

RENATA FERREIRA CALADO DE PAULO

**O TURISMO E A DINÂMICA INTRA-URBANA DE CALDAS
NOVAS (GO): uma análise da expansão e reestruturação do
complexo hoteleiro**

UBERLÂNDIA

2005

RENATA FERREIRA CALADO DE PAULO

**O TURISMO E A DINÂMICA INTRA-URBANA DE CALDAS
NOVAS - (GO): uma análise da expansão e reestruturação do
complexo hoteleiro**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação do Instituto de Geografia da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Geografia.

Área de concentração: Geografia e Gestão do Território.

Orientação: Prof^a. Dra. Beatriz Ribeiro Soares.

UBERLÂNDIA

Setembro de 2005

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dra. Beatriz Ribeiro Soares
(Orientadora)

Prof. Dr. Eguimar Felício Chaveiro

Prof. Dr. Júlio César de Lima Ramires

Uberlândia - MG, _____ de _____ de 2005

À Deus pelo dom da vida. Aos meus pais, pela oportunidade de estudo, pelo incentivo, e, por me ensinar a lutar.

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal de Uberlândia e ao Instituto de Geografia por possibilitar a realização dos cursos de Graduação e Pós-graduação.

Em especial aos professores Júlio César Ramires, Denise Labrea Ferreira e Beatriz Ribeiro Soares, que fizeram parte de minha trajetória desde a graduação, contribuindo para minha formação pessoal e profissional, meus sinceros agradecimentos, vocês foram o alicerce desta longa jornada.

Agradeço também à Geisa Gumeiro Cleps e, mais uma vez, ao professor Júlio César Ramires pela rica contribuição no exame de Qualificação.

Aos colegas do curso de Pós-graduação pelo companheirismo. Em especial, ao Jefferson Mamede Nunes e Olinda Mendes Borges que dividiram comigo as angústias e anseios no decorrer desta caminhada.

À orientadora Beatriz Ribeiro Soares, pela paciência e dedicação e, por me ensinar a ver a cidade com outros olhos.

Ao Eduardo, que com muita paciência, me auxiliava nas horas de aflição; sempre companheiro nos trabalhos de campo.

Aos meus pais e minha irmã, por acreditarem em meu potencial e, sempre, com palavras carinhosas, me animavam.

Ao Gustavo pelo auxílio com a informática.

À Nágela e à Valéria pelo auxílio na formatação deste trabalho.

Agradeço também à população de Caldas Novas que, de certa forma, construiu a história da cidade que inspirou meus estudos.

Aos funcionários da Prefeitura Municipal e todos os órgãos visitados, pelo empenho na aquisição de dados.

Finalmente, quero expressar meus sinceros agradecimentos a todos que contribuíram para a realização deste trabalho, fosse discutindo algo sobre a cidade de Caldas Novas, auxiliando-me na confecção do mesmo, ou até mesmo me ouvindo e amparando nas horas mais difíceis desta jornada.

A cidade: fonte de criação ou de decadência?
O urbano: estilo de vida e expressão da
civilização? (CASTELLS, 1983, p. 49).

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar a dinâmica intra-urbana de Caldas Novas, ocasionada pela ampliação e reestruturação do complexo hoteleiro, ocorrido principalmente no final da década de 1990. Grande parte dos trabalhos escritos sobre Caldas Novas, traz um estudo sobre as águas termais e a utilização das mesmas. Mas uma análise do crescimento urbano e turístico a partir da exploração desse lençol freático termal ainda não foi feito. Para tanto, leitura de obras referentes à temática norteou nossas pesquisas e, diversas visitas foram feitas à cidade, estas essenciais para o acompanhamento da atividade turística na cidade. Questionários e entrevistas foram aplicados ao empresariado do ramo hoteleiro e população, respectivamente, o que muito nos auxiliou na obtenção de dados qualitativos. Tivemos a oportunidade de conhecer de perto a dinâmica populacional turística e também as opiniões dos turistas e, da população residente na cidade sobre o turismo. Analisamos o processo de verticalização, este, essencial na reprodução do solo urbano e construção de espaços heterogêneos presentes na cidade. A análise da artificialização dos espaços públicos também permeou nossos estudos. Fruto da intensa exploração do solo urbano, esta artificialização descaracteriza os ambientes urbanos, sendo os mesmos direcionados ao gosto do turista que passa pela cidade. Verificamos que a dinâmica intra-urbana é diferenciada nos períodos de maior e menor movimentação turística. Os períodos considerados baixa temporada, por serem menos atrativos, recebem menos turistas, enquanto os períodos de alta temporada, ou seja, feriados prolongados e férias são mais propícios e atrativos para a prática do turismo. Esta dinâmica populacional heterogênea é uma das responsáveis pelas transformações espaciais, econômicas e turísticas pela qual a cidade está passando atualmente.

Palavras Chaves: Turismo, Verticalização, Segmentação Espacial, Caldas Novas

ABSTRACT

This work has as objective to analyze the intra-urban dynamics of Caldas Novas, caused by the amplification and restructuring of the hotel complex happened mainly in the end of decade of 1990. Great part of the works writings on Caldas Novas, they bring a study about the thermal waters and the use of the same ones. But an analysis of the urban and tourist growth starting from the exploration of that thermal water table, was not still made. For so much, reading of referring works about that subject, direct our researches and, were visited to the questionnaires and interviews were applied to the contractor of the hotel branch and population, respectively, what a lot aided us in the obtaining of qualitative data. We had the opportunity to know the dynamic tourist population closely and also the tourists' opinion and of the resident population in the city about the tourism. We analyzed the vertical building process, essential in the reproduction of the urban soil and construction of present heterogeneous spaces in the city. The analysis the artificial public spaces also permeated our studies. Fruit of the intense exploration of the urban soil, the artificial space the urban atmospheres, being the same addressed to the tourist' taste that goes by the city. We verified that the intra-urban dynamics is differentiated in the periods of large and less tourist movement. The periods considered low season, for they are less attractive, they receive less tourists, while the periods of high season, that is to say, lingering holidays and vacations are more favorable and attractiveness for the practice of the tourism. This dynamic heterogeneous popularity is one of the responsible factors for the space, economic and tourist transformations for which the city is passing now.

Key words: tourism, vertical building process, segment space, Caldas Novas

SUMÁRIO

BANCA EXAMINADORA.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMENTO.....	v
EPÍGRAFE.....	vi
RESUMO.....	vii
ABSTRAT.....	viii
SUMÁRIO.....	ix
LISTA DE ILUSTRAÇÕES.....	xii
LISTA DE MAPAS.....	xiv
LISTA DE TABELAS.....	xv
LISTA DE QUADROS.....	xvi
INTRODUÇÃO.....	01
 1 - O DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA EM CALDAS NOVAS: ampliação e reestruturação da infra-estrutura local.....	 12
1.1 - Turismo, mas o que é turismo?.....	12
1.2 - Caldas Novas: infra-estrutura turístico e desenvolvimento econômico.....	21
1.2.1 - A descoberta das águas quentes e a expansão urbana a partir do turismo hidrotermal.....	21
1.2.2 - Contribuições da Pousada do Rio Quente para o desenvolvimento econômico e turístico de Caldas Novas.....	27
1.3 - Infra-estrutura urbana: a sustentação do desenvolvimento da atividade turística.....	29
1.3.1 - Incremento populacional a partir do desenvolvimento	

turístico.....	29
1.3.2 - Sistema de água, esgoto e energia elétrica.....	32
1.3.3 - Sistema de saúde.....	34
1.3.4 - Sistema educacional.....	35
1.3.5 - Atividades econômicas.....	37
1.3.5.1 - Agricultura, pecuária e extrativismo.....	37
1.3.5.2 - As empresas no município de Caldas Novas.....	37
1.3.6 - Os meios de comunicação e transporte	41
 2 - A ATIVIDADE TURÍSTICA DEFININDO OS ESPAÇOS: o processo de verticalização, segmentação espacial e a “criação” dos espaços artificiais.....	 45
2.1 - A reprodução dos solos em uma cidade turística: a expansão do complexo hoteleiro por meio da construção de <i>flats</i>	45
2.2 - A verticalização como resultado do processo de exploração e reprodução do capital.....	51
2.3 - A organização espacial ocasionada pelo processo de verticalização: o exemplo dos condomínios fechados.....	60
2.3.1 – Infra-estrutura turística: ampliação e manutenção do turismo caldas-novense.....	60
2.3.2 – Condomínios fechados: espaços construídos e segregados pelo turismo local.....	67
2.4 - O turismo em Caldas Novas: a artificialidade da cidade “criada” pelo <i>marketing</i> local.....	72
2.5 - O mercado imobiliário caldas-novense: a reestruturação da cidade turística.....	86
2.6 - A segmentação espacial em Caldas Novas: fruto da atividade turística?.....	93

3 - REESTRUTURAÇÃO DO COMPLEXO HOTELEIRO EM CALDAS NOVAS: um estudo da sazonalidade turística em diferentes épocas do ano.....	107
3.1 - Sazonalidade turística em caldas novas: problemas oriundos da disparidade entre a baixa e alta temporada.....	107
3.2 - Problemas socioambientais decorrentes do acúmulo de pessoas em períodos de alta temporada.....	112
3.3 - Complexo hoteleiro em Caldas Novas: crise ou reestruturação?	119
3.4 - O problema turístico como pressuposto no desenvolvimento econômico de Caldas Novas: a participação e a contribuição da população na descoberta de novas possibilidades turísticas.....	140
4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	151
5 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	155
6 - GLOSSÁRIO.....	160

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

01 - Localização do município de Caldas Novas, ANO.....	05
02 - Área central de Caldas Novas (GO), 1911.....	23
03 - Balneário municipal, Caldas Novas (GO),1940.....	24
04 - Vias de acesso a Caldas Novas (GO), 2004.....	42
05 - Trânsito na área central de Caldas Novas (GO), 2005.....	43
06 - Vista panorâmica do bairro do Turista em Caldas Novas (GO), 2005...	47
07 - Vista parcial de Caldas Novas (GO), 2005.....	57
08 - Empreendimento turístico em construção, Caldas Novas (GO), 2005...	66
09 - Vista frontal do condomínio de flats Bluepoint Hot Springs, Caldas Novas (GO), 2005.....	71
10 - Parque aquático do condomínio de flats Bluepoint Hot Springs, Caldas Novas (GO), 2005.....	72
11 - Clube Di Roma: artifialização dos ambientes, Caldas Novas (GO).....	76
12 - Clube Prive: vista parcial da área de lazer, Caldas Novas (GO), abril de 2005.....	77
13 - Piscina de onda termal do clube Di Roma, Calda Novas (GO), abril de 2005.....	78
14 - Vista parcial do clube Náutico, Caldas Novas (GO), 2005.....	80
15 - Vista da praia artificial do clube Náutico, Caldas Novas (GO), 2005....	80
16 - Espaços construídos no clube Náutico, Caldas Novas (GO), 2005.....	81
17 - Residência construída às margens do lago Corumbá, 2005.....	82
18 - Acgua Ville Flats, Caldas Novas (GO), 2005.....	87
19 - Golden Thermas Residence, Caldas Novas (GO), 2005.....	88
20 - Parque aquático do Golden Thermas Residence Caldas Novas (GO), 2005.....	88

21 - Water Park Eldorado, Caldas Novas (GO), 2005.....	89
22 - Condomínio Residencial Di Roma Fiori, Caldas Novas (2005).....	90
23 - Portal do Lago Flat Residence, Calda Novas (GO), 2005.....	91
24 - Mapa de localização do Portal do Lago Flat Residence, Caldas Novas (GO), 2005.....	92
25 - Condomínio residencial, Caldas Novas (GO), 2005.....	101
26 - Praça Mestre Orlando, Caldas Novas (GO), 2005.....	111
27 - Córrego na área urbana de Caldas Novas (GO), 2005.....	114
28 - Congestionamento do trânsito, Caldas Novas (GO), 2005.....	116
29 - Lagoa Quente, Caldas Novas (GO), agosto de 2005.....	118
30 - Clube Lagoa Quente, Caldas Novas (GO), agosto de 2005.....	119
31 - Área de lazer do hotel Roma, Caldas Novas (GO), agosto de 2005.....	123
32 - Ano de fundação dos empreendimentos turísticos em Caldas Novas, 2005.....	130
33 - Empreendimentos turísticos em Caldas Novas, por categoria de hospedagem, 2005.....	132
34 - Número de apartamentos dos empreendimentos turísticos em Caldas Novas, 2005.....	133
35 - Quantidade de piscinas nos empreendimentos turísticos pesquisados em Caldas Novas, 2005.....	134
36 - Infra-estrutura presente nos empreendimentos turísticos pesquisados em Caldas Novas, 2005.....	135
37 - Origem dos hóspedes que visitam a cidade de Caldas Novas, 2005.....	136
38 - Idade média dos turistas que visitam Caldas Novas, 2005.....	137
39 - Área de lazer do clube Tropical, Caldas Novas (GO), agosto de 2005...	139
40 - Conjunto de piscinas do clube Tropical em Caldas Novas (GO), agosto de 2005.....	140

LISTA DE MAPAS

01 - Zoneamento urbano de Caldas Novas (GO), 2003.....	54
02 - Complexo hoteleiro em Caldas Novas (GO), 2003.....	62
03 - Padrão habitacional da cidade de Caldas Novas (GO), 2003.....	94
04 - Empreendimentos turísticos pesquisados em Caldas Novas (GO), 2005.....	121

LISTA DE TABELA

01 - Evolução populacional de Caldas Novas segundo local de residência e taxa de urbanização no período de 1842 a 2000.....	30
---	----

LISTA DE QUADROS

01 - Evolução da população de Caldas Novas, 1842 - 2000.....	08
02 - Número de domicílios em Caldas Novas, 2003.....	31
03 - Caldas Novas: estabelecimentos de saúde existentes em 1999 e 2000..	34
04 - Caldas Novas: estabelecimentos de ensino existentes em 1999.....	35
05 - Caldas Novas: estabelecimentos de ensino existentes em 2003.....	36
06 - Quantidade de empresas instaladas em Caldas Novas, 1969-1999.....	38
07 - Caldas Novas: empresas instaladas até 1999.....	39
08 - Caldas Novas: empresas instaladas até 2001.....	40
09 - Caldas Novas: complexo hoteleiro, 2003.....	64
10 - Infra-estrutura hoteleira dos empreendimentos pesquisados, Caldas Novas (GO), 2005.....	125
11 - Recursos turísticos existentes em Caldas Novas, 2004.....	147

FICHA CATALOGRÁFICA

*Elaborada pelo Sistema de Bibliotecas da UFU / Setor de
Catalogação e Classificação / mg / 05/06*

P331t Paulo, Renata Ferreira Calado de, 1977-
O turismo e a dinâmica intra-urbana de Caldas Novas
(GO) : uma análise da expansão e reestruturação do com-
plexo hoteleiro / Renata Ferreira Calado de Paulo. - Ube-
lândia, 2005.
162 f. : il.
Orientador: Beatriz Ribeiro Soares.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de
Uber-
lândia, Programa de Pós-Graduação em Geografia.
Inclui bibliografia.
1. Geografia urbana - Teses. 2. Caldas Novas (GO) -
Geo-
grafia - Teses. 3. Turismo - Caldas Nova (GO) - Teses.
I. Soares, Beatriz Ribeiro. II. Universidade Federal de
Uberlândia. Programa de Pós-Graduação em
Geografia. III. Título.

CDU: 911.375

INTRODUÇÃO

Para a Geografia, o estudo ou análise do turismo é algo muito recente, o que nos remete a muitos questionamentos a cerca da temática. Quando relacionamos a prática turística à expansão urbana, percebemos que o turismo tem relação direta com a Geografia Urbana, pois, de certa forma, direciona o crescimento e o desenvolvimento de diversos núcleos urbano no Brasil e no mundo.

Outro ponto relevante é que o turismo e a Geografia consideram, em seus estudos, as relações do homem com a natureza, desta forma, é intrínseco a ambas, analisar o ser humano inserido no espaço e as suas relações do mesmo com o meio.

Ao analisarmos municípios que possuem como base econômica a atividade turística, não podemos deixar de fazer uma análise histórica, econômica, social e natural desses lugares para que, possamos ter uma visão ampla e assim adquirir subsídios que permitirão uma análise mais aprofundada da dinâmica intra-urbana que acontece em função da soma de elementos naturais e sociais, sintetizados pelo estudo da Geografia.

Ao estudar o município de Caldas Novas, seu rápido crescimento urbano, principalmente, vertical, ou seja, a construção de inúmeros edifícios concentrados mais precisamente na área central e destinados aos turistas; vemos a importância de analisarmos como o turismo proporciona e direciona o crescimento urbano e econômico de uma cidade, que há menos de vinte anos, era apenas um pequeno município no interior goiano.

Mas, hoje, os diversos “produtos imobiliários” propostos, quase diariamente, pelo setor imobiliário, cada vez mais presente e ávido por mercado; provoca os estudiosos da área urbana a fazer uma análise mais aprofundada da malha urbana caldas-novense, voltada às necessidades de um turismo inovador, e que tem sua importância para o crescimento urbano local.

Para a Geografia, até poucos anos atrás, falar em turismo era falar apenas em deslocamento de pessoas com a finalidade de divertimento, para sair da rotina, dentre outros fatores. Mas hoje, percebe-se que diversos pesquisadores, nas mais vastas áreas do conhecimento, analisam a prática turística e distinguem as diversas formas de fazer turismo.

Nesta perspectiva, surge o turismo social destinado ao lazer; o turismo de negócios destinado às práticas comerciais; o turismo ecológico aquele praticado em contato direto com a natureza; dentre outros, cada um com sua função e público específico.

No Brasil, a atividade turística começou a esboçar desenvolvimento considerável a partir da década de 1920, impulsionada pela construção de estradas de ferro, primeiramente no Sudeste do país, região bastante importante no cenário econômico nacional devido às migrações intensas que serviram, de mão-de-obra nas plantações de café, uma das atividades, até então, mais importantes para o cenário econômico nacional. E, esse período de intenso desenvolvimento econômico também foi marcado pelo avanço do processo de urbanização que teve como base a industrialização e a mecanização do campo, o que proporcionou a saída de pessoas do campo para as cidades, ocasionando desenvolvimento de regiões como o Sudeste, Sul e Centro-Oeste.

Discutir o início do desenvolvimento econômico do Brasil, da região Centro-Oeste ou do estado de Goiás, nos remete ao entendimento da política que regia o país naquela ocasião. A partir de 1930, o governo de Getúlio Vargas implantou uma política de desenvolvimento do interior do Brasil. A região Centro-Oeste foi, então, contemplada. Essa política desenvolvimentista consistiu na aceleração dos processos da mecanização do campo. Conseqüentemente o processo de urbanização brasileira, baseou-se no êxodo rural, ou seja, na saída de pessoas do campo em direção às cidades.

Caldas Novas está inserida na região Centro - Oeste, logo, foi acometida por esse intenso processo de mecanização do campo, e conseqüentemente houve a expansão de sua malha urbana. Essa mobilidade de pessoas permitiu também que a cidade esboçasse sua aptidão natural, ou seja, a atividade turística.

O desenvolvimento dos meios de transportes, juntamente com a ampliação da malha viária, possibilitou a inserção do interior do Brasil no cenário econômico nacional. O transporte rodoviário propiciou não somente o fluxo populacional como também o de mercadorias, o que contribuiu para o desenvolvimento de diversas atividades econômicas, inclusive, a turística. O setor agropecuário também foi favorecido, uma vez que o escoamento da produção proporcionou maior lucratividade e, dessa forma, estimulou a produção, que conseqüentemente, veio seguida do lucro.

Até esse período de crescente desenvolvimento econômico, viajar não integrava a realidade da vida de grande parte dos brasileiros, devido à dificuldade de deslocamento e pelo

fato de essa atividade não fazer parte do desejo da população daquela época. O *marketing* favorecendo as viagens era pouco utilizado, e a idéia de viajar por lazer não permeava o pensamento da população.

Dessa forma, o “consumo” desses lugares turísticos aconteceu concomitantemente com a urbanização e com o desenvolvimento dos meios de transporte, os quais são essenciais para a realização da atividade turística. Ao mesmo tempo, várias regiões do país especializavam-se na atividade e, a partir disso, o ideal de viajar e conhecer lugares novos, começou a fazer parte do desejo dos brasileiros.

O incremento do número de cidades turísticas na região Centro-Oeste do país aconteceu por volta dos anos de 1980, impulsionado, principalmente, pelo crescimento da ocupação das áreas de cerrado. Essa ocupação intensificou-se com o início da construção da Capital Federal, em meados da década de 1950, e com a política implementada no país naquela ocasião, que integraria, por meio da expansão da malha viária, desde a região do Planalto Central até as demais regiões brasileiras, ampliando o desenvolvimento econômico.

A região Centro-Oeste, naquela ocasião, tinha suas atividades econômicas direcionadas para o setor agropecuário. Com a expansão da malha viária, o aumento do fluxo migratório e a descoberta de riquezas naturais, como no caso de Caldas Novas que começara a explorar as águas termais, ampliou-se a malha urbana da região Centro-Oeste e cidades com aptidão para o desenvolvimento da atividade turística surgiram na região central do país, a exemplo de Goiás Velho, Pirenópolis, dentre outras.

Indústrias de base, como as usinas hidrelétricas, construídas naquela região deram suporte ao desenvolvimento econômico, visto que a geração de energia elétrica em um “canteiro de obras” seria essencial para a continuidade da construção de Brasília e para abastecer os novos núcleos urbanos surgidos com o desenvolvimento do turismo regional.

A ampliação dos meios de transporte foi impulsionada pela construção de rodovias que interligaram a região Centro-Oeste aos lugares mais distantes do Brasil, o que permitiu a atração de um grande fluxo populacional para a região central do país. Não demorou muito para que Brasília estivesse totalmente povoada. Agregadas à capital federal surgiram pequenas cidades, denominadas cidades satélites.

Cidades com economias diferenciadas emergiram no cenário urbano regional, dentre elas, as cidades turísticas, cada qual com sua beleza natural e histórica que, a partir daquele momento, dinamizaram a economia regional.

De acordo com Oliveira (2001), as cidades com vocação turística, a exemplo de Caldas Novas, despontam no cenário nacional como lugares turísticos, nem sempre podendo ser denominadas de cidades turísticas por não apresentarem infra-estrutura necessária para serem consideradas como tal. A partir do momento em que estes núcleos urbanos vão se especializando para a prática da atividade, ampliando sua infra-estrutura hoteleira, seu comércio e melhorando seus serviços, é que podem ser considerados como cidades turísticas.

A descoberta das águas termais em Caldas Novas foi o princípio de um turismo ainda hoje muito explorado. Em nosso trabalho, esse tipo de turismo será denominado “turismo das águas quentes”. Essa nomenclatura, pouco utilizada em trabalhos científicos, refere-se à exploração das águas termais, abundantes na região de Caldas Novas, porção sul do estado de Goiás. Com essa intensa exploração do lençol freático termal, a região tornou-se amplamente conhecida, após a construção da Pousada do Rio Quente, um empreendimento turístico que revolucionou o turismo regional.

