lugares são escolhidos para serem contemplados porque existe uma expectativa, sobretudo através dos devaneios e da fantasia, em relação a prazeres intensos, seja em escala

diferente, seja envolvendo sentidos diferentes daqueles com que habitualmente nos deparamos. Tal expectativa é constituída e mantida por uma variedade de práticas não-turísticas, tais como o cinema, a televisão, a literatura, as revistas, os discos e os vídeos, que constroem e reforçam o olhar.

— O olhar do turista é direcionado para aspectos da paisagem do campo e da cidade que os separam da experiência de todos os dias. Tais aspectos são encarados porque, de certo modo, são considerados como algo que se situa fora daquilo que nos é habitual. O direcionamento do olhar do turista implica freqüentemente diferentes formas de padrões sociais, com uma sensibilidade voltada para os elementos visuais da paisagem do campo e da cidade, muito maior do que aquela que é encontrada normalmente na vida cotidiana. As pessoas se deixam ficar presas a esse olhar, que então é visualmente objetificado ou capturado através de fotos, cartões-postais, filmes, modelos, etc. Eles possibilitam ao olhar ser reproduzido e recapturado incessantemente.

Não podemos deixar de abordar questões relacionadas com a congestão do turismo. De acordo com Urry (1996, p.33):

O turismo de massa promove viagens em grupos guiados e seus participantes encontram prazer em atrações inventadas com pouca autenticidade, gozam com credulidade de “pseudo-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 de boa-fé que, por sua vez, se afasta cada vez mais da população local. [...] Os parceiros substitutos (agentes de viagens, mensageiros, gerentes de hotel) aliviam o turista das responsabilidades e o protegem da dura realidade.

É importante enfatizarmos que uma das características da indústria do turismo se resvala na qualidade da interação social entre o fornecedor do serviço e o consumidor. Se determinados aspectos dessa interação social forem insatisfeitos, aquilo que é comprado torna-se um produto diferente da expectativa deste consumidor, que tende a ser extremamente crítico em relação aos serviços proporcionados. Isto não se limita somente a determinantes econômicos, mas a uma gama de mudanças culturais que transformam a expectativa das pessoas em relação àquilo que elas querem contemplar. Assim, a economia do turismo não pode ser compreendida separadamente da análise do desenvolvimento cultural, bem como o trabalho, na indústria turística, não pode ser entendido à parte das expectativas culturais que estão presentes na complexa prestação de tais serviços.

Investigar as condições do turismo, principalmente na alta temporada e pontuar como os produtores do turismo estão buscando a qualificação profissional necessária para sua área de atuação, é nosso objetivo, no sentido de não nos contentarmos em fornecer uma simples

descrição dos fatos observados, mas que venha culminar numa explicação que possa ser utilizada como elemento de mudança, de transformação.

As especializações de mão-de-obra nos diversos segmentos tornaram-se cada vez mais necessárias e obrigatórias. Na indústria de serviços o consumidor participa em tempo integral da produção dos serviços, acompanhando cada passo de sua execução; o usuário tem de estar presente fisicamente para receber o produto que está comprando. O contato do administrador com o cliente é direto, sem intermediários; o bem de serviço adquirido pelo cliente é abstrato; tem de ser testado a cada momento, a cada serviço, para orientá-lo sobre a aceitação ou não do produto; o cliente não só convive com os funcionários em seu local de trabalho, como analisa sua produção. Qualquer modificação ou alteração em seus serviços afetará diretamente o cliente que sentirá os efeitos (bons ou maus) de imediato.

Um bem de serviço é utilizado pelo consumidor em determinado momento, e o leva apenas na lembrança. Assim, as empresas prestadoras de serviço devem apostar principalmente na qualidade do elemento humano, já que a excelência do serviço, condição da competitividade e sobrevivência das organizações, atualmente, depende de como este elemento humano está interagindo com os clientes ou hóspedes. Essa qualidade obtém-se por meio da educação e do treinamento. (CASTELLI, 2000)

Para o mercado específico de Campos do Jordão, analisamos a diversidade no turismo: lazer, negócios, terceira idade, ecológico e esportivo. Observamos que o crescimento de congressos e seminários realizados na cidade tem sido um fator relevante, pois os empreendimentos hoteleiros estão se adaptando, contribuindo ou reformando seus centros de convenções. A necessidade das empresas de treinarem, motivarem e promoverem formação específica para seus funcionários é uma realidade.

A proximidade da capital e do parque industrial do Vale do Paraíba, é outro fator importante para as realizarem reuniões ou encontros de trabalho em uma cidade longe da agitação e ao mesmo tempo próxima à São Paulo que é a sede dos grandes empreendimentos comerciais e industriais.

Atualmente, a estância possui um potencial turístico conhecido internacionalmente e muito valorizado, pois apresenta entre seus atrativos, o meio ambiente natural que possibilita a prática de esportes de aventura, o clima tropical de montanha, a qualidade na infra-estrutura hoteleira e gastronômica e os inúmeros pontos turísticos espalhados pela cidade.