Localizado na porção sudoeste do estado de Goiás, Caldas Novas possui um território de 1.588 Km quadrados. Dista aproximadamente a 290 Km da Capital Federal, a 167 km de Goiânia, aproximadamente a 750 km de São Paulo (SP) e está a 170 km da cidade de Uberlândia (MG), como mostra a figura 01. Caldas Novas faz divisa com os seguintes municípios: Piracanjuba, Santa Cruz de Goiás e Pires do Rio ao norte; Marzagão e Corumbáiba ao sul; Ipameri a leste; Piracanjuba, Rio Quente e Morrinhos a oeste. Alguns povoados fazem parte do município, são eles: Junquerlândia, São Sebastião do Paraíso, Sapé, Nossa Senhora de Fátima e Tricolândia.

Figura 01: Localização do município de Caldas Novas (GO), 2005.



Fonte: TRABALHANDO com mapas: introdução à geografia. 24. ed., 6. reimpressão. São Paulo: Ática, 2003. (Caderno do professor).

Org: PAULO, R.F.C, 2005.

A partir da construção do complexo turístico como a Pousada do Rio Quente, uma nova dinâmica turística surgiu em Caldas Novas e o *marketing* utilizado pelo empreendimento tornou a cidade, conhecida em todo o Brasil e em diversos locais do mundo. O inovador modo de hospedar, baseado na construção de *apart hotel* e *flats*, juntamente com a intensa utilização das águas termais, com a finalidade do turismo de lazer, marcaram o desenvolvimento de uma região que começou a enxergar sua aptidão para o turismo social.

Denominamos complexo turístico, os locais que atingem um nível superior de hierarquia devido aos diversos tipos de atrativos que oferecem. É o caso do Rio Quente *resorts*, que por possuir diversos atrativos, além das águas quentes: como o Hot Park, um amplo setor hoteleiro, festas temáticas, equipe de recreação e uma agitada vida noturna.

Mas, devemos nos lembrar que o início da exploração das águas termais foi para fins terapêuticos e não para o lazer, pois foi comprovado que os banhos diários curavam males de pele, reumatismo dentre outras doenças. Isso atraía centenas de pessoas à cidade. Desse modo, o turismo explorado, primeiramente, na cidade era o chamado “turismo da saúde”.

De acordo com Oliveira (2001), o poder terapêutico das águas termais consolidou-se, com o decorrer da história. Verificamos que o turismo balneário, no Brasil, não se restringe apenas a Caldas Novas, mas também em cidades como Poços de Caldas (MG), Águas de Lindóia (MG) e Araxá (MG). Entende-se por turismo balneário, a atividade turística que depende do consumo da água, seja ela para fins terapêuticos, como de Araxá (MG), ou para fins de lazer.

A partir da consolidação do turismo das águas quentes na região Centro-Oeste, já nos anos de 1960 e 1970, juntamente com a ampliação do complexo hoteleiro e o desenvolvimento das demais atividades necessárias para a prática da atividade turística, como o comércio e a prestação de serviços, o desenvolvimento econômico, populacional, tornou-se intrínseco a essa região, até então voltada para as atividades agropecuárias.

A região sul tornou-se uma das mais dinâmicas do estado de Goiás e a urbanização chegou com bastante intensidade a partir da consolidação da atividade turística. A oferta imobiliária tornou-se cada vez mais presente, bem como a chegada de turistas de diversos locais do país.

Com o passar dos anos, foi verificada uma nova vertente para a exploração do turismo das águas quentes. Atualmente, o poder terapêutico da água não é mais explorado, mas sim, o

que diversos autores chamam de turismo social, ou turismo de lazer, aquele voltado para o descanso, divertimento e bem-estar do turista.

Esse trabalho justifica-se pela necessidade de compreender os mecanismos de crescimento urbano de Caldas Novas, e avaliar a crescente especulação imobiliária no município que, por meio do turismo, redefiniu toda a estrutura urbana local e direcionou o crescimento da cidade.

Faz-se necessário, ainda, avaliar os novos espaços “criados” pelos agentes imobiliários como, por exemplo, os *flats*, que atualmente estão “tomando conta” do mercado, prejudicando o setor hoteleiro que, por oferecer os mesmos serviços a um preço mais acessível, tornam-se a predileção do turista que deseja possuir uma residência na cidade.

Esse também é um fator bastante característico na cidade de Caldas Novas, o que denominamos segunda residência ou de “uso ocasional”, de acordo com o IBGE (2005). É utilizada esporadicamente e constitui moradia para diversas famílias, que visitam, com certa periodicidade a cidade e se estabelecem geralmente em apartamentos, visando a maior segurança. Vale ressaltar que em grande parte do tempo, essas segundas residências permanecem desocupadas. Esse fator explica a expansão das edificações verticais, bastante comuns no sítio urbano.

A verticalização no município em questão também faz parte dos estudos, pois visando ao melhor aproveitamento nas áreas centrais, que oferecem mais infra-estrutura, agentes imobiliários constroem, destroem e modificam a estrutura urbana, objetivando apenas o lucro, e preocupando-se muito pouco com questões ambientais, sociais, com o adensamento dos solos, etc.

A partir dos anos 1990, a construção dos *flats* trouxe uma nova modalidade de hospedagem e, principalmente, de investimento para a cidade. Pelo mesmo valor, o turista hospeda-se nestes *flats*, agora com mais atrativos. Pois estes possuem parques aquáticos muito mais amplos, com equipes de recreação durante o dia, bailes e serestas à noite.

Entende-se por *flats* e *apart-hotel* os condomínios residenciais que não se destinam à moradia permanente, locando as suas unidades por prazos inferiores a trinta dias, de acordo com Straube (2001). A proliferação destas construções destinadas ao aluguel, principalmente em épocas de alta temporada (férias, feriados), torna-se rentável, pois, além do uso do empreendimento pelo próprio proprietário, o imóvel também é alugado para temporadas, o que propaga a reprodução do capital em uma cidade turística.

A predileção dos *flats* aos hotéis é a mais nova tendência em Caldas Novas. Ao entrevistar donos de hotéis locais, verificou-se que eles se mostraram preocupados com a situação atual, pois os hotéis estão sendo relegados a segundo plano, ocasionando prejuízos para os proprietários e para o segmento.

Nessa perspectiva, é bastante interessante a dinâmica intra-urbana de um município turístico como Caldas Novas. Uma cidade em que há pouco mais de vinte anos a população e a economia eram pouco expressivas, e que, atualmente, é uma das cidades mais importantes da região Centro-Oeste.

A fim de exemplificar a expansão populacional no município de Caldas Novas, dados do IBGE (2005) comprovam o incremento populacional discutido neste trabalho. Na década de 1980, a população da cidade era de 9.800 habitantes conforme o quadro 01.

Quadro 01 - Evolução da população de Caldas Novas, 1842 - 2000

Ano	Número total de habitantes
1842	200
1960	5.200
1970	7.000
1980	9.800
1991	25.000
2000	46.642

Fonte: Prefeitura Municipal de Caldas Novas, 2003.

Org: PAULO, R.F.C, 2003.

De acordo com o censo de 2000, realizado pela mesma instituição, a população era de aproximadamente 49.642 habitantes, isto nos remete a analisar o crescimento elevado de população no município de Caldas Novas, baseado na atividade turística, a qual também é responsável por diversos fenômenos urbanos como: migração, aumento do trabalho informal, aculturação da cidade, dentre outros.

A sazonalidade turística presente em Caldas Novas também é bastante peculiar. A heterogeneidade de fluxo populacional é uma das principais características inerentes ao turismo local, uma vez que se tem um acúmulo de turistas em determinadas épocas do ano,

quando a oferta turística é maior como, por exemplo, férias e feriados prolongados, e uma escassez em períodos em que a cidade oferece poucos atrativos.

A cidade foi visitada em períodos diversificados, enquanto fazíamos nossa pesquisa, e notamos a ocorrência de fatos curiosos como, por exemplo, a exploração dos preços de aluguéis de apartamentos em períodos festivos, e o abandono dos mesmos em períodos preteridos pelos turistas. Essa diferenciação quanto a sazonalidade turística nos chamou muita atenção, pois a dinâmica urbana se compromete nestas ocasiões de desequilíbrio populacional.

Várias visitas foram realizadas no município para a aplicação de questionários, elaboração do material fotográfico, visitas a órgãos públicos e, em uma destas ocasiões, era final do mês de janeiro de 2005, quando fomos a alguns hotéis, flats e condomínios residenciais terminar a aplicação das perguntas.

O que chamou muita a nossa atenção em alguns empreendimentos visitados foi a ausência total de turistas em um período considerado ideal para a atividade, visto que janeiro é um mês de férias escolares. Vários proprietários e até mesmo funcionários destes empreendimentos nos reclamaram da oscilação turística presente na cidade. Falaram também que o poder público, gestor de ações voltadas para o turismo, não se posicionava em relação a diferenciação quanto ao número de turistas em determinadas épocas do ano, e que isso era extremamente negativo para o setor.

Reclamaram também da falta de incentivos para os períodos considerados “baixa temporada”, no intuito de atrair um número maior de visitantes, diminuindo essa disparidade entre os meses do ano. Argumentaram que, em determinadas épocas do ano, a procura por hospedagem era tão grande que não conseguiam atender à demanda e, que em outras épocas a oferta era tanta que, e a procura tão pequena que, às vezes, não ocupavam 20% do que o setor hoteleiro podia oferecer. Essa reclamação foi generalizada, ressaltando-se a indignação, por parte dos responsáveis pelos empreendimentos visitados, pela diferença de sazonalidade turística na cidade.

Esses fatos ocorridos na cidade não foram percebidos por nós anteriormente aos nossos trabalhos de campo pela cidade, a partir de então tornaram-se parte integrante de nossa investigação, na tentativa de entender a dinâmica intra-urbana de Caldas Novas.

Outro fator interessante, que remete maior investigação por parte dos estudiosos da área urbana, é a segregação espacial ou segmentação, que ocorre na cidade. Não estamos falando

apenas da divisão entre centro, periferia, bairros de classe média e bairros de classe alta, mas, principalmente, da segmentação ocasionada pela atividade turística.

É bastante nítida a segmentação que ocorre em Caldas Novas. O turismo se faz presente em toda a cidade, porém não da mesma forma. A presença de clubes e hotéis luxuosos, os quais são voltados para as classes mais abastadas, concentram-se nas áreas centrais da malha urbana, bastante assistida pelo poder público local, principalmente no que se refere à infraestrutura turística: como amplas avenidas, comércio, equipamentos públicos, dentre outros.

Por outro lado, há também a presença de clubes mais populares, com festas a preços mais acessíveis, direcionados para a população de menor poder aquisitivo e à população local, residente em Caldas Novas. Estes empreendimentos estão localizados ou no centro da cidade, degradado pelo acúmulo de pessoas e serviços, ou então, nas áreas periféricas da cidade, as quais são preteridas pelos turistas que visitam o local.

Toda essa dinâmica intra-urbana baseada na atividade turística, juntamente com o crescimento urbano determinado pelos agentes imobiliários e pela verticalização, chamou a nossa atenção, principalmente quando notamos a diversificação do modo de se hospedar ampliando o complexo hoteleiro de Caldas Novas. Estes fatores permearam nosso estudo e nossa pesquisa, e justificaram nosso trabalho.

Diante de toda essa problemática temos como objetivo fazer uma análise da expansão e reestruturação do turismo em Caldas Novas e seus impactos na dinâmica intra-urbana local, levando em consideração a reorganização urbana em função da diferença de sazonalidade turística em diferentes épocas do ano.

A metodologia aplicada na realização deste trabalho consistiu de levantamento bibliográfico sobre o assunto escolhido, abrangendo os seguintes temas: urbanização, turismo das águas, verticalização, especulação imobiliária, artificialização dos espaços e segmentação espacial. Fizeram-se necessários a leitura e a análise de obras literárias, contato com os dados primários para a construção do embasamento teórico e dos conceitos necessários para o desenvolvimento da pesquisa.

O levantamento dos dados secundários foi obtido por meio de viagens até o município. Visitas à Prefeitura Municipal de Caldas Novas e suas respectivas secretarias – de turismo e de planejamento, para a aquisição de dados, e a aplicação de questionários no complexo hoteleiro da cidade com o objetivo de entender a dinâmica de um município com as atividades

voltadas para o turismo. Entrevistas à população residente no local e também aos turistas avaliaram a percepção das pessoas em relação à atividade turística.

O material fotográfico teve como finalidade retratar as mudanças ocorridas no espaço urbano do município, bem como, mostrar a realidade de alguns empreendimentos na cidade, o aumento e a aglomeração de edifícios na área central.

Os mapas temáticos, gráficos, quadros e tabelas foram utilizados para ilustrar a expansão urbana, os equipamentos presentes na cidade, a especialização da cidade para a atividade turística, e demonstrar o crescimento urbano, turístico e comercial da cidade de Caldas Novas.

O trabalho foi estruturado em três capítulos, apresentando a seguinte estrutura:

No capítulo 1 realizou-se uma análise da infra-estrutura turística presente no município, resgatou-se a história do desenvolvimento e exploração das águas termais, e apresentou-se o complexo hoteleiro de Caldas Novas, em constante ampliação, sendo responsável pela acomodação de um número cada vez maior de pessoas por ano.

No capítulo 2 traz discutiu-se a crescente verticalização em Caldas Novas, e suas implicações na reprodução dos solos urbanos. Essa verticalização, bem como a atividade turística, gerou espaços segmentados, problemática também retratada neste capítulo. A construção da cidade turística também foi comentada no mesmo capítulo, pois a dinâmica intra-urbana nestas cidades promove a construção de espaços destinados ao turista, sendo responsável pela artificialização dos espaços e a aculturação dos mesmos.

O capítulo 3 mostrou a sazonalidade turística em Caldas Novas em função da diversificação do turismo em diferentes épocas do ano; uma discussão sobre a reestruturação do complexo hoteleiro devido a disseminação dos *flats* pela malha urbana; os problemas ocasionados pelo diferente fluxo populacional em diferentes épocas do ano, decorrentes da oferta turística e, a opinião de moradores e turistas sobre o crescimento do turismo na região assim como as conseqüências da atividade para o desenvolvimento regional.

1 - O DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA EM CALDAS NOVAS: ampliação e reestruturação da infra-estrutura local

1.1 - Turismo, mas o que é turismo?

Cabe aqui ressaltar que a atividade turística é bastante recente em nosso país. Sob a ótica de Trigo (1993), no Brasil, somente a partir da década de 1960, é que temos o desenvolvimento da atividade turística pelo território nacional. Para ser mais preciso, o autor comenta que somente depois da Revolução Industrial, com a ampliação da malha viária é que ocorreu uma verdadeira mudança cultural e econômica que revolucionou a prática turística e a movimentação de pessoas, não somente dentro do território, mas também para fora dele.

O Brasil, país de clima tropical no qual vivemos, possui uma enormidade de locais considerados turísticos e, em sua grande maioria, bastante explorados pela atividade turística. As belezas naturais, juntamente com o clima favorável, grande parte do ano, fazem com que o país receba turistas em quase toda a porção do território, que aproveitam a miscelânea de oportunidades turísticas de norte ao sul e de leste a oeste.

Apesar de a área litorânea ser a porção do território mais explorada pelas práticas turísticas, o interior do Brasil também oferece enormes belezas e riquezas naturais, como é o caso do Pantanal Mato-Grossense, parques ecológicos, *resorts*, complexos turísticos, como o Rio Quente, localizado no município de Rio Quente (GO) e a cidade de Caldas Novas, também localizada no mesmo estado, com importância turística nacional baseada na exploração do lençol freático termal.

Importantes centros históricos, como Ouro Preto (MG), Tiradentes e Mariana (MG) estão localizados no interior do Brasil. Cidades interioranas como Campos do Jordão (SP), Petrópolis (RJ) e as Serras Gaúchas (RS) atraem turistas dos mais diversos locais. Assim como as cidades que possuem estâncias hidrominerais como, por exemplo, Poços de Caldas (MG), Araxá (MG) e Caldas Novas (GO), cidades turísticas interioranas que, anualmente, atraem um público cada vez maior, pela presença de uma riqueza mineral.

Para Trigo (1993), o que atrapalha o aumento da demanda turística no Brasil são os problemas sociais de presença constante em nosso país, estrutura urbana precária, violência, trânsito desordenado, assaltos, miséria, dentre outros. Faz parte de nosso cotidiano presenciar,

pelos meios de comunicação, notícias de assaltos, seqüestros e até mesmo morte de turistas, que visitavam o Brasil e se depararam com tamanha violência.

Essa constante presença de problemas de ordem social nas cidades turísticas acaba por motivar repulsa por parte dos turistas. Pedintes, assaltos, infra-estrutura precária podem acarretar problemas para quem visita a cidade e, o seu desejo não é passar por estes tipos de constrangimento, pois busca tranquilidade.

Para o autor supracitado, todas essas mazelas são motivos de repulsa e atraso na atividade turística brasileira. Nessa perspectiva, caso grande parte desses problemas fossem sanados ou mitigados, o crescimento da atividade seria considerável, o que traria benefícios tanto para o setor, quanto para a economia nacional.

Antes de discorrermos sobre a atividade turística, cabe lembrar que o conceito de turismo é bastante discutido entre estudiosos das mais diversas áreas do conhecimento (geógrafos, historiadores, biólogos, cientistas sociais e, mais recentemente, turismólogos) e que há bastante controvérsia sobre a conceituação da prática turística.

Atualmente, a palavra turismo faz parte da vida de milhões de pessoas em todo o mundo. O termo está em voga, devido à disponibilidade de locais turísticos, como também pelas facilidades com que os recursos tecnológicos promovem no espaço, tornando-o mais fluido, permitindo assim, maior mobilidade de fluxo turístico por todo o país.

Várias são as definições utilizadas para conceituar o turismo. De acordo com Lage (1991), são viagens para regiões mais distantes dos locais de residência, e também, são as viagens de férias ou de outra natureza como, por exemplo, estudo, eventos esportivos, trabalho etc.

Ruschmann (1997, p. 13-14) define turismo como:

O turismo atual apresenta-se sob as mais variadas formas. Uma viagem pode estender-se de alguns quilômetros até milhares deles, incluindo um ou vários tipos de transportes e estadas de alguns dias, semanas ou meses nos mais diversos tipos de alojamento, em uma ou mais localidades. A experiência da viagem envolve a recreação ativa ou passiva, conferências e reuniões, passeios ou negócios, nas quais o turista utiliza uma variedade de equipamentos e serviços criados para seu uso e para a satisfação de suas necessidades.

Para Cruz (2001), o turismo é antes de qualquer coisa uma prática social, deste modo, deve estar em constante relação; o ser humano e o meio. O referido autor assim define o turismo.

O turismo é uma modalidade de deslocamento espacial que envolve a utilização de algum meio de transporte e ao menos uma pernoite no destino; esse deslocamento pode ser motivado pelas mais diversas razões, como lazer, negócios, congressos, saúde e outros motivos, desde que não correspondam a formas de remuneração direta (CRUZ, 2001, p. 4).

Se pensarmos dessa maneira, não podemos considerar turistas aquelas pessoas que saem de suas casas para passar o dia em um *resort*, como por exemplo, o Hot Park. O Hot Park é um parque aquático pertencente ao Rio Quente *resort*, no município de Rio Quente, região Centro-Oeste do Brasil. Diariamente, um número considerável de pessoas visita o parque, passam o dia, mas não pernoitam no local. Dessa forma, essas pessoas que se deslocaram de suas residências, consumiram, divertiram-se e não praticaram turismo pelo fato de não terem pernoitado no *resort*?

Podemos analisar também os vendedores autônomos que não realizam suas vendas em seus municípios. Viajam, semanalmente, hospedam-se em hotéis, pensões, consomem produtos locais e muitos deles se divertem em bares e festas da cidade. Por estarem exercendo uma atividade remunerada não praticam turismo? Estas são questões que devem ser analisadas criteriosamente para não incorrerem no erro de denominar o turismo como o simples fato de sair de casa, pernoitar e se divertir.

Coriolano (1998, p. 115) traz a seguinte definição para o turismo: “O turismo é a forma mais elitizada de lazer. É uma modalidade de entretenimento que exige viagem, deslocamento de pessoas, consumo do tempo livre e uso de um equipamento por mínimo que seja como transportes e hotéis”.

Sob a análise de Coriolano (1998), o fato de passar o dia em outra cidade e usufruir algum equipamento que lá exista é turismo. É o caso de passar o dia no Hot Park e retornar ao final do dia. Assim, houve o consumo do tempo livre e a utilização de algum meio de transporte, concretizando a atividade turística.

Segundo Ruschmann (1990, p. 11) o turismo é um bem imaterial, formado das relações que o tornam bastante complexo. Sendo um bem imaterial é impossível falarmos em indústria do turismo, já que o termo indústria remete-nos o pensamento em algo material, produzido,

industrializado. E, segundo a autora, o turismo é algo que só é consumido por quem o pratica, pois, somente ao término da viagem tem-se a sensação de “consumo” do “produto”.

O produto turístico é composto de um conjunto de bens e serviços unidos por relações de interação e interdependência que o tornam extremamente complexo. Suas singularidades distinguem-no dos bens industrializados e do comércio como também dos demais tipos de serviços. Uma de suas características mais marcantes é que se trata de um produto imaterial – intangível – cujo resíduo, após o uso, é uma experiência vivencial.

Cruz (2001, p. 6) fala da forma mais comum de turismo, o chamado turismo de massa.

A expressão “turismo de massa” tende a sugerir tratar-se de uma modalidade de turismo que mobiliza grandes contingentes de viajantes [...] é uma forma de organização do turismo que envolve o agenciamento da atividade bem como a interligação entre agenciamento, transporte e hospedagem, de modo a proporcionar o barateamento dos custos de viagem e permitir conseqüentemente que haja um grande número de pessoas que viaje.

Nessa perspectiva Cruz (2001), considera correto o termo indústria do turismo, uma vez que há toda uma organização de estrutura, preparo e “produção” da mercadoria, no caso o turismo. Parece tratar-se de algo que será fabricado, que o consumidor somente vivenciará o resultado final.

Na verdade, o turista é o principal agente mediador da “produção” da atividade turística. Ele participa do processo de organização de seu roteiro de viagem e, ao mesmo tempo, é consumidor do produto final. Quando planeja uma viagem, já está se preparando psicologicamente para desfrutá-la, uma vez que a viagem é um produto imaterial e desde o planejamento até a execução podemos considerá-la como um processo de produção do produto final. Ao término da viagem, o indivíduo sente-se saciado por ter vivenciado a prazerosa atividade turística.

Outro termo muito importante a ser analisado e que está intrinsecamente relacionado ao turismo é o lugar turístico. O que denominaremos lugares turísticos? Podem ser considerados lugares onde existam turistas? São lugares possuidores de atrativos turísticos? Ou onde coincidem ambos os elementos?

Cruz (2001, p. 7) denomina dessa forma o lugar turístico.

Lugar turístico é uma expressão utilizada para se referir a lugares que já foram apropriados pela prática social do turismo, como também a lugares considerados potencialmente turísticos. O lugar turístico já apropriado pelo turismo corresponde àquela porção do espaço geográfico cuja produção está sendo determinada por uma participação mais significativa do turismo, relativamente a outras atividades.

Se considerarmos a idéia de Cruz (2001), um lago artificial de uma barragem hidroelétrica poderá ser considerado um lugar turístico, com potencialidades turísticas, sem ao menos ter recebido um único turista? E Caldas Novas é um lugar turístico, ainda que seja um município cujo espaço geográfico foi e está sendo adaptado para a prática turística e para o turista?

Não podemos agregar ao espaço turístico somente a presença do turista, pois o exemplo citado acima, do lago de uma barragem hidroelétrica, com certeza despertará interesse dos agentes imobiliários e que se servirão de toda a beleza natural e aptidão turística, transformando o local em um lugar turístico, com infra-estrutura capaz de receber turista.

Esse exemplo é comprovado nos diversos lagos localizados no Triângulo Mineiro, como o lago da barragem da Usina Hidroelétrica de Miranda, cujas margens foram “transformadas” de lagos artificiais que serviriam apenas para a produção de energia elétrica em grandes áreas de lazer e recreação, até mesmo com a construção de clubes às suas margens e, atualmente, caracterizam-se por uma forte presença de chácaras, clubes e pessoas, principalmente, nos finais de semana.

Cruz (2001), em sua obra, ao tratar sobre lugar turístico faz alusão a lugares que já foram apropriados pela prática social do turismo, como também aos considerados potencialmente turísticos. Nessa perspectiva, podemos considerar Caldas Novas um lugar turístico desde o descobrimento das águas termais, em função do atrativo turístico que existia desde aquela época, e, atualmente, por ser uma cidade totalmente adaptada para o turista.

Outro ponto relevante, segundo Cruz (2001), são os atrativos turísticos. Estes atrativos turísticos nem sempre são natos. Em sua grande maioria, são locais criados para o turista. Segundo o autor, a principal motivação do turista por uma viagem é a busca do exótico, algo diferente de seu cotidiano. Sendo assim, o atrativo turístico pode ser criado para atrair o turista, para que este consuma o produto turístico.

O produto turístico é algo desejável por quem faz turismo. Vivemos em uma sociedade consumista em que o adquirir faz parte de todo nosso imaginário, e no que se refere à atividade turística, esse consumo torna-se parte integrante. Consumimos os locais onde

realizamos atividades turísticas, produtos criados por ela. As pessoas que estão envolvidas com o turismo vendem a força de trabalho em prol da realização da prática turística. Quem paga por toda essa dinâmica é o turista, que ávido pelo lazer nem se dá conta de que é responsável por todo esse processo de produção e consumo.

Segundo Ruschmann (1990), existem diversos motivos que movem as pessoas a fazerem turismo: fugir de problemas rotineiros, descansar, buscar de diversão, interesses culturais, estudos, buscar aventuras, dentre outros. Por esse motivo, as cidades que oferecem turismo foram obrigadas a se especializar em determinados tipos de turismo, de acordo com as condições sociais, naturais e culturais do local.

Assim, surgiram no espaço, formas diferenciadas de negócios direcionados ao turismo, de acordo com a aptidão turística e oferta de recursos naturais que cada local possui, adaptando esses locais à atração de um público que se deseja alcançar. É o que Ruschmann (1990) classifica da seguinte forma:

_ Turismo de recreação: localizado em regiões aptas a oferecerem recreação e lazer para quem o procura. Esse tipo de turismo é o mais difundido no Brasil, visto que o país possui uma riqueza natural muito grande e isso ainda é o que mais atrai o turista, a busca pelo lazer.

_ Turismo de negócios: voltado para o grupo empresarial, o turismo de negócios cresce muito nas médias e grandes cidades. São cidades que não possuem atrativos turísticos naturais e, assim especializam-se em hotéis, *flats*, centros de convenções para melhor receber um público que apenas quer resolver negócios.

_ Turismo rural: hoje, muito difundido em todo o Brasil, é o turismo voltado para as atividades e vida no campo. Fazendas são transformadas em hotéis e as atividades rurais são o principal atrativo desse tipo de turismo. Devido ao fato da maioria da população do país estar presente nos centros urbanos, repletos de problemas de ordem social e natural; esse tipo de turismo está sendo amplamente utilizado em todas as regiões brasileiras.

Cabe, neste momento, ressaltar que apesar de segmentarmos as diversas tipologias de turismo, elas são totalmente articuladas e a segmentação é importante apenas para definirmos as especificidades de cada uma delas.

Cruz (2001), em sua obra, também classifica a atividade turística de acordo com suas especificidades e finalidades, são elas:

_ Turismo em áreas naturais: são modalidades de turismo relacionadas aos espaços naturais; como por exemplo: o *rafting* (descida em botes por corredeiras), o *rapel* (escalada de picos, montanhas etc), e o *tracking* (caminhadas por trilhas em áreas selvagens), e ainda comenta que este tipo de turismo vem crescendo muito nos anos de 1990.

_ Turismo em espaços naturais: prática de hospedagem no meio rural. Visitação a espaços rurais e até mesmo a prática de atividades desenvolvidas no campo.

Não se pode ignorar o fato de que toda atividade turística tenha profunda relação com a natureza, pois, em quase todas as formas de turismo, a natureza é matéria-prima para a prática da atividade. Foster (1992), é categórico quando afirma que para onde o turismo avança a natureza recua.

Por esse motivo, a preocupação com o desenvolvimento da atividade turística deve caminhar lado a lado com a preocupação da conservação e preservação dos recursos naturais da área, pois uma vez prejudicados ou extintos, a atividade turística naquele local se comprometerá.

Desse modo, faz-se necessário um planejamento das atividades voltadas para o turismo no intuito de harmonizar as relações homem-natureza que, na maioria das vezes, são prejudiciais ao meio natural. O crescimento contínuo da atividade turística por todo o mundo revela impactos preocupantes sobre os recursos naturais, levando em consideração que na maior parte das atividades turísticas a “matéria-prima” da atividade são os recursos naturais.

Foster (1992), também classifica a atividade turística de acordo com sua finalidade. Para o autor, existem cinco tipos de turismo.

_ Turismo recreativo: destinado ao divertimento. É o turismo que quase todas as pessoas conhecem, entendido como diversão.

_ Turismo cultural: o conhecimento de novas culturas se faz neste tipo de atividade turística. Visitas a cidades folclóricas, com culturas bastante peculiares caracterizam este tipo de turismo.

_ Turismo histórico: Este é caracterizado por visita a museus, cidades históricas, catedrais, etc.

_ Turismo étnico: refere-se ao contato com costumes fora do comum. Mas pode também ser caracterizado por visita a parentes que moram em regiões distantes.

_ Turismo ambiental: geralmente destinado à classe mais abastada da sociedade. Consiste na visita a ambientes “puros”, por isso, muitas vezes, não corresponde ao poder aquisitivo da maioria da população, por serem locais remotos, os quais requerem grandes custos com deslocamento, hospedagem etc.

Não foi encontrado registro de nenhum autor que tenha denominado ou que tenha feito alguma referência ao turismo que “explora” um recurso hidrotermal, como turismo das águas quentes. Este termo está sendo utilizado por nós com o intuito de explicar o tipo de turismo presente na cidade de Caldas Novas.

Diversos autores argumentam que as cidades turísticas devem possuir uma “vocação” para o desenvolvimento do turismo. Essa vocação turística somente ocorre porque, segundo Barreto (1999), Caldas Novas possui recurso turístico. A autora denomina recurso turístico a matéria-prima da qual depende o turismo. Pode ser a praia, a montanha e, no caso de Caldas Novas, as águas termais.

Não se poderia pensar em turismo das águas quentes onde não existissem águas quentes ou turismo litorâneo distante do litoral. Para tanto, a atividade turística não se desenvolve apenas em locais que possuam atrativos turísticos, mas também necessita de uma matéria-prima, produto que dará suporte para a exploração e manutenção da atividade.

Para o desenvolvimento mais dinâmico da atividade turística em Caldas Novas, não foi necessária somente a exploração do lençol freático termal, nem tão pouco a presença do recurso natural abundante. Fez-se necessária a intervenção direta dos governos local e regional, para atrair investimentos e recursos financeiros, o que propiciou um amplo desenvolvimento no que se refere a alguns atrativos necessários à manutenção da prática turística.

O governo estadual, juntamente com a Prefeitura Municipal de Caldas Novas e os empreendedores locais, possibilita por meio de iniciativas, como ampliação da infra-estrutura e promoção de eventos atrativos, que o turismo caldas-novense se torne um ícone no chamado turismo das águas quentes e assim, permita o desenvolvimento econômico não somente da cidade, como também de toda a região.

O Rio Quente *Resort* também possui extrema importância para a atração de turistas. Como o próprio nome sugere é um aglomerado turístico que oferece muitos atrativos, também direcionados ao turismo das águas quentes, aliado ao turismo ecológico, pois o

empreendimento foi construído em meio à natureza, e esta característica é um dos maiores atrativos que o complexo explora.

Nessa perspectiva, a ampliação da malha viária foi de suma importância para o desenvolvimento do turismo regional, pois propiciou um amplo deslocamento de pessoas e mercadorias, que dinamizou e desenvolveu a economia local.

A modernização dos meios de transportes contribuiu para o desenvolvimento da indústria, do comércio, e da agricultura, e também foi de extrema importância para a constituição e desenvolvimento do turismo, que é uma atividade que acaba movimentando os três segmentos (OLIVEIRA, 2001, p. 63).

A modernização dos meios de transportes, juntamente com malha viária, foi um incentivo ao desenvolvimento de diversas atividades econômicas, atualmente presentes no município, como a agricultura, a pecuária e o comércio sendo que estas atividades estão intimamente ligadas ao turismo.

Quando nos referimos aos meios de transportes dando suporte para a atividade turística, estamos nos reportando aos diversos meios de transportes, principalmente, o rodoviário e aeroviário, os quais são de suma importância para o fluxo turístico na região das águas quentes. O aeroporto de Caldas Novas passa por uma reestruturação para que os vôos diários possam ser ampliados, enquanto o transporte rodoviário “liga” a cidade aos maiores centros urbanos do país e permite, assim, maior mobilidade de pessoas e mercadorias.

A cidade de Caldas Novas cresceu, desenvolveu-se, tornando-se um importante pólo turístico nacional em pouco tempo. Mas não podemos avaliar todo esse crescimento urbano, baseado na atividade turística, como positivo. O crescimento rápido da cidade trouxe problemas de ordem social, tais como: falta de saneamento básico, uma vez que o governo local não consegue acompanhar a demanda, e a falta de recursos financeiros é um empecilho para o desenvolvimento urbano local.

Estes fatos também não são anômalos nas cidades brasileiras, principalmente nos centros urbanos localizados em pontos geográficos estratégicos do país, ou naqueles que, de certo modo, conheceram o desenvolvimento urbano efêmero.

A migração também é um dos principais problemas, pois a atração de pessoas de diferentes áreas acaba por “aculturar” as cidades, turísticas que absorvem culturas diversas, e se esquecem da cultura local. Alguma característica local é ressaltada pela dinâmica da

atividade turística como, por exemplo, a comida típica da região. Mas este turismo perde muito por não aproveitar a potencialidade cultural presente na região, fazendo com que servisse como um atrativo a mais na “venda” do turismo local.

Atualmente, o lazer é um tipo de consumo característico de qualquer classe social, desde as menos favorecidas até as classes mais abastadas da sociedade. Essa prática turística distingue-se pelo poder aquisitivo, mas devemos ressaltar que o lazer é um dos tipos de consumo mais almejados em nossa sociedade, devido ao *stress* vivido nas grandes cidades.

A migração é outro grande problema para a atividade turística. As pessoas atraídas pelas promessas do turismo, dirigem-se para as cidades em busca de empregos e melhores condições de vida, o que nem sempre acontece. Dessa forma, problemas sociais como mendicância, trabalho informal e marginalidade também se tornam realidade nesses municípios, fruto da atração de mão-de-obra quase sempre desqualificada.

Então, não podemos erroneamente achar que a atividade turística é somente positiva para a população local e para a cidade. Ela traz consigo mazelas presentes no capitalismo, pois, a atividade turística é algo proveniente do capitalismo moderno, sendo o principal agente de segmentação presente na sociedade atual. O capitalismo exacerbado cria espaços heterogêneos, fruto da disponibilidade de recursos financeiros diferenciados, reorganiza os espaços urbanos de acordo com sua disponibilidade de infra-estrutura e capitais.

1.2 - Caldas Novas: infra-estrutura turística e desenvolvimento econômico

1.2.1 – A descoberta das águas quentes e a expansão urbana a partir do turismo hidrotermal

O estado de Goiás destaca-se no cenário nacional pela sua localização geográfica e pelo seu importante pólo agropecuário. Atualmente, é o segundo estado brasileiro receptor de migrantes, visto que a movimentação populacional, em qualquer esfera, busca melhores condições de vida. Goiás está, cada vez mais apto a receber migrantes em decorrência de seu

acelerado desenvolvimento econômico, apresentado nas últimas décadas, calcado no desenvolvimento do setor agropecuário, bem como em atividades industriais e comerciais.

Mineiros, nordestinos e mais especificamente, maranhenses, configuraram o principal fluxo migratório do estado de Goiás, ávidos pelo crescente desenvolvimento econômico regional e pelo fato de estar localizado em uma região estratégica do país, o que facilita a locomoção, tanto de pessoas quanto de mercadorias.

A ampliação da fronteira agrícola, a construção de Brasília e de Goiânia, e a extensão de rodovias naquela área culminaram com o crescente desenvolvimento regional, atraindo grandes levas migratórias para determinadas áreas do estado de Goiás. Mas, vale lembrar que nem todas as áreas do estado alcançaram o mesmo desenvolvimento, pois, isso depende da localização dos municípios e da aptidão econômica de cada um deles.

Localizada no sul goiano, região Centro-Oeste do território brasileiro, Caldas Novas é hoje, um ícone no turismo das águas quentes, devido a grande exploração do lençol freático termal, expansão e reestruturação do complexo hoteleiro, que em pouco tempo delegou à cidade, o título de cidade turística. Neste trabalho, denominaremos turismo das águas quentes essa atividade turística direcionada à exploração da água termal, tão comum na cidade.

Com população de aproximadamente 49.624 habitantes (IBGE, 2001), é um município cuja dinâmica intra-urbana baseia-se na atividade turística. Falamos em população aproximada, em virtude da população flutuante existente no município. São pessoas que não residem em Caldas Novas, mas que a visitam com grande frequência, muitas vezes possuindo residência na cidade. Estas pessoas acrescem diariamente a população de Caldas Novas, pois usufruem de apartamentos, residências próprias ou até mesmo de aluguéis. A este tipo de moradia denominaremos segunda residência ou, segundo o IBGE (2005), residências de uso ocasional.

Em Caldas Novas, observa-se um fenômeno muito peculiar, pouco encontrado em outras cidades turísticas, não somente do Brasil como também do mundo. O crescimento urbano do município foi e ainda é calcado na atividade turística, foi dinamizado a partir do momento em que a atividade turística implanta-se na região, constituindo assim o desenvolvimento de Caldas Novas.

A história de ocupação da região Centro-Oeste, foi fruto da exploração contínua dos recursos naturais que lá existiam como, por exemplo, os metais e pedras preciosas, nos anos de 1700. A presença de levas de pessoas oriundas do litoral era constante por ali, o que

caracterizava as chamadas bandeiras. A região de Caldas Novas fazia parte da rota que ligava o litoral até a região em que atualmente estão os estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, fazendo-se necessária a passagem naquele local por pessoas que necessitavam explorar essa região interiorana do Brasil.

Em uma dessas viagens dos bandeirantes de exploração do interior do país foi descoberta a lagoa de água quente, presente no município de Caldas Novas. A partir desse momento, banhos nas águas termais tornaram-se essenciais para quem passava por aquela região. Os banhos contínuos verificaram a cura de diversos males físicos como, por exemplo, afecções na pele. A notícia espalhou-se por toda a região, e a partir dessas possíveis constatações de cura, um grande contingente populacional começou a visitar o local, e um pequeno vilarejo principiou sua formação próximo à lagoa. A visita e o interesse crescente pelas águas termais começaram a atrair um número cada vez maior de pessoas e o pequeno vilarejo começou a apresentar feição de uma pequena cidade, como mostra a figura 02.



Figura 02 - Área central de Caldas Novas (GO), 1911.
Fonte: WEBCALDAS, 2005.

Por volta dos anos de 1920 construiu-se o primeiro hospital na região e o primeiro balneário municipal, onde as águas termais foram amplamente direcionadas para fins terapêuticos. Mas, com o passar dos anos, a água foi utilizada para outros fins, conforme ilustra a figura 03.

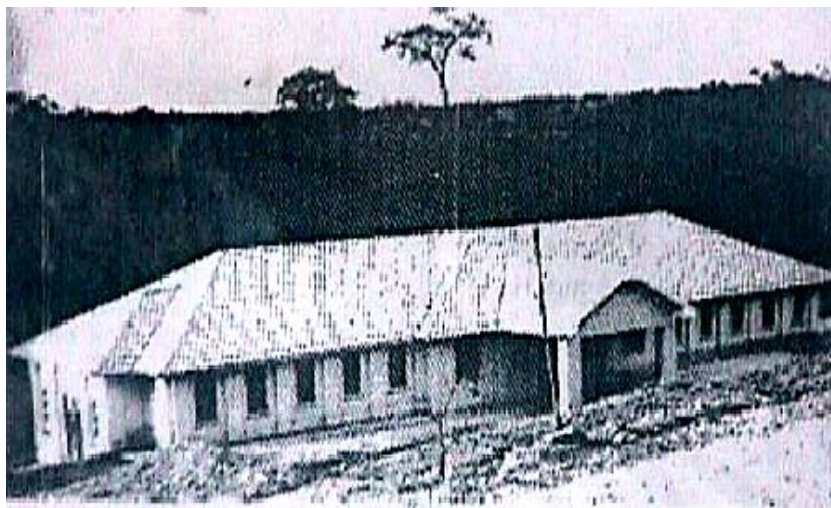


Figura 03 – **Balneário municipal, Caldas Novas (GO), 1940.**

Foto: Oscar Santos

Fonte: WEBCALDAS, 2005.

Pessoas vindas de diversas partes do país para conhecer o poder das águas encontraram uma outra função, denominada por diversos autores como turismo social, voltado para a prática do lazer. Com a edificação da Pousada do Rio Quente e, posterior a isso, a construção do primeiro clube social na cidade de Caldas Novas, em 1968, o Caldas Termas Clube (CTC), a utilização das águas termais tomou outra vertente, a do turismo de lazer.

A partir daquele momento, a cidade de Caldas Novas começou a conhecer o crescimento urbano. Um pequeno município no estado de Goiás com todas estas características naturais atraiu não somente população, mas toda uma infra-estrutura nunca vista na região. Dessa forma, a cidade tornou-se um dos maiores atrativos turísticos do estado, sendo importante economicamente, não somente, para o estado de Goiás, mas para todo o Brasil.

O que é bastante interessante analisar é que o desenvolvimento urbano em Caldas Novas é posterior à prática do turismo. O crescimento da malha urbana desenvolveu-se a partir do momento em que foi descoberta, na região, a aptidão para a atividade turística, ou seja, a exploração das águas termais para fins terapêuticos. Geralmente, o que é verificado nas demais cidades turísticas é o inverso, primeiro o surgimento e o desenvolvimento do núcleo urbano e, posterior a ele, o desenvolvimento do turismo.

Nessa perspectiva, podemos afirmar que o turismo em Caldas Novas surgiu com mais efervescência e direcionou o crescimento urbano da cidade muito rapidamente, o que justifica uma deficiência na infra-estrutura turística presente por muitos anos no município. O

dinamismo aplicado ao turismo social definiu estratégias de crescimento econômico para o município, e explicou a especialização turística.

Devemos reforçar que tivemos dois períodos distintos de exploração das águas termais no município de Caldas Novas. Primeiramente, as águas foram utilizadas para fins terapêuticos, ou seja, na cura de diversos males físicos. Apenas, a partir da década de 1960, com o direcionamento das águas termais para o turismo de lazer é que a utilização das águas quentes passou a constituir o que já denominamos de turismo social, aquele voltado para o entretenimento.

Na década de 1960, a construção de hotéis para a hospedagem desses turistas, que iam até a cidade com a finalidade de fazer algum tipo de tratamento, chamou a atenção de profissionais da área da construção civil e de incorporadores imobiliário. Desse modo, a construção de diversos hotéis pela área central da cidade começou a desenhar a malha urbana local.

Nessa mesma década, a construção de um grande empreendimento turístico: a Pousada do Rio Quente levou a todo o país o reconhecimento de Caldas Novas como um importante manancial hidrotermal. Por meio de propagandas difundidas em toda a região e em todo o Brasil, Caldas Novas tornou-se referência para o turismo das águas quentes.

Nesse período, o turismo de saúde, aquele destinado à cura de males físicos, ficou relegado a segundo plano e novas feições foram atribuídas à prática do turismo de Caldas Novas. A construção de hotéis, com piscinas termais, configurou a mais nova tendência turística nessa região do Centro-Oeste.

É claro que o turismo sugeriu em Caldas Novas timidamente, mesmo por que, como já foi discutido anteriormente, para uma cidade absorver de maneira categórica a atividade turística, faz-se necessário todo um aparato turístico como: hotéis, estradas, comércio e infraestrutura urbana voltada para tal. E, nessa época, a cidade ainda não conhecia as necessidades básicas e essenciais para o desenvolvimento do fenômeno turístico. Naquela ocasião, a falta de interesse de autoridades e do poder público local e regional, também dificultou o desenvolvimento do turismo na região, pois esses poderes não enxergavam tamanha aptidão turística.

Com o passar dos anos, a construção de rodovias ligando Caldas às cidades próximas, a ampliação da estação rodoviária, bem como o *marketing* até hoje amplamente utilizado reforçou o potencial turístico de Caldas Novas e, somente a partir da ampliação de infra-

estrutura necessária para o turismo, é que a cidade torna-se alvo de interesse da política local e de pessoas envolvidas tanto no setor hoteleiro quanto na construção civil.

Outro fator preponderante para o desenvolvimento turístico de Caldas Novas foi a construção da Capital Federal, no Planalto Central. Brasília, por estar próxima a Caldas Novas, ampliou a migração de pessoas dos mais longínquos estados brasileiros, isto porque a propaganda difundida no Brasil, naquela ocasião, era de que a área de cerrado no interior brasileiro, a partir daquele momento, consistiria na melhor região para se viver.