## Resultados

Partimos da convicção de que o conhecimento sobre a realidade social deve estar vinculado aos determinantes das ações pela participação democrática dos diversos segmentos da sociedade comprometida com a melhoria de qualidade de vida, oferta de empregos diretos e indiretos e o desenvolvimento turístico da cidade.

Segundo Montejano, (2001, p.53) o turismo produz sobre a sociedade uma série de efeitos que modificam positiva ou negativamente os comportamentos sociais dos indivíduos tanto nas comunidades, sociedades ou mercados emissores do turismo como nas comunidades, sociedades ou mercados receptores.

Dentre os principais efeitos sócio-culturais nas comunidades, sociedades e mercados de turismo, destacamos a atividade socioeconômica sobre o mercado receptor que se traduz, entre outros efeitos, em criar emprego. Campos do Jordão limita sua economia basicamente ao turismo. Torna-se necessário que as políticas públicas e privadas desenvolvam mecanismos para um serviço de excelência nesta área, preocupados em qualificar a mão-de-obra, gerar empregos diretos e indiretos e melhorar a qualidade de vida da população local.

Por assim pensarmos, nos empenhamos nesta pesquisa, pois sentimos a necessidade de investigar os fatores que podem ser transformados em ações educativas e de intervenção na realidade. Assim, o estudo confirma a hipótese de que as escolas, empresas, e órgãos do terceiro setor, conscientes do seu papel na comunidade, podem mudar a realidade de um local, trazendo inclusão social, qualidade de vida, preservação cultural e ambiental, e o exercício da cidadania.

As relações promovidas pela integração entre o Centro Universitário Senac campus Campos do Jordão e a sociedade jordanense não significam apenas uma troca de relacionamento. Reúnem também um processo de transferência e transformação dos serviços e objetivam o crescimento da base de conhecimento de ambos. Muitas ações, projetos e programas voltados para a capacitação da população jordanense, projetos de responsabilidade social desenvolvidos pelos alunos em diverso nichos sociais, debates e discussões com Associações e parceiros preocupados com o desenvolvimento da cidade no sentido de se implantar uma Rede Social que fortaleça o comprometimento de todos, tem sido prioridades nas ações desta empresa/escola.

Assim, retomamos a idéia e a finalidade máxima deste Centro Universitário em apresentar ao poder público e privado, empresas, escolas e órgãos do Terceiro Setor,

alternativas que possam transformar-se em ações concretas, culminando na indústria turística comprometida com a sociedade, o ambiente natural e a prestação de serviço.

## **Conclusão**

Hoje são muitos os indicativos que estão presentes nas cidades e apontam as necessidades de se estabelecerem discussões, planejamento, parcerias e interferências sociais, num esforço de conhecer cada vez mais a realidade na qual se irá atuar, abrindo o olhar para penetrar nessa realidade, da qual fazemos parte e somos co-responsáveis.

Acreditamos que ao olhar atentamente as ocorrências desse mundo, somente tornam-se aptos para ver o que de fato acontece, na sua forma concreta de manifestar-se, aqueles que buscam ver mais além, numa clara evidência de que isso não se fará com o olhar do senso comum, mas com o olhar comprometido com um mundo cada vez melhor.

Esta é a razão desta pesquisa, que esperamos concretizar-se e servir de alerta para que os órgãos públicos e particulares se comprometam e ampliem os espaços de interferência e desenvolvimento humano. Destacam-se os projetos dos alunos do Centro Universitário Senac *campus* Campos do Jordão, que têm mobilizado as esferas públicas e privadas na discussão de soluções dos diversos problemas, tanto de natureza social quanto do fortalecimento do turismo e no desencadeamento de soluções que promovam o desenvolvimento sustentável da cidade.

## **Referência Bibliográfica**

ALMEIDA, J. G. de. Campos do Jordão: contrastes entre riqueza e pobreza num espaço turístico. 1999. 122p. Dissertação de Mestrado. Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo.

CASTELLS, M. **A Questão Urbana**. São Paulo: Paz e Terra, 1975.

CASTELLI, G. **Administração Hoteleira**. 7. ed, Caxias do Sul: EDUCS, 2000.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Educação Profissional**: referências curriculares nacionais da educação de nível técnico – área profissional: turismo e hospitalidade. Brasília: MEC, 2000. 136p.: il

MONTEJANO, J. M. **Estrutura do Mercado Turístico**. 2 ed. atual. São Paulo: Roca, 2001.

FILHO, P. P. **História de Campos do Jordão**. Aparecida-SP: Santuário, 1986.

SENAC. DN. **Formação e trabalho**. Davide Mota. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 1997.

SOUZA, M. L. **Mudar a cidade**: uma introdução crítica ao planejamento e à gestão urbanas. 2. ed. Rio Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

URRY, J. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas; tradução Carlos Eugênio Marcondes de Moura. –São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1996. – (Coleção megalópolis)