As áreas que se tornaram mais urbanizadas estavam localizadas próximas aos grandes centros urbanos como, por exemplo, Goiânia e Brasília que, atualmente, compõem as regiões metropolitanas. Mas houve também vários outros núcleos urbanos menores que se desenvolveram, cada qual, com o fortalecimento econômico voltado para as atividades presentes em seu sítio urbano: a agricultura, a pecuária, a industrialização ou o turismo.

Caldas Novas é exemplo desse efêmero desenvolvimento de uma cidade que até pouco tempo atrás era denominada pequena cidade. Fruto da descoberta de uma riqueza natural, Ela transformou-se em um importante pólo turístico a partir do momento em que foram descobertos, naquela região, águas com poderes terapêutico e curativo.

Esse intenso *marketing* sobre a possibilidade de melhoria nas condições de vida na capital federal, aliado à propaganda de que Caldas Novas seria um dos maiores pólos turísticos do interior do Brasil, possibilitou o incremento da população em toda essa região o que, de certa forma, explica a quantidade de pessoas oriundas de diferentes regiões do país, tanto em Brasília, quanto em Caldas Novas.

Mas, foi somente a partir da década de 1980, juntamente com a ampliação e reestruturação do complexo hoteleiro, ampliação do *marketing* da cidade por todo o Brasil, que Caldas Novas conheceu o furor do turismo das águas quentes, direcionado ao lazer e à diversão, redimensionando o turismo na cidade.

A ampliação do complexo hoteleiro marcou uma nova etapa para o desenvolvimento de Caldas Novas e para a atividade turística na região. Mas também é de suma importância analisar o complexo hoteleiro como precursor do desenvolvimento de tal atividade, a Pousada do Rio Quente, que atualmente é um ícone, quando nos referimos aos *resorts* presentes no Brasil.

1.2.2 – Contribuições da Pousada do Rio Quente para o desenvolvimento econômico e turístico de Caldas Novas

A primeira região a se desenvolver economicamente no município de Caldas Novas foi a próxima ao município de Rio Quente, onde se localiza o Rio Quente *Resorts*, antes denominada Pousada do Rio Quente. As principais fontes termais estão localizadas naquela região e, por esse motivo, o turismo das águas quentes cresceu com mais força, fazendo conhecer-se por todo o Brasil a partir da construção desse imenso complexo. Entende-se por *resort* as estâncias, retiros ou locais de recreação. Dessa forma, denominamos o complexo turístico do Rio Quente, como um *resort*.

Até meados dos anos de 1980, a região onde se localizava a Pousada do Rio Quente fazia parte do município de Caldas Novas. Houve pressão por parte da política local e da população que habitava o entorno do complexo, que almejavam o desmembramento da Pousada do município de Caldas Novas e a “criação” do município do Rio Quente, o que culminou com uma acirrada disputa política pela emancipação do referido município.

Dois grupos distintos e com ideologias bastante antagônicas comandavam o processo de emancipação política. Um grupo contra o processo de emancipação política, formado pela política da cidade de Caldas Novas e outro grupo a favor da emancipação, formado por sócios da Pousada do Rio Quente, funcionários e pelas pessoas que habitavam os arredores do complexo.

O grupo, que era favorável ao desmembramento, justificava que a prefeitura de Caldas Novas não dava a importância merecida à Pousada do Rio Quente que, na ocasião, era o maior complexo turístico do município de Caldas Novas. O outro grupo justificava que o complexo turístico era de suma importância para o desenvolvimento econômico do município, e que a criação de um novo município não aconteceria porque o que o complexo desejava era somente a criação de uma cidade que serviria de apoio para o desenvolvimento do *resort*.

Cabe lembrar que o processo de emancipação atendeu às reivindicações dos sócios da Pousada que queriam o desmembramento de Caldas Novas, a fim de exercerem plenos poderes sobre os maiores lençóis termais da região e, então, dominar a atividade turística no local. A disputa turística com Caldas Novas poderia ameaçar a hegemonia e o monopólio da Pousada, dessa forma, o melhor para o grupo era a emancipação política.

A Pousada do Rio Quente já possuía um projeto de construção de uma cidade planejada, denominada Rio Quente. Cidade baseada essencialmente na atividade turística, totalmente desvinculada de Caldas Novas, pois para o grupo interessado na emancipação política da Pousada do Rio Quente, a cidade de Caldas Novas era cheia de problemas urbanos, com seu crescimento desordenado e sem nenhuma preocupação com a preservação do meio ambiente. Estes problemas não atingiriam a Pousada.

Dessa forma, em 03 de maio de 1988, foi emancipado o município de Rio Quente, mesmo sob indignação dos políticos regionais que, contrários à decisão, alegavam que seria o surgimento de uma cidade-hotel, sem nenhuma infra-estrutura e voltada apenas para o complexo turístico presente.

E essa realidade se faz presente hoje, quando analisamos a cidade de Rio Quente. Atualmente, o município é voltado para as atividades desenvolvidas no Rio Quente *Resorts*. Nada foi construído em prol do desenvolvimento da cidade. Apenas construções de ampliação do Rio Quente *Resorts* são feitas, as quais visa ao aprimoramento da infra-estrutura do empreendimento turístico local.

O comércio é restrito, o número de casas também, o que comprova que a emancipação política foi apenas mais uma artimanha da política e dos interesses econômicos da Pousada do Rio Quente para monopolizar o turismo no município de Rio Quente, sem nenhuma interferência da cidade de Caldas Novas.

A cidade possui infra-estrutura limitada, se considerarmos que é um município voltado para a prática turística. Segundo dados do IBGE (2005), o município de Rio Quente possui uma população de 2.097 habitantes, uma agência bancária, e um estabelecimento estadual de ensino. O comércio é bastante restrito e consiste apenas em lojas que atendem à população do entorno, no que se refere às necessidades básicas de alimentação. Apenas um estabelecimento público de saúde foi construído na cidade, demonstrando a sua dependência de Caldas Novas.

Dessa forma, é notório que a emancipação política foi apenas uma estratégia do grupo que comandava a Pousada do Rio Quente para o monopólio da atividade turística e, ao mesmo tempo, tornou-se independente nas decisões quanto ao complexo. Assim, todas as decisões caberiam apenas ao grupo e, a partir disso, o direcionamento do crescimento do *resort* somente caberia também ao grupo de comando do mesmo.

Após a emancipação política do Rio Quente, a região de Caldas Novas, juntamente com a região do Rio Quente, forma o maior complexo turístico do estado de Goiás, sendo

responsável pela considerável receita gerada pela atividade turística que atrai, a cada ano, um número considerável de turistas para a região. Configura-se como o maior manancial hidrotermal do mundo.

1.3 - Infra-estrutura urbana: a sustentação do desenvolvimento da atividade turística

1.3.1 - Incremento populacional a partir do desenvolvimento turístico

Antes dos anos de 1980, não poderíamos falar em turismo social em Caldas Novas, devido à falta de infra-estrutura para o desenvolvimento de tal atividade. A dificuldade de acesso ao local, bem como a escassa rede hoteleira não dava à cidade o título de cidade turística. O fluxo populacional intensificou-se a partir do momento em que a cidade foi ligada a diversos municípios por meio de rodovias pavimentadas e também quando o poder público local tomou conhecimento da quantidade de atrativos naturais que a cidade possuía, passando a investir na exploração dos mesmos.

Com a ampliação dessa infra-estrutura, a região cresceu vertiginosamente, não somente no número de população como também na área urbana. Caldas Novas já é considerada a cidade mais verticalizada do estado de Goiás, depois da capital do estado, a cidade de Goiânia, isso segundo a Prefeitura Municipal de Caldas Novas.

O surgimento de loteamentos tanto para moradia destinada à população local, quanto para residentes temporários, ou seja, pessoas oriundas de outros municípios, que visitam a cidade buscando o lazer, é um fator curioso em todo o município.

O número de clubes, hotéis, pousadas, *flats* e também os condomínios fechados resultam em uma expansão urbana nunca vista anteriormente em nenhuma cidade do estado. Em Caldas Novas, o crescimento urbano, com certeza, é fruto do turismo que, a cada dia, atrai pessoas de diversas partes do Brasil.

Não se pode desconsiderar que a atividade turística em Caldas Novas é responsável pelo crescimento urbano local. A tabela 01 mostra os dados populacionais no município e verifica-

se que a população local cresce, concomitantemente, com a atividade turística. O êxodo rural também incrementa, a população urbana caldas-novense, devido à atratividade exercida pela atividade turística local.

Tabela 01 - Evolução populacional de Caldas Novas segundo local de residência e taxa de urbanização no período de 1842 a 2000.

Ano	População			
	Total	Urbana	Rural	Taxa de urbanização (%)
1842	200	...	...	...
1960	5.200	...	...	...
1970	7.000	...	...	...
1980	9.800	6.904	4.375	61,2
1991	25.00	21.238	2.921	87,9
2000	46.642	47.292	2.350	95,3

Fonte: IBGE, 2003.

Org: PAULO, R. F. C., 2003.

Como se pôde observar, nos anos de 1980, a população da cidade era pequena, pois, nessa época, o turismo dava seus primeiros passos. Não podemos nos esquecer de que em 1968, foi construído o primeiro hotel com clube de lazer da cidade, o CTC, precursor do turismo local.

E foi a partir da construção do primeiro clube social na cidade, é que Caldas Novas conheceu o vigor da atividade turística em meados da década de 1970. E foi logo depois disso, que os empreendedores imobiliários começaram a enxergar na cidade uma aptidão turística ainda desconhecida, o do turismo das águas termais. Naquela ocasião, a cidade recebeu investimentos financeiros para a construção e ampliação do parque aquático local, onde novas instalações foram edificadas, a fim de se especializar no denominado turismo das águas quentes.

A infra-estrutura hoteleira cresceu rapidamente, assim como os clubes sociais, e desse modo, a cidade tornou-se atrativa também pela oferta de trabalho que começava a chamar a atenção da população dos municípios ao seu redor.

Como já foi falado anteriormente, o número de população de Caldas Novas é um fato questionável, em função da população flutuante ou sazonal. São pessoas que possuem, no município, residências secundárias e passam grande parte do ano divididas entre as moradias em suas cidades de origem e em Caldas Novas; sendo difícil um número exato de população. A Prefeitura Municipal de Caldas Novas acredita que essa população pode chegar a 60.000 no ano de 2005.

Outro dado bastante interessante a ser observado na cidade é a disseminação de residências construídas no sítio urbano, como visualizado no quadro 02. Até a cidade esboçar características de cidade turística, a expansão urbana era pouco considerável. Esse dado é comprovado pela tabela 01, que mostra o crescimento populacional e pelo quadro 02 em que se avalia o número de domicílios presentes na cidade.

Quadro 02 - Número de domicílios em Caldas Novas, 2003.

Tipos de domicílios	Quantidade
Domicílios	26.071
Domicílios - área urbana	24.694
Domicílios - área rural	1.377
Domicílios particulares	25.952
Domicílios particulares – área urbana	24.576
Domicílios particulares – área rural	1.376
Domicílios particulares ocupados	14.592
Domicílios particulares ocupados - área urbana	1.3848
Domicílios particulares ocupados - área rural	744
Domicílios particulares não ocupados – uso ocasional	7.655

Fonte: IBGE, 2003.

Org: PAULO, R. F.C, 2003.

O que se pode perceber é que na cidade há uma quantidade muito grande de edificações. Se considerarmos a população de 49.642 habitantes (IBGE, 2005), e a quantidade de domicílios existentes na área urbana do município 24.5765 domicílios (IBGE, 2003), podemos perceber que a proporção aproximada é que, para cada dois habitantes do município de Caldas Novas, há uma construção.

Entretanto, não podemos considerar este dado totalmente verídico, pois sabemos que nem todas as edificações são destinadas à moradia e, também, que o número de população fornecido pela Prefeitura Municipal de Caldas Novas (2005), é de aproximadamente 60.000 habitantes. Em função da sazonalidade da população e da utilização destas residências para o que denominamos segunda residência ou residências de uso ocasional, esses dados podem não representar veracidade, mas, ainda assim, o número de construções é muito grande para uma cidade do porte de Caldas Novas.

O número de domicílios destinados ao uso ocasional ou à segunda residência mostra a utilização das edificações para a reprodução do capital, uma vez que estes empreendimentos são alugados ou vendidos para a reprodução dos solos urbanos. Essas segundas residências são utilizadas por pessoas oriundas de cidades próximas, denominadas anteriormente como “população flutuante”.

Segundo o IBGE (2003), são 7.655 domicílios particulares não ocupados na cidade, demonstrando a grande quantidade de edificações que são destinadas ao uso ocasional, reforçando a teoria de que a reprodução do solo em Caldas Novas é a tendência atual de reprodução do capital e, dessa forma, o processo de verticalização personifica esse processo de reprodução do capital por meio de construções verticais nas áreas centrais da cidade.

Segundo dados do IBGE (2005), o número médio de pessoas que compõem a família brasileira é de quatro pessoas, este dado torna-se ainda mais preocupante, já que demonstra uma quantidade grande de edificações desocupadas na cidade. Esses dados constata a especulação imobiliária presente no município, bem como a utilização dos solos e dos imóveis como mercadoria.

1.3.2 – Sistema de água, esgoto e energia elétrica

Os sistemas de abastecimento de água e esgoto sanitário são de extrema importância em uma cidade turística, devido a grande receptividade de pessoas em diversas épocas do ano. Os serviços são de responsabilidade da Prefeitura Municipal, mas deve-se ressaltar que o município não é todo beneficiado pela água e pelo esgoto encanado, pois, com o crescimento urbano exagerado a prefeitura local não consegue acompanhar a demanda.

Grande parte da população faz uso da água retirada de poços, visto que este tipo de perfuração é comum na cidade. Outro problema, segundo Elias (1994), é o uso de fossas negras, ou seja, sem nenhum tratamento prévio, utilizadas por aproximadamente 60% da população o que acarreta sérios danos ambientais, como poluição dos lençóis freáticos.

O que é interessante analisar é que estamos nos referindo ao sistema de água, em um município em que sua utilização é essencial para o desenvolvimento econômico. O consumo de uma grande quantidade diária, por inúmeros estabelecimentos turísticos na cidade, nos remete a uma certa preocupação.

A utilização indiscriminada do lençol termal, e o descarte diário desta água pelas piscinas em todo o município é prejudicial e nos sugere uma reflexão. Será que estes empreendimentos turísticos como clubes, hotéis, pousadas, dentre outros, preocupam-se com a futura escassez deste recurso natural? Será que algum destes empreendimentos reutiliza esta água a fim de mitigar o problema da exploração do lençol termal?

Caberia ao poder público municipal, gestor das diretrizes de desenvolvimento econômico, direcionar e sensibilizar estes empreendimentos quanto ao uso racional e sustentável do lençol termal. É bastante incoerente, por parte do poder público local, teorizar sobre a preservação da cidade como patrimônio de quem a visita, se ele não se preocupa com a manutenção da “matéria-prima” essencial para o turismo local.

Os responsáveis pela organização espacial da cidade deveriam propor ações que minimizassem o impacto ambiental ocasionado pelo consumo excessivo do lençol freático termal, no sentido de se reutilizar esta água para outros fins. Deveriam também se preocupar com a crescente produção de lixo, em diversas épocas do ano, com a intensa impermeabilização dos solos, provocada pelas edificações e, também, com a preservação dos vales fluviais, bastante degradados pela ação humana no perímetro urbano.

A energia elétrica é proveniente da geração de Furnas Centrais Elétrica S.A, administrada pelo Governo Federal. Próximo a Caldas Novas, há também em funcionamento as usinas de Itumbiara, São Simão, Cachoeira Dourada e Emborcação, que auxiliam na produção de energia elétrica. Essa infra-estrutura é de suma importância para a cidade, pois, o aumento crescente do número de turistas requer também um aumento no consumo de energia elétrica.

Como informa Elias (1994), distribuição é de responsabilidade de Centrais Elétricas de Goiás (CELG) e é bastante satisfatória na área urbana. Todos os bairros, mesmos os não servidos de água ou esgoto encanado, são servidos de energia elétrica.

1.3.3 – O sistema de saúde

O sistema de saúde é de extrema importância em um município voltado para a prática turística, visto que recebe diariamente pessoas das mais diversas origens. Em finais de semanas prolongados e principalmente em período de férias, diversas atividades são desenvolvidas na cidade, o que pode acarretar algum tipo de acidente ou embriaguez, visto que a ingestão de bebida alcoólica é comum no público jovem que visita a cidade, fazendo-se necessário um sistema de saúde eficiente.

O trânsito é muitas vezes problemático. Em virtude da quantidade de carros e da desobrigação das leis, é comum pequenos acidentes, segundo a Prefeitura Municipal de Caldas Novas.

O quadro 03 mostra o sistema de saúde no município de Caldas Novas. No ano de 2005, verificou-se o suprimento da demanda diária. No que se refere aos hospitais, dois são pertencentes à rede pública de saúde e três são pertencentes à rede privada. Os postos de saúde são administrados pelo poder público local, com o apoio e supervisão do governo do estado e do ministério da saúde.

Quadro 03 - **Caldas Novas**: estabelecimentos de saúde existentes em 1999 e 2000.

Estabelecimentos	1999	2000
Ambulatórios de unidade hospitalar geral	01	---
Centros de saúde	01	---
Postos de saúde	09	---
Unidades ambulatoriais	12	---
Leitos hospitalares	---	126
Hospitais	---	04

Fonte: IBGE, 2003.

Org: PAULO, R. F. C., 2003.

Estes hospitais realizam quase todas as práticas médicas, sendo as mais complexas, encaminhadas, principalmente, para Goiânia. A prefeitura também dispõe de 05 ambulâncias que estão prontas para servir e transportar passageiros dentro e fora do município, segundo (ELIAS, 1994).

1.3.4 - O sistema educacional

O sistema educacional está em ascensão no município de Caldas Novas, pois a demanda por mão-de-obra cada vez mais qualificada está redimensionando o sistema de ensino local. O quadro 04 mostra a situação do ensino na cidade, em 1999.

As escolas públicas municipais são a maioria no município, que seguidas da rede particular oferecem vagas no ensino fundamental. O ensino médio é oferecido tanto pelo setor privado quanto pelo estado. Os cursos superiores oferecidos pelas duas instituições de ensino, uma privada, outra estadual, estão ligados à atividade turística como, por exemplo, os cursos de Turismo e Ciências Imobiliárias, atualmente, bastante procurados por um público desejoso por ingressar no mercado turístico, promissor na região.

Quadro 04 - **Caldas Novas:** estabelecimentos de ensino existentes em 1999.

Estabelecimentos de ensino	Qtde
Estabelecimentos de ensino fundamental - escola pública federal	00
Estabelecimentos de ensino fundamental - escola pública estadual	07
Estabelecimentos de ensino fundamental - escola pública municipal	15
Estabelecimentos de ensino fundamental - escola particular	11
Estabelecimentos de ensino médio - escola pública federal	00
Estabelecimentos de ensino médio - escola pública estadual	03
Estabelecimentos de ensino médio - escola pública municipal	00
Estabelecimentos de ensino médio - escola particular	03
Estabelecimentos de ensino superior - particular	01

Fonte: IBGE, 2003.

Org: PAULO, R. F. C., 2003.

Os cursos supracitados, e o curso de Geografia colocam à disposição do mercado de trabalho local e regional profissionais preparados para promover o desenvolvimento da atividade turística. Esse tipo de profissional atualmente torna-se indispensável, principalmente em cidades cuja economia é destinada à prática turística, que requer uma mão-de-obra cada vez mais qualificada e especializada.

Estes profissionais pouco contribuem com a dinâmica da cidade, pois as faculdades foram instaladas recentemente no município, não permitindo ações concretas dos mesmos, perante os problemas presentes.

Os dados do quadro 04 foram reformulados pela prefeitura local, em função da dinâmica existente na cidade. No intuito de dinamizar os problemas mais urgentes, a gestão 2001/2004 promoveu a construção de um dossiê contendo as principais infra-estruturas existentes no município.

Percebe-se que todas as instituições de ensino foram acrescidas no município, o que demonstra um aumento também na quantidade de matrículas de alunos, como mostra o quadro 05. Esses dados comprovam a necessidade de uma qualificação da mão-de-obra presente no município, em virtude da especialização econômica voltada para a atividade turística.

Quadro 05- **Caldas Novas**: estabelecimentos de ensino existentes em 2003.

Estabelecimentos de ensino	Qtde
Estabelecimentos de ensino fundamental - escola pública estadual	08
Estabelecimentos de ensino fundamental - escola pública municipal	26
Estabelecimentos de ensino fundamental - escola particular	20
Estabelecimentos de ensino superior – particular	01
Estabelecimentos de ensino superior – estadual	01
Total de alunos matriculados no município	17.629

Fonte: PREFEITURA MUNICIPAL DE CALDAS NOVAS, 2003.

Org: PAULO, R. F. C., 2003.

1.3.5 - Atividades econômicas

1.3.5.1 - Agricultura, pecuária e extrativismo

A agricultura e a pecuária também crescem a receita municipal. A criação de bovinos de corte é amplamente desenvolvida, assim como a de bovinos leiteiros. A raça predominante na região é o cruzado Girolanda e a produção de suínos e aves é pouco significativa.

A agricultura tem se desenvolvido muito em toda a região Centro-oeste, por meio da introdução de novas tecnologias, responsáveis pela ampliação da produção e, conseqüentemente, da lucratividade. Culturas como soja, feijão, mandioca, hortaliças e a fruticultura destacam-se na região de Caldas Novas.

No município, há uma cooperativa cuja matriz se localiza em Morrinhos. Grande parte do leite captado em Caldas Novas é processada na cidade, e depois levado para Morrinhos, onde é distribuído para diversas cidades na região (ELIAS, 1994).

A extração mineral também é realizada pela retirada de calcário, manganês, ouro. Não podemos desconsiderar a exploração do lençol freático, pois também se configura na extração de um recurso hidromineral, atualmente, o mais explorado no município.

O parque industrial caldas-novense é constituído por pequenas empresas, principalmente aquelas voltadas para a transformação de recursos naturais, ou matérias-primas como, por exemplo, as cerâmicas presentes na região.

1.3.5.2 - As empresas no município de Caldas Novas

Ao analisarmos as empresas em um município, nos deparamos com a estrutura organizacional de sua economia, pois as empresas retratam a atividade econômica desenvolvida no local. Ao observar o quadro 06, percebe-se também que o aumento da quantidade de empresas instaladas no município coincide com o crescimento do turismo local, justificando, mais uma vez, o crescimento econômico municipal pela presença da atividade turística. O número de empresas instaladas no município de Caldas Novas também foi

aumentado, a partir do momento, que o turismo contribuiu para o desenvolvimento econômico na cidade.

Essas empresas, com certeza, são atraídas pelo crescente fluxo populacional e conseqüentemente pelo desenvolvimento de uma atividade que faz girar na economia municipal, consideráveis divisas. O consumo, pois, é parte integrante e essencial na prática do turismo, principalmente um tipo de turismo voltado não somente para o consumo de mercadorias ou bens materiais, mas também para o consumo dos lugares e de uma atividade imaterial, como é o consumo da atividade turística.

Percebe-se que o número de empresas para um município com população estimada em 60.000 habitantes é bastante satisfatório, visto que as empresas estão distribuídas nos mais diversos setores da economia, desde o setor primário, passando pelo setor secundário e terciário da economia.

Quadro 06- Quantidade de empresas instaladas em Caldas Novas, 1969-1999.

Ano de fundação das empresas	Quantidade de empresas
Fundadas até 1969	03
Fundadas de 1970 até 1974	10
Fundadas de 1975 a 1979	30
Fundadas de 1980 a 1984	67
Fundadas de 1985 a 1989	240
Fundadas de 1990 a 1994	481
Fundadas a partir de 1995	832
Fundadas até 2001	1.663

Fonte: IBGE, 2003.

Org: PAULO, R. F. C., 2003.

O quadro 07 relaciona empresas instaladas no município até o ano de 1999. Como a pesquisa é um processo infundável, os dados foram atualizados pelo IBGE no ano de 2005. Ficou constatada uma alteração considerável quanto ao crescimento do número de empresas, conforme pode ser observado nos dados apresentados no quadro 08. O número total de empresas instaladas no município até o ano de 1999 era de 1663. Percebe-se um acréscimo de

711 empresas, estas totalizando em 2001, 2.374, impulsionadas pelo desenvolvimento do turismo local.

A quantidade de empresas apresentadas no quadro 07 foi acrescida com o passar dos anos, merecendo ênfase às empresas de construção, comércio em geral, atividades imobiliárias, serviços pessoais e coletivos, o que vem reforçar a importância da atividade turística para o incremento empresarial no município.

Cabe aqui ressaltar que as empresas supracitadas são aquelas possuidoras de Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), são empresas detentoras de registros nos órgãos responsáveis, o que não significa que não haja empresas atuantes no município desvinculadas dos órgãos responsáveis, ou fazendo parte do comércio informal, presente em qualquer cidade do país.

Quadro 07 - **Caldas Novas:** empresas instaladas até 1999.

Tipos de empresas	Quantidade	% Frequência
Agricultura, pecuária, silvicultura, e exploração florestal	06	0,36
Pesca	00	0,00
Indústrias extrativas	19	1,14
Indústrias de transformação	110	6,61
Produção e distribuição de eletricidade, gás e água	04	0,24
Construção	50	3,00
Comércio, reparação de veículos, objetos pessoais e domésticos	931	55,9
Alojamento e alimentação	167	10,0
Transportes, armazenagens e comunicação	38	2,28
Intermediação financeira	07	0,42
Atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas	219	13,16
Administração pública, defesa e seguridade social	01	0,06
Educação	23	1,38
Saúde e serviços sociais	10	0,60
Outros serviços coletivos, sociais e pessoais	78	4,69
Total de empresas	1663	100

FONTE: IBGE, 2003.

Org: PAULO, R. F. C., 2003.

Ao analisar o quadro 08, nota-se uma quantidade considerável de empresas destinadas a atender as necessidades do turista, tais como: empresas que comercializam objetos pessoais e domésticos, que totalizam 55,9 % das presentes no município. As destinadas a alojamento e alimentação perfazem 10% no número total.

Mas alguns setores empresariais merecem destaque, tais como: o comércio bastante diversificado, a atividade imobiliária amplamente utilizada no município. No ano de 1999, correspondia a 13,16% do total de empresas no município, sendo este número acrescido em 2001 para 14,5%.

As empresas relacionadas ao ramo imobiliário tornam-se essenciais no processo de “venda” da atividade turística, uma vez que são responsáveis por toda a propaganda da cidade. Em Caldas Novas, há um número bastante considerável, principalmente, de imobiliárias, espalhadas por toda a malha urbana, elas que têm papel de reproduzir os solos urbanos por meio da venda de edificações, diariamente construídas na cidade.

Quadro 8 - Caldas Novas: empresas instaladas em Caldas Novas até 2001

Tipos de empresas	Quantidade	% Frequência
Agricultura, pecuária, silvicultura, e exploração florestal	20	0,84
Pesca	00	0,00
Indústrias extrativas	31	1,31
Indústrias de transformação	139	5,85
Produção e distribuição de eletricidade, gás e água	03	0,12
Construção	80	3,37
Comércio, reparação de veículos, objetos pessoais e domésticos	1.312	55,26
Alojamento e alimentação	171	7,20
Transportes, armazenagens e comunicação	61	2,57
Intermediação financeira	32	1,35
Atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas	344	14,50
Administração pública, defesa e seguridade social	02	0,08
Educação	32	1,35
Saúde e serviços sociais	20	0,85
Outros serviços coletivos, sociais e pessoais	127	5,35
Total	2.374	100

Fonte: IBGE, 2005

Org: PAULO, R.F.C, 2005.

A construção civil é, sem sombra de dúvidas, uma das mais importantes atividades econômicas de Caldas Novas, não só por ampliar a malha urbana, como também pela geração de empregos. A indústria do vestuário é significativa, principalmente o vestuário ligado à prática de atividades relacionadas ao turismo das águas, como por exemplo, o banho de piscinas. Percorrendo as ruas da cidade, verifica-se uma quantidade considerável de pequenas

fábricas que produzem e comercializam roupas de banho, o que reafirma a tendência comercial abastecendo a atividade turística.

A cidade de Caldas Novas possui quatro agências bancárias, de suma importância para o setor empresarial, de comércio e de serviços. Uma cidade turística recebe diariamente pessoas das mais diversas partes do país, ávidas por consumo e por isso, as agências bancárias tornam-se essenciais para as transações econômicas ocorridas na cidade.

O comércio em Caldas Novas restringe-se basicamente à área central, para atender o consumo do turista que visita a cidade. Os bairros mais periféricos possuem um comércio mais específico, os quais oferecem, principalmente, gêneros de primeira necessidade.

Mais uma vez, esses dados vêm reforçar a presença da atividade turística como propulsora do desenvolvimento econômico da cidade de Caldas Novas. Mas todo esse aparato comercial e empresarial faz-se necessário para a comercialização, não somente dos produtos oriundos dessas atividades, mas, também, do consumo da atividade turística que, de certo modo, torna-se a mercadoria mais cobiçada por quem pratica o turismo das águas quentes.

1.3.6 – Os meios de comunicação e transporte

Os meios de comunicação são de vital importância em uma cidade turística, pois o *marketing* turístico é o que impulsiona a atividade local. Segundo Elias (1994), a cidade possui transmissão dos seguintes canais de televisão: Globo, SBT, Record e Band. Possui duas rádios: a Pousada AM e a rádio Tropical FM.

No que se refere aos jornais escritos, possui o CNN - Caldas Novas Notícias -escrito em Caldas Novas, traz notícias referentes à cidade e região. Chegam à cidade, diariamente, os seguintes jornais: O Popular e Diário da Manhã, ambos de Goiânia. De Brasília, o Correio Brasiliense. De São Paulo, a Folha de São Paulo e o Estado de São Paulo e também, o jornal O Globo de acordo com (ELIAS, 1994).

O sistema de telefonia é fornecido pela TeleGoiás. Quase toda a cidade é abastecida pelo serviço que é cada vez mais requisitado, para a utilização dos turistas. A cidade possui também agências de correios e telégrafos, que ampliam o sistema de comunicação local.

Os meios de comunicação em uma cidade turística também são importantes porque servem como propagadores do *marketing* tão presente nestes núcleos urbanos. Televisões, rádios e *out doors* são essenciais para a proliferação de imagem que tem como propósito seduzir as pessoas para o consumo, principalmente para o consumo do turismo local.

Esse tipo de divulgação faz-se necessário, pois a propaganda ainda é um dos meios mais diretos para se chegar até o consumidor. Toda a infra-estrutura citada acima delega à cidade de Caldas Novas o título de maior manancial hidrotermal do mundo, associando a isso, tamanha aptidão turística, localização privilegiada e crescimento de turistas que impulsionam o desenvolvimento econômico regional.

Os meios de transporte também são essenciais em uma cidade turística, pois o fluxo de pessoas depende substancialmente do ir e vir de seus visitantes. As rodovias que ligam o município a outros são de boa qualidade, facilitando o traslado turístico. As rodovias mais importantes que dão acesso ao o município são: GO – 143, pavimentada que liga o município a Piracanjuba; a GO – 139, pavimentada que liga Caldas Novas a Marzagão; GO – 213, pavimentada que liga a cidade a Morrinhos; GO – 412, em pavimentação, que liga Caldas Novas a Pires do Rio e futuramente à Brasília, como mostra a figura 04.



Figura 04 - Vias de acesso a Caldas Novas (GO), 2004

Fonte: WEBCALDAS, 2005

O trânsito interno de Caldas Novas é tranquilo durante a semana, tornando-se complicado e até mesmo caótico nos finais de semana prolongados, férias e carnaval. As pessoas não respeitam a sinalização, o trânsito não flui na área central, o que causa certo desconforto para quem trafega nessa região, conforme se observa na figura 05. A guarda municipal tenta amenizar a situação, mas nem sempre consegue.



Figura 05 - Trânsito na área central de Caldas Novas (GO), 2005.
Autora: PAULO, R. F. C, 2005.

Em períodos considerados como de alta temporada (férias e feriados prolongados), o trânsito torna-se um problema tanto para o turista quanto para a população local, em virtude do não cumprimento das leis de trânsito. No ano de 2005, cidade está servida por quatro linhas de transporte coletivo intra-urbano e também intermunicipais, ligando Caldas Novas a Morrinhos e a Rio Quente, segundo informações da Prefeitura Municipal de Caldas Novas, (2004).

O terminal rodoviário também é muito importante, pois é um meio de transporte que serve a grande parte dos turistas, por ser de menor custo. De acordo com a Prefeitura Municipal de Caldas Novas (2004), o serviço conta com 16 empresas de transporte que, com certeza, ampliam o fluxo populacional, pois ligam Caldas Novas às demais cidades da região. Já foi discutido anteriormente que, para o desenvolvimento da atividade turística, são

necessários os meios de transporte, pois, assim, é possível a movimentação de pessoas e mercadorias.

Ainda de acordo com informações fornecidas pela Prefeitura Municipal de Caldas Novas (2005), o aeroporto comporta aviões de médio e grande porte, recebendo vôos comerciais. Recebe também 32 vôos *charter*, por mês, fretados pelo Rio Quente *Resorts*. Estes ligam Caldas Novas a grandes cidades como Brasília, Rio de Janeiro e Goiânia.

O movimento aéreo cresce em média 20 % a cada mês, juntamente com a ampliação das operadoras de vôo que, a cada dia que passa, acabam operando em caldas Novas. O aeroporto local já conta com a segunda maior pista do estado de Goiás, comportando aviões com capacidade para até 200 passageiros. A meta da Prefeitura Municipal de Caldas Novas é a realização de até 200 vôos regulares por mês, o que demonstra a importância do terminal aeroviário não só para a cidade, mas para toda a região, de acordo com o Site Caldasonline (2005).

Essa movimentação populacional delega á cidade uma importância até então desconhecida. O intenso fluxo turístico e a especialização da cidade para a atividade turística ampliam as relações de Caldas Novas com diversas cidades do país, e dessa forma, os meios de transporte tornam-se essenciais para o desenvolvimento econômico não somente da cidade, como de toda a região que está inserida.

2 - A ATIVIDADE TURÍSTICA DEFININDO OS ESPAÇOS: o processo de verticalização, segmentação espacial e a “criação” da cidade artificial

2.1 - A reprodução dos solos em uma cidade turística: a expansão do complexo hoteleiro por meio da construção de flats

A comercialização do solo urbano é fator bastante característico, quando estamos analisando uma cidade turística. Diante de todos os fatores já citados que propiciam a ampliação do turismo em Caldas Novas, a comercialização dos solos é fator bastante característico. Agregado a ele, tem-se também a presença da verticalização, fenômeno baseado na reprodução do número de edifícios devido ao crescimento da exploração dos solos em detrimento da atividade turística.

As cidades industriais direcionam o crescimento econômico para as áreas periféricas e, dessa forma, os solos mais almejados para a expansão do parque industrial serão os da periferia da cidade. Já as cidades litorâneas, onde a exploração e a expansão da atividade turística ocorrem na orla marítima, com certeza as áreas mais nobres, e conseqüentemente mais caras serão aquelas próximas ao litoral, de preferência de frente para o mar. Nesse caso, a especulação ocorrerá na apropriação e reprodução destas áreas mais desejadas pelo turista.

Em Caldas Novas, percebe-se que a reprodução do solo urbano iniciou-se na área central da cidade, local também onde teve impulso a atividade turística. Por causa da agitação e do caos gerado atualmente na área central, os bairros que margeiam a área central acabaram absorvendo essa função, e foram se adaptando para a receptividade do complexo hoteleiro, atualmente, localizado na área mais promissora da cidade.

Quando a atividade turística foi direcionada para os bairros próximos às áreas centrais, mudou-se também o modo de se hospedar, e uma nova perspectiva foi agregada à atividade hoteleira caldas-novense. A ampliação do número de *flats* e *apart* hotéis tornou-se fator característico, e uma reestruturação do setor hoteleiro reconfigurou a atividade turística em Caldas Novas.

Dessa forma, percebe-se que a localização dos novos empreendimentos hoteleiros foi determinada pela ampliação da infra-estrutura, não mais localizada na área central, mas nos

bairros próximos a ela. O acesso ao centro e a facilidade de locomoção permitiram a “reestruturação” do complexo hoteleiro.

Souza (1994) comenta que o solo por si só possui valor próprio, independente de sua infra-estrutura, pois o seu valor depende de sua localização. Comenta também que a acessibilidade oferecida pode ter mais valor do que qualquer benfeitoria em uma área mal localizada.

Nessa perspectiva, entende-se porque determinadas partes na área central de Caldas Novas são tão valorizadas enquanto outras, mais afastadas, possuem valor irrisório. Conclui-se, assim, que a localização e a acessibilidade são determinantes para o valor dos solos.

Somekh (1997, p. 112) também faz uma análise semelhante sobre o espaço e seu valor:

O espaço é um produto social e seu valor é produzido pelas atividades da sociedade. O preço da terra urbana é uma criação social. Quando se analisa a ação de frações dentro da classe capitalista, os retornos e a realização do capital diluem a distinção entre renda e lucro. A lei do valor no espaço é estruturada, manipulada pela classe capitalista e suas relações sociais.

É fácil visualizar essa manipulação dos valores do solo em Caldas Novas. O poder público, gerenciador das obras públicas e fornecedor de infra-estrutura básica para o desenvolvimento da atividade turística, direciona o crescimento e o aparelhamento da cidade para a região que mais lhe interessar, principalmente quando esse poder público acaba sofrendo pressões externas, como é o caso dos incorporadores imobiliários, que por pressões sobre a política local, conseguem colocar em prática seus anseios, direcionados à exploração dos solos, tendo em vista a reprodução do capital.

Mas também, deve-se analisar que para o poder público é bastante conveniente atender à pressão sofrida pelos incorporadores, uma vez que o crescimento e desenvolvimento de determinadas áreas na cidade, significam a especialização para o turismo local e conseqüentemente uma maior atração de turistas para a cidade.

Entretanto, não se pode deixar de comentar que essa especialização, juntamente com a construção de equipamentos em apenas determinados pontos da cidade, acarreta a segmentação dos espaços urbanos, bastante visíveis na cidade, o que posteriormente será discutido detalhadamente.

Essas áreas mais equipadas e preparadas para a reprodução da atividade turística tornam-se áreas mais atrativas, não somente para a reprodução do solo e construção dos edifícios, mas também, para o turista, que procura um local para se hospedar de maneira prática e confortável. O bairro do Turista, em Caldas Novas, exemplifica a especialização de determinadas áreas para a atividade turística.

Esse bairro é servido de equipamentos públicos. Está localizado próximo à área central, mas ainda conserva a tranquilidade não mais encontrada no centro da cidade. Foi um bairro planejado para a absorção da prática turística. Possui um sistema viário fluido, com enormes avenidas permitindo o fluxo ao centro da cidade com bastante facilidade.

E, a sua característica mais marcante é a grande quantidade de construções, em sua grande maioria *flats*, e a expansão de novos empreendimentos do mesmo segmento podem ser notados por todo o bairro, justificando sua expansão e o seu desdobramento em bairro do Turista II. É um espaço essencialmente vertical, utilizando as mais áreas valorizadas para a construção de edifícios e venda fracionada do espaço, por meio da comercialização de apartamentos, como visualizado na figura 06.



Figura 06 - **Vista panorâmica do bairro do Turista em Caldas Novas (GO), 2005.**
Fonte: WEBCALDAS, 2005

Essa dinâmica reforça a teoria de que a localização, juntamente com os equipamentos presentes no local, agrega, aos espaços, valores que permitem maior rentabilidade aos incorporadores imobiliários, que procuram, nas cidades, espaços que podem promover a multiplicação do capital.

Existem, portanto, diferentes demandas por solo urbano, pelas condições específicas da valorização e pela lógica de localização de cada fração do capital. Isso provoca a multiplicidade de mercados fundiários, hierarquicamente estabelecidos, que por sua vez definem uma hierarquia de uso de solo urbano (SOMEKH, 1997, p. 113).

Ainda de acordo com Somekh (1997), a lógica da valorização do solo depende não somente dos incorporadores, mas também da vontade do mercado imobiliário local. Não se pode afirmar que em Caldas Novas todo o mercado imobiliário está com sua atenção voltada para a produção dos espaços destinados à atividade turística.

Existe também uma preocupação quanto à reprodução dos espaços urbanos para a população local, na forma de loteamentos urbanos, geralmente horizontais e periféricos, destinados a quem mora na cidade e, incluindo, até mesmo, construções verticalizadas.

Como a própria autora diz, há uma hierarquia na qual o mercado imobiliário centra suas ações e, em Caldas Novas, a venda de espaços destinados à prática turística é muito mais importante e rentável do que os loteamentos periféricos destinados à população local, pois a atração de turistas traz consigo a lógica do consumo, não somente do espaço, como também de toda uma infra-estrutura urbana voltada para o turismo e, que, implicitamente, também é voltada para o consumo.

Referir-se ao novo modo de hospedagem, consiste em reforçar a predileção do turista por se hospedar em *flats* ou *apart* hotéis, pelo fato destes novos empreendimentos serem, atualmente, a maneira mais cômoda e barata de se praticar turismo. Os *flats* ou *aparts* hotéis são pequenos apartamentos, geralmente constituídos de um quarto, uma sala e um banheiro, nos quais acomodam-se em média quatro ou seis pessoas. A grande parte destes empreendimentos possui parque aquático, ou seja, um conjunto de piscinas termais que constituem o complexo turístico.

A predileção por estes empreendimentos explica-se pelo fato destes apartamentos apresentarem a mesma infra-estrutura de um hotel, mas por um preço bem mais acessível.

Outro fator também atraente é o fato de que em um mesmo *flat* ou *apart* hotel podem se hospedar um número maior de pessoas, barateando ainda mais os serviços de hospedagem.

Foi constatado, por meio de pesquisa direta, realizada em 2005, que o público jovem é o principal locador destes empreendimentos, pois estão mais próximos do parque aquático, podendo utilizá-lo quando quiser a um custo bem menor. Nestes condomínios, as regras são bem mais maleáveis do que as impostas nos hotéis da cidade, o que confirma a preferência por parte do público jovem.

Ao mesmo tempo em que estes imóveis são vendidos para o turista e usufruídos por eles em determinadas épocas do ano, estão sendo mais procurados por quem almeja um imóvel nas cidades turísticas. Ao mesmo tempo em que estes imóveis são utilizados como segunda residência, servem como renda, e poder ser administrados e alugados quando não estiverem sendo utilizados pelos proprietários.

Dessa forma, o modo de hospedar em Caldas Novas está sendo revolucionado pela aquisição de *flats* e *apart* hotéis, que possuem essa característica. As casas, tanto nas áreas centrais quanto na periferia, tornaram-se desinteressantes, visto que atualmente não oferecem segurança como no condomínio fechado e, principalmente, por não possuírem parque aquático, item primordial para quem deseja fazer turismo em Caldas Novas.

Há uma preocupação muito grande quanto a esta reestruturação do complexo hoteleiro em Caldas Novas, pois os novos empreendimentos que estão angariando significativa parcela dos turistas que visitam a cidade. Os hotéis estão em decadência, em detrimento da predileção dos turistas pelos *flats*, que atualmente estão respondendo aos anseios de quem visita Caldas Novas e praticam o turismo.

Durante as viagens a Caldas Novas, diferentes hotéis da cidade foram visitados e foi constatado que, vários deles, possuíam uma quantidade muito pequena de hóspedes. Indagados sobre o real motivo desse baixo fluxo de pessoas nos hotéis, a maioria dos funcionários respondeu que apesar de a cidade estar janeiro, mês considerado alta temporada, o fluxo de pessoas ali não era compatível com a época. A predileção pelos *flats* ou *apart* hotéis estava “matando” o turismo hoteleiro da cidade. Os donos de hotéis se mostraram muito preocupados quanto a este novo modo de se hospedar, que acaba por beneficiar estes *flats*, por serem acomodações mais baratas e oferecerem maior comodidade ao turista.

O número de edificações cresce tão rapidamente que nossos estudos não conseguem acompanhar a expansão urbana turística presente no município. O comércio também se

amplia no intuito de servir da melhor maneira possível essa população diferenciada, fruto da migração e visitação de um público oriundo das mais diversas partes do país.

Cruz (2001) comenta que nos territórios receptores de turistas multiplicam-se infra-estruturas relativas à hospedagem, tais como: pousadas, hotéis e condomínios fechados. Multiplica-se também o setor de prestação de serviços que, concomitantemente, impõe sua lógica de manutenção e reprodução do lazer.

Nessa perspectiva, a cidade turística torna-se atrativa do ponto de vista dos investidores, os quais enxergam no município turístico um lugar propício para a reprodução do capital por meio da “mercadoria” explorada pela atividade, como no caso de Caldas Novas, as águas termais e os solos, também bastante disputados em um centro urbano turístico.

Vale ressaltar que essa realidade de intensa exploração dos solos urbanos para a prática do turismo social, não fez parte da história, desde o descobrimento das águas termais. Esta característica é relativamente recente, datada no início dos anos 1970, que, juntamente, com a construção de clubes sociais na cidade fez a atividade turística tomar novos rumos.

A ampliação do complexo hoteleiro tornou-se bastante significativa, a partir dos anos de 1980, anos em que a pujança da atividade turística começou a determinar o crescimento econômico do município de Caldas Novas. A possibilidade do desenvolvimento econômico calcado no turismo de águas termais aguçou a ganância de empreendedores imobiliários, que vislumbraram diante das diversas fontes termais a possibilidade de “transformar” a cidade em um pólo turístico.

Observa-se que a utilização das águas termais, primeiramente para fins terapêuticos e depois para a prática do turismo social, fez Caldas Novas destacar-se no cenário nacional. Anteriormente a esse processo, a atual cidade nada mais era do que um pequeno vilarejo “escondido” no relevo sinuoso da região sul do estado de Goiás, sem nenhuma expressividade política, econômica e muito menos turística.

Pode-se então afirmar que a expansão da malha urbana, bem como o crescimento vertical da cidade de Caldas Novas, foram frutos da intensificação da prática do turismo local, assim como a reprodução do solo urbano, também, foi consequência dessa intensa utilização da malha urbana. Desse modo, a verticalização surgiu como consequência dessa reprodução do solo urbano, fruto da grande utilização dos solos, principalmente, na área central.

2.2 - A verticalização como resultado do processo de exploração e reprodução do capital

Outro tema bastante discutido em Caldas Novas, ou em qualquer outra cidade turística cujo crescimento urbano foi rápido e localizado na área central, é o fenômeno da verticalização. Esse processo consiste no máximo aproveitamento do solo urbano das áreas centrais, por meio de construções verticais.

Ramires (1998) comenta que a cidade é local de produção e reprodução do capital. Essa dinâmica se faz mais presente no meio urbano, quando se observa a verticalização das áreas centrais, juntamente com a sua valorização, o que se constitui a concretização e reprodução desse capital.

O processo de verticalização no Brasil é um fenômeno consideravelmente recente, datado do início do século XX. Iniciado na cidade de São Paulo, período em que a cidade conhecia a expansão da malha urbana, caracterizada pela crescente imigração, decorrente do ciclo do café, que absorveu um número elevado mão-de-obra vinda de diversos países do mundo.

Souza (1994) discorre com clareza sobre a periodização do processo de verticalização. A autora também chama a atenção para a dependência do processo de verticalização com da construção civil, pois a construção de edifícios “é, antes de mais nada, a concreção material da arquitetura e da engenharia” (SOUZA, 1994, p. 87).

A verticalização brasileira, principalmente na cidade de São Paulo, ocorreu em fases distintas, e são tratadas por Souza (1994) da seguinte forma: O primeiro período inicia-se por volta dos anos de 1910, quando a metrópole começou a desenvolver-se. As construções eram destinadas aos escritórios, a algumas residências e a estabelecimentos como hospitais. O segundo período, iniciado nos anos de 1920, caracterizou-se pela construção de edifícios que tinham como finalidade o aluguel dos apartamentos, período que a autora denomina como rentista. Os escritórios e as salas comerciais tornam-se raros nessa etapa.

No terceiro período, entre as décadas de 1930 e 1940, o edifício tornou-se a melhor opção de renda, devido aos aluguéis conseguidos por meio da locação dos apartamentos. O processo de verticalização em São Paulo tornou-se maior nesse período. Cabe ressaltar que o edifício surge em São Paulo para sanar os problemas de moradia da classe média local.

O quarto período é marcado pela construção de apartamentos pequenos, de um quarto, denominados *kitchnetts*. O quinto período é voltado para a construção de apartamentos de dois, três, quatro ou mais quartos, marcando a expansão do processo de verticalização, tão intenso a partir desse período, que levou a cidade de São Paulo ao título de cidade mais verticalizada da América Latina.

Esse fenômeno espalhou-se por todo o Brasil, a partir do momento em que as áreas centrais das cidades tornam-se atrativas e a lógica da reprodução do espaço se faz presente nos grandes centros urbanos.

A periodização dos edifícios é bastante importante para retomar a história e disseminação dos mesmos pelo país. Não é objetivo desse trabalho discorrer em detalhes sobre o tema, mas sim verificar por que se tem a expansão acelerada de construções verticais em cidades como Caldas Novas.

A materialização e a transformação da cidade ocorreram por meio da construção de diversas edificações, principalmente na área central das grandes cidades que, por sua vez, estão mais aptas a oferecer maior infra-estrutura. Até os dias atuais, são mais atrativas devido à facilidade de locomoção e ao número de serviços que agregam.

No momento inicial da prática turística, no município de Caldas Novas, as construções eram destinadas à acomodação de pessoas que chegavam ao pequeno vilarejo em busca de cura para diversos males físicos. Estas acomodações eram bastante simples, rudimentares e hospedavam um número restrito de pessoas que por ali passavam diariamente. Ainda não se tinha uma intensa reprodução do solo, uma vez que ainda era abundante e pouco explorado.

Caldas Novas reestruturou sua atividade econômica a partir do momento em que a exploração do lençol freático tomou outra vertente, quando o turismo voltado para a cura de doenças deixou de ter importância significativa, cedendo lugar ao turismo social, destinado ao descanso e ao lazer.

Há também uma constante reestruturação e ampliação da infra-estrutura urbana existente, visto que o crescente fluxo populacional ocasiona mudanças em toda a cidade, no que se refere a construção de novas e modernas acomodações, comércio amplo e uma diversidade de serviços ainda ausentes no município.

Essa reestruturação e ampliação do complexo hoteleiro têm como base o processo de verticalização e o máximo aproveitamento das regiões com melhor localização na cidade. De posse do mapa 01, percebe-se, então, o adensamento de determinadas áreas, com localização

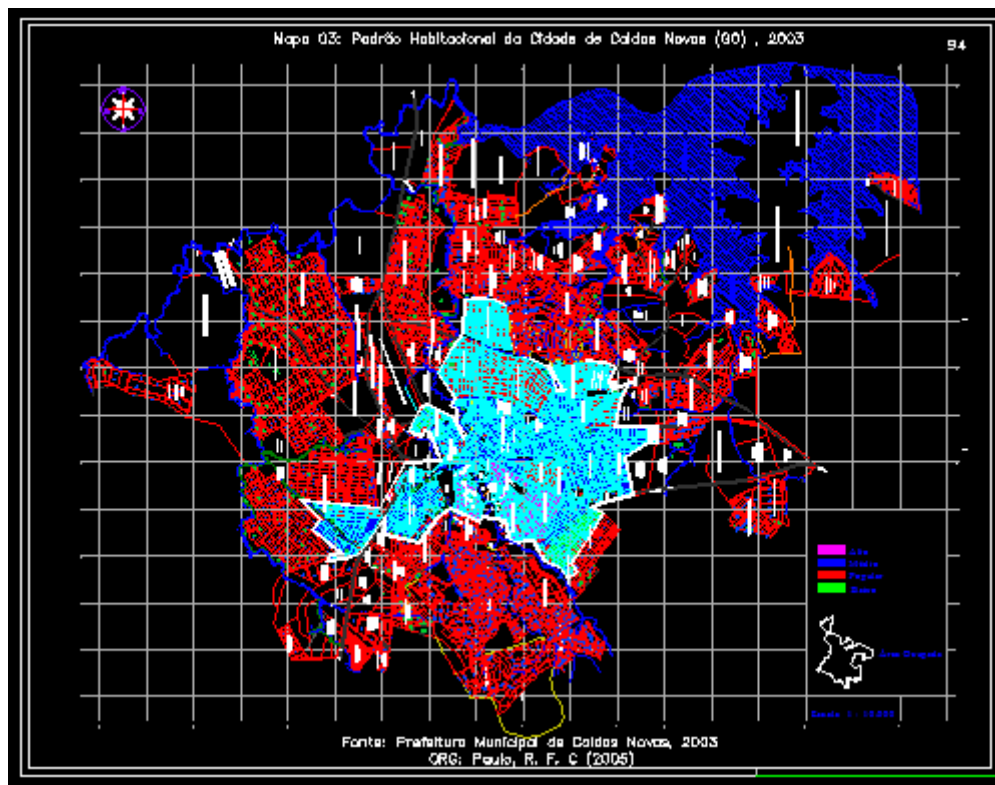
privilegiada, servida de infra-estrutura e serviços. Outras áreas mais periféricas são destinadas à construção de conjuntos residenciais ou bairros, os quais visam como consumidora, a população local.

Atualmente, Caldas Novas configura-se como um emaranhado de edifícios residenciais e comerciais, principalmente na área central. São destinados a abrigar uma população que almeja morar em uma construção verticalizada ou apenas configuram o que, anteriormente, denominamos segunda residência.

A predileção pela moradia vertical se dá por dois fatores principais, primeiro: a praticidade de locomoção e proximidade da área central, visto que as áreas mais verticalizadas, em sua grande maioria, estão nas áreas centrais; e o segundo fator é a comodidade e a segurança, já que a violência vem configurando a malha urbana de grande parte das cidades brasileiras e estas edificações verticais, geralmente localizadas em condomínios fechados, parecem oferecer mais segurança que as residências horizontais nos bairros mais afastados da cidade.

Nesta perspectiva, deve-se também discorrer sobre a disputa por solo em locais mais valorizados das cidades. Essa dinâmica se faz presente, no momento em que as áreas centrais tornam-se mais atrativas por agregarem mais infra-estrutura e dessa forma são as mais cobiçadas por especuladores que desejam torná-las mercadorias. Há uma disputa por solo com localização privilegiada dentro da cidade e, dessa forma, há reprodução do número de empreendimentos verticais pela malha urbana caldas-novense.

Mapa 01: Zoneamento urbano em Caldas Novas (GO), 2003.



Para uma pessoa que visita periodicamente a cidade, a percepção quanto ao crescimento do número de edifícios impressiona. A velocidade com que as construções são erguidas dá a impressão de que a cidade, daqui a alguns anos, se constituirá uma cidade totalmente verticalizada, tamanha é a quantidade de edifícios construídos diariamente.

Em Caldas Novas, é mais acentuada e preocupante a expansão urbana por meio da construção de edifícios na área central, do que a expansão urbana por meio de bairros residenciais horizontais. É bastante significativo o número de empreendimentos verticais construídos na cidade em um pequeno intervalo de tempo.

A análise sobre essa expansão desordenada e crescente dos empreendimentos imobiliários e, mais uma vez, a imposição do capital e sua reprodução acontecem por meio da construção e venda de diversos imóveis em um mesmo espaço construído, o que explica a importância econômica do fenômeno da verticalização.

Desse modo, os terrenos, que até então eram vagos, ou seja, sem nenhuma construção, tornam-se objetos de desejo dos incorporadores imobiliários, que os utilizam e extraem deles o máximo de renda possível. O solo torna-se, então, espaço produzido, destinado às necessidades destes incorporadores que agregam a ele, um valor muito mais alto, de acordo com as necessidades do mercado.

De acordo com Souza (1994), a verticalização é uma das maneiras de reprodução e acumulação do capital, visto que articula, da melhor maneira possível, a reprodução dos solos, sua localização e até mesmo o público que deseja atingir.

Souza (1994, p. 130), em sua obra, traz discussões sobre o processo de verticalização.

A primeira idéia que ocorre é a de vinculá-la à reprodução do capital financeiro e imobiliário. No entanto, pode-se também pensar que não é, forçosamente, o capital financeiro que faz a escolha, pois a divisão social do espaço (e a verticalização é um de seus símbolos) é produto de uma estratégia maior.

Somekh (1997, p. 82) conceitua verticalização como “resultado da multiplicação do solo urbano possibilitada pelo uso do elevador”.

O que percebemos em Caldas Novas, é que nem sempre o processo de verticalização acontece com intuito de amenizar o problema da escassez de moradia. O que realmente acontece é a reprodução de imóveis que, de certo modo, contribuem para a expansão vertical do espaço e conseqüentemente para a reprodução do capital.

Para Castells (1983, p. 186) “a moradia pode ser caracterizada, por um lado com relação ao seu lugar no conjunto do sistema econômico e por outro enquanto produto com características específicas”.

Analisando os conceitos citados acima, percebe-se que tanto o processo de verticalização quanto o de moradia permeiam discussões presentes na Geografia Urbana. A moradia é peça chave do processo de verticalização, pois este fenômeno acontece na tentativa de reproduzir, em menor espaço possível, inúmeras moradias, essenciais ao ser humano moderno.

Para Spósito, (1991, p. 174-175) a verticalização consiste em:

[...] é uma forma específica de produção imobiliária, através da qual os que produzem e realizam sobretaxa de lucro e de renda fundiária, viabilizando a reprodução territorial ampliada e monopolizada da cidade, na medida em que encontram e criam no mercado a demanda para essa produção.

Nessa perspectiva, entende-se o processo de verticalização como o aproveitamento máximo de um espaço, geralmente localizado na área central, por concentrar as principais atividades econômicas dessa região e também as residências da população mais abastada, minimizando o custo com transportes e promovendo maior mobilidade de pessoas e mercadorias.

Outro ponto característico do processo de verticalização é que este tende a ocorrer em núcleos urbanos maiores, em função da acessibilidade. Tem-se a concentração de serviços nas áreas centrais, de modo a facilitar a vida de quem necessita deles. Por isso, a moradia bem localizada nos grandes centros urbanos torna-se mercadoria de alto valor, por agregar acessibilidade e uma gama de serviços próximos.

Mas, apesar de Caldas Novas não se enquadrar nesse caso de grande cidade, o processo da construção de edificações verticais na área central tornou-se bastante comum no município. O número de edifícios na área central de Caldas Novas é explicado pelo máximo aproveitamento dos solos, devido à mobilidade de pessoas, serviços e equipamentos de lazer, o qual define os espaços construídos na cidade, conforme mostra a figura 07.



Figura 07 - **Vista parcial de Caldas Novas (GO), 2005.**
Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

A figura 07 também mostra uma área sendo preparada para a venda de lotes que possivelmente será destinada à construção de novos empreendimentos turísticos, destinados à locação e à expansão do setor hoteleiro da cidade.

Pelo fato de a cidade se especializar na atividade turística, acabou incorporando características distintas de outras cidades da região. Como exemplo, a presença de um número considerável de residências destinadas ao uso ocasional, ou seja, destinadas ao uso esporádico principalmente por aposentados, que fazem do imóvel segunda residência. As mesmas são utilizadas por pequenos períodos, a fim de se usufruir o que a cidade tem de melhor: a água termal. Essa dinâmica reforça a preferência pelos condomínios residenciais verticais, em virtude da segurança oferecida, uma vez que estas edificações permanecerão fechadas por dias, semanas ou até meses.

Tendo em vista essa predileção por espaços localizados nas áreas centrais, várias estratégias são criadas a fim de tornarem estes locais os mais atrativos e destinar a eles, valores não somente referentes ao capital, mas simbologias que agregam um preço ainda maior. Bairros são construídos, condomínios residenciais verticais são estruturados, com o objetivo de especializarem-se na atividade turística, agregando a infra-estrutura necessária, o que justifica o alto preço de seu solo. “A oferta da terra é inelástica, no entanto, a

verticalização ou a produção de loteamentos pode reverter esse caráter. A definição do potencial construtivo é uma forma de produzir intensivamente a terra urbana” (SOMEKH, 1997, p. 112).

Nesses espaços verticalizados, surgem os incorporadores imobiliários, pessoas que se beneficiam da expansão urbana e são os principais agentes modificadores do espaço urbano. Denominam-se agentes imobiliários ou incorporadores imobiliários as pessoas que se apropriam do espaço urbano e incorporam a ele, práticas que agregam custo mais alto aos espaços urbanos.

Este incorporador comercializa o espaço e agrega ao mesmo não somente o valor pago, ou seja, capital, mas também, valores sentimentais que tornam o espaço objeto de desejo e consumo. O incorporador é um dos maiores responsáveis pelas transformações das áreas urbanas.

Ramires (1998) discorda, alegando que o agente imobiliário é apenas um elemento dentre vários, que comercializam e modificam o espaço urbano.

O incorporador é o agente que compra o terreno, contrata o arquiteto para a elaboração do projeto, paga as taxas e impostos na prefeitura e no cartório e arca com a campanha da venda do empreendimento. Portanto, o incorporador é apenas um elemento num conjunto das relações mais complexas que envolvem os compradores e produtores dos empreendimentos imobiliários (RAMIRES, 1998, p. 93).

Ramires (1998) também delega ao incorporador ou agente imobiliário a função de adequar cada empreendimento a uma determinada área da cidade, dependendo da condição social do local e das pessoas que hão de consumir aquele empreendimento, gerando assim, a segmentação socioespacial.

Mas não se pode esquecer de que essa “mercadoria” a ser consumida, ou seja, estas edificações, como qualquer outro tipo de mercadoria, não são acessíveis a todas as classes sociais, pois são fruto de aquisição de capital, ficando destinada somente a quem o possui. Entretanto, também, é importante analisar que há diferentes tipos de consumo dessas edificações. A segmentação dos espaços ocorre por meio do consumo diferenciado de distintas classes sociais presentes na cidade.

Cabe ao incorporador imobiliário saber direcionar a venda para que cada classe social seja contemplada com o tipo de habitação que sua condição financeira permitir, e isso o agente imobiliário faz muito bem, ampliando as diferenças sociais em uma cidade.

Cada fração do capital tem uma lógica própria de localização: para o capital comercial, é de fundamental importância a localização em zonas de concentração residencial; para o capital bancário, interessa a localização no centro financeiro e de negócios, simbolicamente valorizado; para o capital industrial, a lógica da localização coincide no mínimo, com zonas de alta acessibilidade para a chegada de matéria-prima e o escoamento rápido da mercadoria pronta. Existem, portanto, diferentes demandas por solos urbanos, pelas condições específicas de valorização e pela lógica de localização de cada fração do capital. Isso provoca a constituição de uma multiplicidade de mercados fundiários, hierarquicamente estabelecidos, que por sua vez definem uma hierarquia de uso do solo urbano (SOMEKH, 1997, p.113).

Ramires (1998) fala que a dinâmica habitacional não é produzida apenas pelos agentes ou incorporadores imobiliários. Considera os compradores, por meio de seus gostos e poder aquisitivo, também responsáveis por esse processo, não sendo somente o agente imobiliário autor das modificações espaciais e pela especulação imobiliária.

Corrêa (1989) esboça a situação desses agentes no espaço urbano e suas respectivas funções:

_Os proprietários dos meios de produção são os proprietários das grandes empresas comerciais que necessitam de grandes áreas para suas instalações, procurando terrenos mais apropriados para suas atividades. Os agentes têm a responsabilidade, nesse caso, de delimitar áreas específicas para estas atividades, criando assim os distritos industriais.

_Os proprietários fundiários são os donos de extensões que almejam um lucro cada vez mais crescente, e acabam convertendo sua propriedade em mercadoria, tentando agregar a ela, valores mais altos, com a implementação de infra-estrutura, de acordo com a localização de suas glebas.

_Os promotores imobiliários são os incorporadores de valor a qualquer gleba que esteja disponível para a venda. São responsáveis pela construção e comercialização de bens móveis. Têm como principal característica a segregação espacial, visto que suas ações são diferenciadas sobre o espaço urbano e sobre sua clientela.

_O Estado é, ao mesmo tempo, consumidor, proprietário e promotor imobiliário. Além disso, é responsável pela regulação das leis de uso e ocupação do solo, promovendo infra-estrutura.

Nesta perspectiva, concordamos com Ramires (1998), quando afirma que os agentes imobiliários não são os únicos responsáveis pela modificação e reestruturação das áreas urbanas. Há toda uma hierarquia com diferentes agentes interferindo na dinâmica urbana, mas todos direcionados à exploração dos solos e conseqüentemente à acumulação do capital.

Essa característica se aplica a Caldas Novas, local em que verifica-se a presença do poder público local como mediador das ações com os empresários do setor hoteleiro, que acabam por interferir ou até mesmo direcionar várias ações locais.

Ainda de acordo com Ramires (1998), a riqueza adquirida na malha urbana, fruto da reprodução do capital, é obtida por meio do processo de verticalização. O apartamento destinado à moradia é almejado pela classe média. Os apartamentos, porém não eram e ainda não são, uma opção de moradia barata. Deste modo, pode-se então dizer que este tipo de construção está destinada a uma classe mais abastada da população, não somente devido ao custo da aquisição do imóvel, como também a sua manutenção.

Nesta perspectiva, a verticalização também é responsável pela segmentação dos espaços na área urbana, uma vez que direciona o público que adquirirá o imóvel. Pelo fato da verticalização ocorrer nas áreas centrais das cidades, há também o tipo de segmentação espacial, na qual bairros com características distintas irão formar a cidade. É o caso de Caldas Novas cuja segmentação espacial discutiremos posteriormente.

2.3 - A organização espacial ocasionada pelo processo de verticalização em Caldas Novas

2.3.1 - Infra-estrutura turística: ampliação e manutenção do turismo caldas-novense

A infra-estrutura turística faz-se necessária para uma cidade que se especializa economicamente na atividade turística, recebendo diariamente um número considerável de pessoas. Torna-se imprescindível, pois, a presença de um complexo hoteleiro. Como o turismo social presente na cidade tem como base a exploração do lençol freático termal, a presença de clubes sociais também é essencial quem visita a cidade e utiliza a água termal.

O mais interessante de se analisar é que grande parte dos empreendimentos hoteleiros presentes em Caldas Novas é vertical, pelo fato de melhor aproveitamento das áreas turísticas presentes na malha urbana. Percebemos que a expansão do complexo, atualmente, ainda é mais verticalizada, pois as áreas mais centralizadas estão escassas e a predileção pelos condomínios fechados verticais redesenha a arquitetura presente no município. A cidade especializa-se, no intuito de abrigar a cada dia, um número maior de hóspedes, e para tanto, toda a economia local também se volta para a atividade turística.

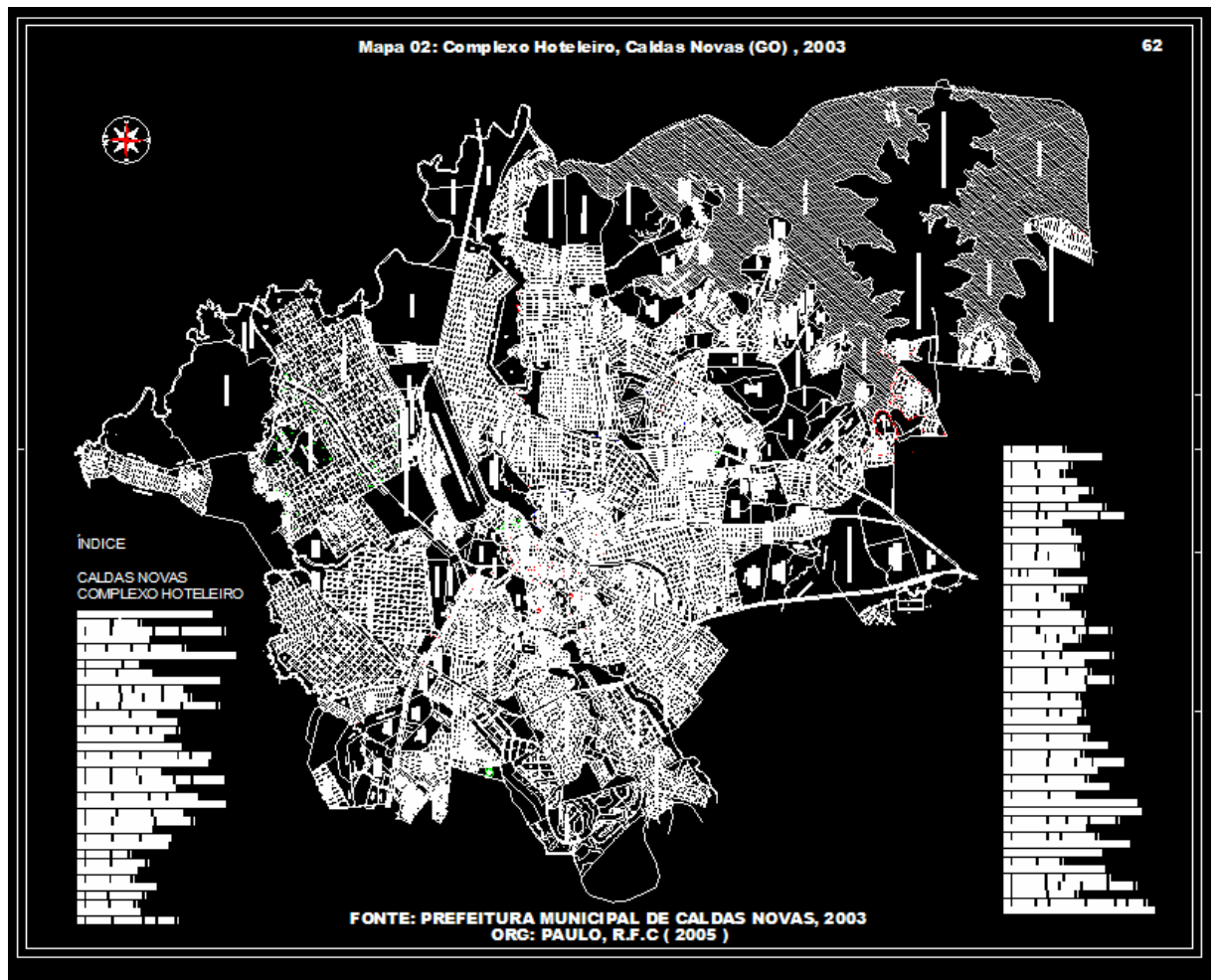
O comércio também se especializa para tal atividade. Visualizamos as lojas especializadas em roupas de banho, artigos regionais que atraem os turistas, como por exemplo, as pedras semipreciosas e a variedade de restaurantes, bares, lanchonetes a fim de atender a um público eclético. Cabe ressaltar que este comércio diversificado está localizado no centro da cidade, local de maior fluxo turístico.

Mas, o que mais chamou a atenção, quanto à infra-estrutura turística, foi a ampliação do complexo hoteleiro e sua dinâmica baseada na compra, venda e aluguéis destes empreendimentos. Denominamos complexo hoteleiro, o conjunto de construções que se destinam à hospedagem do turista que visita Caldas Novas. Fazem parte do complexo hoteleiro todos os empreendimentos que oferecem leito e hospedagem, como por exemplo, hotéis, motéis, condomínios residenciais, *flats*, pousadas dentre outros.

Para exemplificar essa dinâmica, segundo o IBGE (2001), a cidade possui 30.000 unidades edificadas, sendo 65% delas construídas nos últimos 20 anos. Nestes mesmos 20 anos, a população caldas-novense foi acrescida em 500%, reforçando a importância da atividade turística no crescimento físico e econômico da cidade.

Com o objetivo de mapear os empreendimentos hoteleiros, a Prefeitura Municipal de Caldas Novas, na gestão 2001/2004, produziu um material no qual apresentava o complexo hoteleiro. Em 2003, era formado por 95 empreendimentos, dentre eles hotéis, *flats*, pousadas, condomínios residenciais e motéis, conforme visualizado no mapa 02.

Mapa 02 - Complexo hoteleiro em Caldas Novas (GO), 2003.



Para o estudo, utilizamos este material que possibilitou um contato direto com cada um destes empreendimentos. Foi aplicado um questionário, para que pudéssemos conhecer a infraestrutura existente em cada um deles. Visitamos todos locais destinados à hospedagem mapeados, mas apenas 57 nos atenderam, favorecendo um estudo sistemático da dinâmica turística em Caldas Novas.

Deve-se ressaltar que a construção civil em Caldas Novas é muito dinâmica, e desde o início da pesquisa, vários outros empreendimentos foram construídos na cidade, devido à dinâmica hoteleira presente, estabelecimentos citados na pesquisa poderão não mais existir, daqui a algum tempo, principalmente os hotéis, dada a crise atual que o setor vem atravessando.

Porém, para fomentar esse título de uma das mais importantes cidades turísticas do Brasil, Caldas Novas vem aprimorando sua infraestrutura hoteleira, a fim de se tornar mais receptiva e, desse modo, atrair mais investimentos e turistas.

Para acomodar este contingente populacional não é necessária apenas infraestrutura urbana como água, esgoto, transporte, saúde, comércio, mas principalmente um número considerável de empreendimentos turísticos e leitos, primordiais para o desenvolvimento de uma cidade turística e para o bem estar do turista.

Para tanto, a rede hoteleira cresce e absorve para si a importância de abrigar turistas vindos de diversas partes do Brasil e do mundo. O cadastro de empreendimentos do setor hoteleiro da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura de Caldas Novas (2003) indicou a existência de 95 estabelecimentos, distribuídos em diversas categorias: hotéis, clubes, pousadas, *apart-hotéis*, *flats*, pensões dentre outros, conforme dados apresentados no quadro 09.

De acordo com dados da Prefeitura Municipal de Caldas Novas (2003), o município possui 5.547 apartamentos e 23.052 leitos, sendo que estes possuem a capacidade de acomodar 90.000 pessoas por dia, levando-se em consideração que a cidade recebe 1.600.000 pessoas ao ano.

Mas vale ressaltar que, novos empreendimentos turísticos são construídos e inaugurados por toda a cidade, os dados supracitados podem estar defasados, em virtude da ampliação do número de construções pela malha urbana. Há também a possibilidade de alguns empreendimentos citados não existirem mais, pois o mercado turístico atualmente está muito instável, principalmente o destinado a hotéis, categoria em crise na cidade de Caldas Novas. O

mesmo pode ocorrer com os empreendimentos mais antigos, com localização menos privilegiada e que não possuem parque aquático, atualmente, não mais atrativo para o turista.

Quadro 9 - **Caldas Novas:** complexo hoteleiro, 2003

Empreendimento	Apartamentos (nº)	Leitos	Piscinas termais	Piscinas frias
Affego – Associação Funcionários do Fisco	100	280	04	00
Ágape Hotel	22	75	00	00
Bica Pau - Hotel	60	300	07	00
Condomínio Guarujá e Pousadas das águas	05	20	02	00
Blue Point Hot Springs	442	884	05	01
Camping CCB	-	-	-	03
Chalés Paraíso	06	10	00	00
Colônia de férias Pargos	28	112	00	02
Colônia de férias SESC	185	807	12	00
Country Águas do Vale	54	150	03	00
Di Roma Internacional Resorts	350	1320	06	01
Excalibur Motel	08	16	00	00
Hotel Parque das Águas Quentes – Flat	160	1120	03	00
Condomínio Residencial Kananxuê – Flat	16	108	05	01
Condomínio Residencial Tropical - Flat	150	920	02	00
Condomínio Residencial Tainá – Flat	60	360	04	00
Condomínio Residencial Thermas das Caldas – Flat	140	940	04	01
Condomínio Residencial Priv das Caldas - Flat	120	720	04	04
Condomínio Águas das Fontes - Flat	120	600	04	01
Condomínio Águas da Serra – Flat	240	1680	03	03
Condomínio Residencial Filadélfia – Flat	22	176	00	00
Condomínio Residencial Thermas dos Buritis – Flat	120	768	04	01
Condomínio Ponta verde – Flat	120	600	02	00
Golden Dolphin Júnior	54	162	06	00
Hotel Eldorado das Thermas – Flat	240	1000	06	01
Hot star Hotel	52	208	00	00
Hotel Águas Claras	46	96	02	00
Hotel Bouganville	58	160	04	00
Hotel CTC	144	576	10	04
Hotel Diadema	28	92	00	00
Hotel Goiás	47	141	00	00
Hotel Higa	45	120	00	02
Hotel Imperador	50	180	00	00
Hotel Itatiaia	60	184	06	00
Hotel Jalim	162	535	05	00
Hotel Logus	08	27	00	00

(Continuação)

Hotel Morada do Sol	80	250	04	00
Hotel Orion	12	28	00	00
Hotel Águas Calientes Paineiras	68	204	04	00
Hotel Rio das Pedras	34	115	03	00
Hoetl Riviera	15	60	00	00
Hotel Roma	46	138	04	00
Hotel Samburá	38	147	03	00
Hotel Santa Clara	28	94	01	01
Hotel São José	10	40	00	00
Hotel Serra Dourada	23	48	00	00
Hotel e Restaurante Silva	15	45	00	00
Hotel Taiyo	105	315	04	00
Hotel Tamburi	23	100	04	00
Hotel Triângulo	62	175	02	00
Hotel Viturino	38	80	00	00
Hotel Vó Cecília	22	64	00	00
Império Romano	220	880	05	00
JV Chalés	05	25	00	00
Manhatan Hotel	17	66	00	00
Millenium Motel	16	34	00	00
Minas Hotel	17	42	00	00
Motel Caribe	08	16	00	00
Motel Primavera	14	28	00	00
Motel San Moritz	13	26	00	00
Nossa Senhora da Guia	30	61	00	00
Paraíso Di Roma	15	65	00	01
Pargos Clube Hotel	28	112	00	02
Parque das Primaveras	29	90	03	01
Pereira's Chalés	07	28	00	00
Pousada Arco Íris	12	32	01	00
Pousada Cantinho Feliz	12	36	00	00
Pousada Cariamã	10	35	00	00
Pousada Cunha	09	22	00	00
Pousada do Chá	15	51	00	00
Pousada do Alan	16	32	00	00
Pousada do Ipê	48	144	07	00
Pousada do Japão	11	49	00	00
Pousada Estrela	10	39	00	00
Pousada Lago dos Ipês	06	20	00	00
Pousada Máster	04	22	00	00
Pousada Serra das Flores	08	12	00	00
Pousada San Marco	09	31	00	00
Pousada Paulista	14	34	00	00
Pousada Portal do Sol	07	49	00	01
Pousada Stela	07	21	01	00
Pousada Recanto das Caldas	29	83	00	00

(Continuação)

Pousada Residencial Paineiras	24	120	03	00
Pousada São João Bosco	28	60	03	00
Privé das Caldas	135	470	10	02
Recanto da Amizade	10	58	00	00
Stoyan Parque Hotel Fazenda	30	70	04	00
Teias Hotel	19	39	00	00
Thermas do Eldorado	144	912	04	00
Thermas das Pirâmides	42	156	09	00
Thermas Di Roma Hotel Clube	238	982	09	00
Thermas Hotel	30	90	00	00
Sol das Caldas Novas	80	560	04	00
TOTAL	5.550	23.062	205	32

Fonte: Prefeitura Municipal de Caldas Novas, 2003.

Org: PAULO, R. F. C., 2003.

O empreendimento visualizado na figura 08 representa um exemplo dos novos *flats* construídos em Caldas Novas. Será um complexo composto por dezenas de apartamentos, com amplo parque aquático. O grupo proprietário deste empreendimento já possui um hotel na cidade, mas visando a expansão e a reestruturação do complexo hoteleiro está investindo na nova tendência turística da cidade: a construção de *flats*. A localização é nobre, ou seja, no bairro mais equipado para a atividade turística, o bairro do Turista II.



Figura 08 - Empreendimento turístico em construção, Caldas Novas (GO), 2005.

Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Esta edificação é apenas uma das muitas construídas na cidade e que não faz parte do complexo citado acima. O *marketing*, apresentado para a venda dos apartamentos, garante a exploração do lençol freático termal, isto confirma a preocupação dos empreendedores imobiliários quanto a uma futura escassez do recurso termal. Na fachada do condomínio em construção, há um *out door* reforçando a presença de um poço para a retirada da água, o que garantirá a utilização sua mesma.

Esta é uma discussão sobre a qual não discorreremos em nosso trabalho, mas que também nos chama a atenção. O que será do futuro da cidade se, por ventura houver escassez deste recurso natural? O recurso natural estará disponível por mais quanto tempo?

Essa infra-estrutura turística, agregada a um dos maiores complexos hoteleiros do país, juntamente com a aptidão turística gerada pela exploração do lençol freático termal em Caldas Novas, faz com que a cidade seja considerada o maior complexo hidrotermal do mundo, atraindo um número maior de visitantes a cada ano, segundo a Prefeitura Municipal de Caldas Novas (2003).

2.3.2 - Condomínios fechados: espaços construídos e segregados pelo turismo local

Os agentes imobiliários, juntamente com a oferta de solos e algum atrativo que possibilite o desenvolvimento da economia da cidade reestruturam a malha urbana de acordo com suas necessidades. Construções, demolições e projeções são encontradas na maior parte da malha urbana, cuja dinâmica apresente os agentes citados acima. Atrativos de ordem social, econômica, histórica ou turística possibilitam essa reestruturação, e a cidade torna-se palco de grandes modificações ocasionadas por esses agentes.

No caso de uma cidade turística, essa dinâmica ainda é mais perceptível. Uma vez que o fluxo populacional é mais intenso, a reestruturação do espaço urbano torna-se mais urgente. Espaços são criados a todo o momento, a fim de comportar uma demanda cada vez maior de turistas.

Estes espaços destinados aos turistas são “inventados” de modo a aumentar a atração e o desejo dos mesmos de usufruir tal atividade. Nesta mesma perspectiva, a atividade imobiliária aliada ao desenvolvimento da construção civil reorganiza os espaços já existentes e “cria”

outros, para satisfazer o desejo de consumir o produto turístico. No caso de Caldas Novas, as águas termais.

A verticalização bastante característica em Caldas Novas é também fruto da atividade imobiliária, que promove mudanças significativas no espaço urbano e desperta interesse, a partir de estereótipos criados pelo *marketing* local, que retrata a cidade como um lugar perfeito para se morar. A disseminação dos condomínios fechados tornou-se comum não somente em Caldas Novas, mas em diversas partes do Brasil, como sendo a opção mais prática e segura de habitar.

No Brasil, a década de 1970 foi marcada pela crescente evolução dos edifícios localizados em condomínios fechados, principalmente nas grandes cidades, onde a violência começava a dar seus primeiros passos. Esses novos condomínios eram servidos de infraestrutura, localizados geralmente em áreas nobres das grandes cidades, dando início a uma das formas mais comuns e atuais de segmentação espacial.

As propagandas são as maiores aliadas para a venda mais rápida dos apartamentos. *Slogans* utilizando a natureza, o convívio familiar, o bem estar e a proteção, constituem o tipo de *marketing* mais comum na tentativa de atrair o público ávido por segurança e comodidade, revela Ramires (1998). Empresas do ramo imobiliário criam várias estratégias para atrair compradores e, assim, monopolizar o mercado imobiliário.

Com toda essa pressão exercida pelo setor imobiliário e pelas propagandas, interpelando para a aquisição de um imóvel para a moradia ou para investimento, a conotação de habitação como lar, abrigo e moradia, essencial para qualquer vida humana, deixa de existir, tornando a moradia, sinônimo de reprodução do capital ou, até mesmo, uma das mercadorias mais valorizadas e cobiçadas do mercado, reforçando a lógica do consumo.

Essa estratégia de reprodução do espaço urbano, bem como a ampliação de infraestrutura para valorizar determinadas áreas, ocorre em todas as cidades do país, com o intuito de ampliar lucros e minimizar custos. Em um mesmo terreno, aproveita-se sua localização, infraestrutura e a partir disso, vários imóveis são construídos, a fim de se agregar o máximo de lucro em um único espaço. Dessa forma, tem-se a divisão do lote em diversos apartamentos e, conseqüentemente, a reprodução do lucro em um único espaço.

Algumas perguntas, entretanto, inquietam os estudiosos urbanos da atualidade. Por que a verticalização ocorre principalmente nas áreas centrais da maior parte das cidades? Por que

não há uma expansão das áreas verticais pela periferia, se os agentes imobiliários conseguem “levar” para qualquer local da cidade infra-estrutura necessária para tornar a área atrativa?

Será que estes espaços urbanos centrais oferecem a qualidade que a população almeja em um condomínio fechado, ou estas áreas centrais, estão apresentando problemas sociais, modificando a estrutura urbana existente, direcionando esses condomínios para a região menos centralizada das cidades?

Atualmente, na maior parte das cidades, o que se percebe é a degradação das áreas centrais, principalmente das grandes metrópoles de nosso país. A ampliação das construções desses condomínios para as regiões mais afastadas está se tornando a realidade brasileira. Isso não quer dizer que os edifícios estão localizados, nas periferias. Estas áreas mais distantes da área central oferecem os mesmos benefícios quanto aos equipamentos e serviços, mas não apresentam problemas decorrentes do acúmulo de pessoas.

Caldas Novas é um exemplo de expansão de condomínios residenciais verticais para as áreas mais afastadas do centro da cidade. A exaustão dos terrenos vazios na área central, o comércio intenso e o grande número de pessoas pelas ruas do centro da cidade, culminando na asfixia do trânsito, em determinadas épocas do ano, estão fazendo com que a mobilidade nesta área torne-se inviável.

Deve ser levado em consideração que a maior parte dos turistas que visitam a cidade busca tranquilidade e sossego para a prática da atividade turística, e essas características, atualmente, não estão presentes na área central de Caldas Novas. Esse fato explica a expansão com crescimento no número de edificações em direção aos bairros mais centrais como, por exemplo, o bairro do Turista. A expansão dos condomínios residenciais para esse setor da cidade se explica pela infra-estrutura existente no local, e pela facilidade de acesso, às demais áreas do sítio urbano.

Os condomínios verticais fechados, atualmente, estão oferecendo melhores condições de vida aos seus moradores e visitantes. Viver cercado de verde e mais próximo à natureza está fazendo parte da ideologia desses novos empreendimentos, exemplo disso são os Jardins em São Paulo, segundo Ramires (1998).

A conseqüência dessa expansão vertical e, a valorização mais significativa dos imóveis na região central é refletida principalmente nos grandes centros urbanos, devido à segmentação socioespacial e, conseqüentemente, ao surgimento de classes sociais distintas.

A expansão das construções verticalizadas para as áreas menos centrais, se deve ao fato de que o surgimento dos condomínios fechados vêm para solucionar os problemas de grupos sociais privilegiados. Cercados por grades ou muros altos, ficam “distantes” dos problemas enfrentados pela sociedade que vive a realidade fora desse muro de concreto, quase sempre, desprovida de recursos financeiros necessários para habitar estes condomínios.

Esses espaços segmentados são fruto da ocupação diferenciada dos lugares em uma cidade. A segmentação tem como base a especulação imobiliária, fruto da crescente expansão urbana promovida por agentes imobiliários que, com o intuito de reproduzir cada vez mais o capital, expandem a construção de edifícios, prédios comerciais, loteamentos, casas populares por toda a cidade, a fim de agregar a eles, valores de acordo com a infra-estrutura local.

Já em Caldas Novas, tem-se a expansão tanto dos condomínios residenciais para as áreas menos centrais, destinados à população residente na cidade, como também a expansão dos condomínios residenciais não destinados à moradia permanente, ou seja, aqueles empreendimentos que possuem locação inferior a trinta dias. São imóveis cujo aluguel destina-se a pequenos períodos de tempo, mais precisamente, os períodos de temporada. Esses empreendimentos já foram, anteriormente, denominados como *flats* ou *apart* hotéis.

Esse tipo de construção vertical, destinado à locação, está cada vez mais presente na malha urbana de Caldas Novas. E, o seu poder de reprodução do capital por meio de aluguéis é um atrativo para quem deseja possuir um imóvel na cidade e, ao mesmo, tempo não quer ter muito custo na manutenção. O imóvel pode ser alugado e, com isso, financiar a sua manutenção.

E já existe na cidade uma forma diferenciada de aluguel para os imóveis. O proprietário pode ser responsável pela locação, pelo *marketing* e recebimento dos aluguéis, sem nenhuma interferência do condomínio. Mas também, pode colocar seu imóvel no *pool* presente no condomínio.

Esse *pool* consiste na inclusão destes apartamentos no sistema de reservas do condomínio, o qual se responsabiliza pela locação e recebimento dos aluguéis. A renda obtida pela locação destes empreendimentos é rateada entre os proprietários dos imóveis, depois de descontadas as despesas de manutenção do apartamento.

Esse tipo de locação está fazendo parte da maioria dos condomínios residenciais presentes em Caldas Novas. O proprietário enxerga nesse *pool* a facilidade de locação, pois

parte destes proprietários reside em outros municípios, o que acaba dificultando a administração dos imóveis.

Um dos precursores desse processo de locação em Caldas Novas é o empreendimento Bluepoint Hot Springs, instalado no município desde 1992, visualizado na figura 09. Possui 442 apartamentos dos quais 213 são administrados pelo *pool* hoteleiro. Os 129 apartamentos restantes não estão vinculados ao sistema de locação do empreendimento, sendo de total responsabilidade dos proprietários a manutenção e locação, de acordo com dados coletados em pesquisa direta (2005).



Figura 09 - Vista frontal do condomínio de flats Bluepoint Hot Springs, Caldas Novas (GO), 2005.

Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Estes apartamentos possuem um quarto, conjugado com uma pequena cozinha e um banheiro. Este imóvel configura a categoria de *flats* ou *apart* hotéis, empreendimentos destinados à locação por um período inferior a trinta dias. Possui serviço de quarto e todas as características de um hotel, mas, por abrigar uma quantidade maior de pessoas por apartamento, atualmente consistem na predileção dos turistas como mostra a figura 10.

Possui um amplo parque aquático, com seis piscinas, *play ground* e equipe de recreação. Está localizado bem próximo ao centro da cidade, o que atrai um número considerável de turistas anualmente, conforme pesquisa direta realizada em 2005.



Figura 10 - **Parque aquático do condomínio de flats Bluepoint Hot Springs, Caldas Novas, 2005.**

Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Empreendimentos como esses estão modificando a estrutura de hospedagem em Caldas Novas. A proliferação destes condomínios fechados, possuidores de uma considerável infraestrutura turística, estão sendo alvos de desejo de quem almeja praticar o turismo, com maior comodidade. A facilidade quanto ao parque aquático, ou seja, a água termal, a localização, na maior parte das vezes fora da área central e o baixo custo na locação destes imóveis, estão fazendo com que os hotéis percam sua clientela ou readaptem-se ao novo modo de hospedar, o que acaba por reestruturar o complexo hoteleiro de Caldas Novas.

2.4 - O turismo em Caldas Novas: a artificialidade da cidade “criada” pelo *marketing* local

Com toda a especialização para o turismo, a população das cidades turísticas se prepara para o acolhimento dos hóspedes e reprodução de espaços destinados a atender às necessidades turísticas de quem visita a cidade. O comércio e os serviços especializam-se para

agregar e promover maior fluidez e dinamismo, visto que a palavra consumo está bastante ligada à prática turística.

Há uma ampliação da malha urbana para agregar mais atividades relacionadas à prática turística. Espaços são construídos, destruídos e reconstruídos na intenção de promover o bem estar ao turista de modo que este passe a consumir o turismo.

Carlos (1996) argumenta que cidades inteiras são transformadas, com o objetivo de atrair turistas e, o estranhamento, é sentido pelas pessoas que vivem nesse município, que vêem transformado o local onde vivem, em um espetáculo no qual o turista torna-se o espectador pacífico.

É o que acontece no município de Caldas Novas. Toda a cidade movimenta-se por causa da atividade turística, em que o principal “ator” é o turista. A “indústria turística” transforma todo o espaço natural presente na cidade, criando um mundo de ficção, ilusório, muitas vezes, não condizente com o meio natural da região. Mas tudo é válido para a atração de sujeitos anestesiados e alienados pela intensa propaganda aplicada com a venda do turismo.

Há também espetáculos e lugares que são diariamente criados para a atração de grupo de turistas. Os carnavais fora de época, as praias artificiais, shows de cantores famosos, pacotes de férias, dentre outros, são mecanismos chamativos, comumente utilizados para atrair esses espectadores.

Mais uma vez, tem-se a presença de locais artificiais, “criados” temporariamente para a sedução dos turistas e, com o passar do tempo, o “circo” montado para o espetáculo se desfaz e novas atrações são idealizadas, na tentativa de atrair um público ainda maior. Essas artimanhas são direcionadas para todas as idades, dependendo do público que se queira atingir e da época que se queira atraí-los.

Um exemplo de eventos criados para a atração de turistas de todos o Brasil é a promoção de um carnaval fora de época, realizado na cidade no final de semana da Semana Santa, feriado considerado como alta temporada para os empreendedores locais.

Para a Prefeitura Municipal de Caldas Novas, caracterizar a semana, mês ou evento como alta temporada remete à intensificação do fluxo turístico para a cidade, independentemente do que a cidade tem oferecer. Por exemplo, o mês de julho, por ser férias escolares e a temperatura ser propícia para fazer uso da água termal é um mês considerado típico de alta temporada, com o aumento de turistas nesta época do ano. Feriados como

carnaval, Semana Santa, Reveillon dentre outros, também oferece atrativos de modo a receber um contingente considerável de turistas. Assim, tem-se uma previsão das altas temporadas.

Nesses períodos, os empreendedores locais, e a Prefeitura Municipal, criam estratégias para atrair um público maior de turistas patrocinando eventos destinados para o “consumo” destes locais turísticos, e de tudo o que a cidade tem para oferecer.

As atividades culturais locais, típicas da região, e a gastronomia são pouco exploradas pelo turismo. O artificialismo se faz presente, a partir do momento em que se “criam” novos elementos e os incorporam à cidade, não aproveitando e explorando os já fazem parte da cultura local, descaracterizando a história dos habitantes.

O espaço produzido pela indústria do turismo perde o sentido, é o presente sem espessura, quer dizer, sem história, sem identidade, neste sentido é o espaço vazio. Ausência. Não lugares. Isso porque o lugar é em sua essência, produção humana, visto que se reproduz na relação entre espaço e sociedade, o que significa a criação, estabelecimento de uma identidade entre comunidade e lugar, identidade essa que se dá por meio de formas de apropriação para a vida. O lugar é produto das relações humanas, entre homem e natureza, tecido por relações sociais que se realizam no plano do vivido, o que garante a construção de uma rede de significado e sentidos que são tecidos pela história e cultura civilizadora produzindo a identidade (CARLOS, 1996, p. 28).

Em Caldas Novas, essa artificialidade se faz presente principalmente dentro dos clubes sociais, construídos de modo a atrair e agradar um número cada vez maior de associados. Todos os clubes são fechados, com altos muros para fazer com que o turista “esqueça a realidade” e aproveite ao máximo as atividades de entretenimento oferecidas pelo estabelecimento, sempre acompanhadas de muito consumo. Esses clubes são locais construídos pela ação humana com a simples finalidade de exercer atração e domínio sobre os turistas.

O turismo torna-se mercadoria, pois a entrada nestes clubes é conseguida por meio de aquisição de títulos ou pagamento de convites diários. Não existe um único local na cidade em que se pratique o turismo em Caldas Novas sem que haja pagamento para isso. Percebe-se, dessa forma, a “venda” dos espaços naturais e construídos na cidade, principalmente quando estão ligados diretamente à exploração do lençol freático termal. Estes locais destinados à diversão são utilizados por uma parcela reduzida da população capaz de pagar por eles. Esse público é composto de turistas oriundos das cidades vizinhas e de outros estados brasileiros.

O surgimento de novos clubes sociais não faz parte da realidade da cidade, já que a preferência dos turistas é a hospedagem em condomínios residenciais possuidores de parque aquático, que representa uma comodidade. Mas a reestruturação de alguns clubes existentes e ampliação de seu parque aquático, é bastante comum nos maiores empreendimentos da cidade.

Tomemos como exemplo o clube Privé, um dos primeiros clubes sociais construídos na cidade. Atualmente, o grupo possui diversos imóveis, como hotel, *flats* e um clube social. Este clube, é um dos preferidos, principalmente, pelos turistas que visitam Caldas Novas há mais tempo. O clube está passando por uma reestruturação com a ampliação e modernização do parque aquático. Está sendo construído um parque temático com piscina termal de ondas, dentre outras infra-estruturas, de acordo com o Grupo Privé (2005).

A artificialização e ampliação destes locais visam a atrair um número maior de turistas interessados, principalmente, em fazer uso da água termal, mas que acabam seduzidos pelo *marketing* utilizado fortemente por estas empresas que desejam ampliar a comercialização destes “produtos”.

Segundo Portuguese (2001), há toda uma tecnificação dos espaços naturais, gerando artificialidade na prática do turismo. Não se encontra nenhum clube que pouco tenha modificado a estrutura natural e original do espaço em que está inserido com o objetivo de preservar o meio ambiente. Sempre há construções luxuosas com edificações destinadas à atração deste espaço, cada vez mais, artificializado.

A figura 11 demonstra esta realidade de espaços totalmente modificados nos clubes sociais da cidade, exemplificado pelo parque aquático do clube Di Roma. São espaços reconstruídos a fim de atrair o público que frequenta o clube. O mais interessante de se analisar é que alguns destes empreendimentos preocupam-se em manter as características naturais no ambiente, por mais que sejam, meramente, edificações e obras humanas.



Figura 11 - **Clube Di Roma**: artificialização dos ambientes, Caldas Novas (GO), 2005.
Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Ao turista essa sensação de estar próximo à natureza gera certo conforto, tornando estes espaços artificialmente naturais muito mais atrativos. São locais arborizados, buscando retratar a harmonia do homem com o meio ambiente.

Diante de toda essa tecnificação e artificialização, estes empreendimentos tentam reproduzir os espaços naturais, muito almejados pelos turistas que saem de grandes cidades e desejam praticar turismo e, quanto mais calmo e natural o lugar, melhor. Geralmente; estes clubes oferecem piscinas cascalhadas de água corrente, muita arborização, levando ao turista a sensação de estar bem próximo da natureza, o que realmente não acontece, pois são espaços totalmente construídos pela ação humana.

Em outros locais destinados à prática turística, existe uma preocupação menor com o meio natural, com a conservação e reprodução dos ambientes naturais. Esses clubes procuram ressaltar a magnitude da infra-estrutura turística, sem relacioná-la diretamente com a natureza, como pode ser observado na figura 12.



Figura 12 - **Clube Prive**: vista parcial da área de lazer, Caldas Novas (GO), abril de 2005.
Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Para uma parcela significativa de turistas que visitam a cidade, o que mais interessa quando procuram a cidade não é o contato direto com a natureza, espaços naturais e vegetação, mas sim, o contato com as águas termais, das piscinas aquecidas.

Chamou muita atenção, a piscina de onda construída em um clube social da cidade. É um atrativo que aguça o imaginário de qualquer turista. É a personificação da artificialidade em Caldas Novas, que por meio de um motor dentro da piscina, movimenta a água e, dessa forma produz ondas, tem-se a sensação de estar no litoral, em meio à região Centro-Oeste.

Em visitas realizadas a este clube, observou-se a dinâmica de artificialidade. Vários acontecimentos ocorridos chamaram a atenção, um deles refere-se à piscina de ondas termal, denominada pelo empreendimento: “Hot Wave”. A figura 13 mostra a personificação dos elementos artificiais, em meio à natureza dentro do clube.



Figura 13 - **Piscina de onda thermal do clube Di Roma, Caldas Novas (GO), abril de 2005.**
 Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

A piscina começa a funcionar, ou seja, “produzir” ondas, às 10 h. E, por um alarme que ecoa em todo o clube, as pessoas sabem que as ondas começaram. Foi bastante interessante presenciar a expectativa dos associados e visitantes do clube quando soou o alarme dando início à produção de ondas na piscina. As pessoas corriam de todos os lados e dirigiam-se para a piscina que, em poucos minutos, estava repleta de banhistas. Percebe-se então, que o maior atrativo deste clube, atualmente, é a piscina de ondas. A reprodução do mar doce na região central do Brasil é, atualmente, um dos fatores mais atrativos de Caldas Novas, ficando, às vezes, a água quente relegada a segundo plano.

O mesmo grupo possui outros espaços totalmente criados, que também são atrativos para qualquer turista que visita a cidade. O Jardim Japonês, como o próprio nome sugere, reproduz um jardim estilo oriental, formado por árvores em miniatura, os bonsais, representando a cultura japonesa.

Também é um lugar onde a natureza se faz presente e por isso, torna-se bastante convidativo, recebendo uma quantidade considerável de turistas anualmente. Mas devemos nos lembrar de que apesar do jardim apresentar áreas naturais, estas também são reproduções artificiais dos espaços naturais, criados para atrair os turistas que visitam a cidade.

De acordo com Cruz (2001) o turismo acaba “criando” espaços destinados às práticas turísticas, descaracterizando os espaços naturais e natos das cidades. Estes locais “criados”

pelo turismo impedem se viva e se sinta realmente a cidade, consumindo-se apenas a realidade criada pela atividade turística e, o que é mais impressionante, pagando caro por ela. Segundo Cruz (2001, p. 10) “as paisagens nada mais são, também, que invenções, que criações culturais”.

O mais interessante de se observar em Caldas Novas, é que essa humanização da cidade está deixando de ser exclusiva para o aproveitamento das águas termais, e outros segmentos estão sendo amplamente explorados, como, por exemplo, as margens do lago Corumbá, nos últimos anos, intensamente modificado pela atividade em questão.

Uma série de construções está sendo implementada às margens do lago, descaracterizando o ambiente. Visitamos o local a fim de observar como um dos empreendimentos posiciona-se frente ao turismo local, bem como averiguar qual a infraestrutura oferecida aos visitantes. Em menos de um ano do início das obras, percebe-se que todos os espaços foram modificados e construídos a fim de tornarem-se atrativos para quem o visita. A construção de piscinas, quadras, parques infantis constituem o complexo, que tem como principal atração, um tipo de turismo denominado por diversos autores, como turismo náutico, ou seja, destinado às diversas atividades praticadas às margens de um lago, natural ou artificial. Uma das visitas foi realizada em um feriado prolongado e percebemos o grande número de pessoas que desfrutavam das atividades oferecidas pelo clube.

Conversando com alguns sócios, foi possível perceber que a predileção por esse tipo de turismo explica-se pela quantidade de atividades oferecidas pelo complexo, como lanchas, escunas, *jet-ski* e marina para barcos. Um bar flutuante foi construído às margens do lago, proporcionando contato direto com a natureza.

De posse da figura 14, percebe-se a artificialização dos espaços destinados a essa prática de lazer diferenciado, que não se restringe apenas à exploração do lençol freático termal, apresenta outras possibilidades presentes em uma cidade turística. O clube possui piscinas, com água fria, pois a exploração do aquífero termal é proibida na região do lago. Mas possui também um projeto de aquecimento por meio de placas de aquecimento solar, o que resgataria o turismo das águas quentes.



Figura 14 - Vista parcial do clube Náutico, Caldas Novas (GO), 2005.
Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Um dos maiores atrativos que o clube oferece é uma praia artificial construída às margens do lago, representada pela figura 15. O local é bastante arborizado, com uma quantidade considerável de quiosques que permitem maior conforto aos turistas e, mais uma vez, a sensação de estarem usufruindo do litoral na área central do país.



Figura 15 - Vista da praia artificial do clube Náutico, Caldas Novas (GO), 2005.
Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Essa especialização para o turismo náutico traz um certo dinamismo para a economia caldas-novense, reforçando ainda mais o turismo regional. Mas não se pode desconsiderar as consequências negativas para o ambiente, além de sua humanização. Perguntados sobre o esgoto produzido no local, disseram que não há um tratamento prévio, dessa forma, subentende-se que seja jogado diretamente no lago.

As construções destes ambientes artificiais não respeitam as leis ambientais e, dessa forma, essas edificações em locais indevidos, como no caso, as margens do lago artificial, desestruturaram os ecossistemas presentes no local. Verificou-se a fragilidade das leis ambientais, pois os empreendedores não cumprem a legislação e utilizam as margens do lago de Corumbá de modo inadequado e desordenado.

Espaços são criados, como o demonstrado na figura 16, para atrair mais público. Restaurantes, estacionamentos, área de lazer e um grande condomínio de *flats* já estão sendo erguidos no local a fim de ocupar e descaracterizar ainda mais a área. Dessa forma, a humanização das margens do lago também é motivo de cobiça do setor imobiliário local. Estes *flats* são a mais nova mercadoria a ser comercializada em Caldas Novas e em toda a região.



Figura 16 - **Espaços construídos no clube Náutico, Caldas Novas (GO), 2005.**
Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Ainda, às margens do lago de Corumbá, está ocorrendo também a ocupação da área para a construção de residências de grande porte destinadas à classe mais abastada de Caldas Novas. Pessoas com maior poder aquisitivo, mas não querem associar-se a nenhum clube, constroem residências de luxo no local, o que também acarreta artificializações no espaço, e problemas de ordem social e natural.

Assim, verifica-se a ocupação das margens do lago por empreendimentos turísticos de grande porte, com os diversos clubes em construção e, também, o aproveitamento da área por edificações particulares, destinadas à moradia permanente ou ao turismo nos finais de semana. Esse tipo de residência foi anteriormente denominado por nós como residências de uso ocasional ou segunda residência.

Essa ocupação das margens do lago, tanto por grandes empreendimentos turísticos, quanto por residências, ocasiona problemas de ordem ambiental, como verificados na figura 17. A utilização dos solos próxima à água causa erosão, desmatamento e poluição por esgotos, lixo, etc.



Figura 17 - **Residência construída às margens do lago Corumbá, 2005.**
Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Percebemos então que tanto a construção de espaços destinados ao turista, quanto a especulação imobiliária e a artificialização dos espaços são encontrados às margens do lago

de Corumbá. Essa realidade está presente em todo o município, não se restringindo apenas à malha urbana, possuidora de infra-estrutura que permite a ampliação do turismo local.

Observa-se que o poder público municipal pouco se preocupa com a ocupação desordenada às margens do lago de Corumbá, tanto por empreendimentos turísticos, como por residências particulares. Como Caldas Novas é um município turístico, o poder público preocupa-se mais como o desenvolvimento econômico, do que com a preservação ambiental, o que no futuro poderá gerar sérios problemas.

Toda essa humanização dos espaços naturais remete ao turista a idéia de estar em locais totalmente construídos pela ação antrópica e, muitas vezes, nos esquecemos de que estes espaços construídos tiveram como “matéria-prima” o recurso natural existente no local. No caso do lago de Corumbá, o rio cedeu espaço ao lago artificial, e posteriormente este lago absorveu estas tecnificações propostas pelo empreendedor turístico, como meio de ampliar a atratividade ali existente.

Os elementos naturais se fundem com a paisagem modificada, o que, às vezes, nos leva a pensar que todos aqueles espaços foram construídos pela ação humana, sem nos dar conta dos elementos da natureza que serviram de matéria-prima para as construções.

Esse “consumo” da cidade ou dos espaços turísticos, juntamente com a humanização e construção de diversos lugares, se devem ao desenvolvimento de um fator primordial, o *marketing* idealizado e criado para a comercialização destes locais. Essa propaganda é uma forte aliada para a divulgação e comercialização destes lugares turísticos, sendo aplicadas em Caldas Novas e toda a região.

De acordo com Ruschmann (1990), o turismo vende um produto imaterial, que sugere um consumo abstrato e, por esse motivo, ressalta-se a importância de um *marketing* bem feito para o sucesso desse “produto” turístico. O Brasil, de acordo com diferentes autores, Portuguez (2001) e Cruz (2001), é um local propício para a realização de diversas práticas turísticas, pela quantidade de atrativos existentes, pelo que alguns autores denominam matéria-prima turística, ou seja, condições naturais necessárias para o desenvolvimento da atividade. Dessa forma, esses municípios que são possuidores desse atrativo turístico criam condições, por meio de uma de publicidade criativa, para divulgar atrativos e atrair turistas.

O marketing é, portanto, muito mais do que a modernização das técnicas de venda: é um conceito voltado para o consumidor. Seu objetivo busca identificar e satisfazer as necessidades dos consumidores (RUSCHMANN, 1990, p. 15).

O *marketing* apodera-se das principais características do local, transformando-as em mercadorias de consumo. Em Caldas Novas, a principal mercadoria a ser comercializada é a água termal e depois os solos urbanos, essenciais na reprodução do capital com a venda e locação de casas, *flats* e apartamentos, principalmente para temporadas.

O turismo introduz novos códigos culturais e propõe novos sistemas de símbolos baseados em imagens que substituem a realidade e conduzem a julgamentos segundo códigos impostos pela mídia. Assim a publicidade não se limita a designar um produto particular a vender, porém, pela utilização de uma linguagem e de meios de informação cuidadosamente elaborados, difunde-se uma imagem de um modo de vida e de uma ideologia inspirada por grupos líderes da população, aos quais convém imitar pelos seus comportamentos e hábitos de consumo. A insatisfação nascida do quadro de vida urbano é exacerbada, vendendo-se o espaço turístico como o paraíso (RODRIGUES, 1997, p. 27).

Estas cidades criam estereótipos para levar, ao máximo de pessoas possível, o fascínio supostamente oferecido por elas e, a partir disso, criam simbologias por meio de imagens e linguagens que levam ao consumidor a um desejo incondicional de consumir o produto oferecido.

O produto turístico difere, fundamentalmente dos produtos industrializados e do comércio. Compõe-se de elementos e percepções inatingíveis e é sentido pelo consumidor como uma experiência (RUSCHMANN, 1990, p. 26).

No caso de Caldas Novas, a água termal, o amplo e atrativo complexo hoteleiro, bem como toda a organização espacial da cidade para a atividade turística servem de atrativos para a visita de um grande número de pessoas anualmente. Devido às atividades criadas para chamar atenção dos turistas e o *marketing* investido na divulgação dos empreendimentos, a cidade torna-se cada vez mais interessante, tornando-se mercadoria de consumo para quem a visita.

É bastante interessante analisar que esses atrativos são também direcionados ao público que se deseja atingir e à época de maior visita de dos mesmos. Um exemplo foi o carnaval fora de época, denominado *Caldas Fest Folia*, promovido em março de 2005, por uma empresa goiana, com o apoio da prefeitura local e, empresários do setor hoteleiro de Caldas Novas.

O evento contou com a participação de bandas baianas, uma infra-estrutura montada especialmente para o recebimento de aproximadamente 100.000 turistas e uma publicidade

que atingiu não somente Caldas Novas, como também os municípios próximos, principalmente Uberlândia, Goiânia e Brasília, segundo pesquisa direta realizada no ano de 2005. Esse evento ocorreu no feriado prolongado da Semana Santa, no mês de março, e que segundo a Prefeitura Municipal de Caldas Novas (2005), atraiu cerca de 100.000 pessoas, oriundas de diversas localidades do país.

Festividades como essas são comuns em Caldas Novas, já que possui espaços destinados a esse tipo de atividade. Há também a preocupação tanto do poder público, quanto dos empresários locais em atrair um número cada vez maior de turistas para a cidade. Festas temáticas são criadas, shows de cantores famosos, micaretas e carnavais fora de época atraem o público jovem, aproveita-se a época do ano mais propícia para o recebimento deste tipo de público, ou seja, os finais de semana prolongados ou férias, quando esse público tem condições de se deslocar de diversos locais e se hospedar na cidade por mais tempo.

Eventos temáticos e, com público diferenciado do jovem, também recebem atenção e, vários são criados para atrair principalmente a população mais idosa. Anualmente, é preparado um encontro nacional da terceira idade, em que excursões com pessoas acima de 60 anos visitam a cidade a fim de desfrutar das águas termais, com promessas de curas para diversos males físicos.

A visitação deste público ocorre em datas de maior calma, denominadas pelo poder público local como baixa temporada, pois a tranquilidade é buscada por esse tipo de turista, e ainda pode ser desfrutada na cidade, nestas ocasiões menos festivas.

Percebe-se então, todo um direcionamento da atividade turística quanto à promoção de eventos, destinados a públicos distintos em diferentes épocas do ano, bem como a ampliação do *marketing*, com a intenção de gerir um turismo dinâmico e rentável e, assim, garantir o desenvolvimento econômico, não somente da cidade de Caldas Novas, como também de toda a região.

A forte propaganda também é utilizada pelo mercado imobiliário local, amplamente interessada em “vender” o produto turístico, ou seja, a água termal, acaba trazendo consigo implicitamente o “consumo” de locais para hospedagem na cidade.

A cidade é repleta de *out doors* e *folders* que são distribuídos nos semáforos por toda a cidade. Os meios de comunicação local também interpelam para que o turista consuma todas as “mercadorias” presentes na cidade, sejam elas materiais ou imateriais. Há todo um aparato para que o turista desfrute do que a cidade tem a oferecer. Mas, é bom lembrar que a atividade

turística acaba sendo responsável por todo esse consumo exacerbado tanto dos objetos materiais, como também dos imateriais, em que o *marketing* se torna tão forte e tão presente, remetendo à palavra turismo o significado de consumo.

2.5 - O mercado imobiliário caldas-novense: a reestruturação da cidade turística

Percorrendo as ruas da cidade, observa-se o grande número de empreendimentos construídos na malha urbana. As propagandas vinculadas a estes empreendimentos são muito fortes e despertam o desejo de adquirir estes imóveis, mesmo que sejam pouco utilizados, ou quando se tornam mercadorias para a locação e reprodução do capital.

Estes empreendedores imobiliários locais utilizam diversos recursos gráficos para atrair um público seletivo de investidores. Monta-se *folders* ilustrados, que induzem o consumidor a pelo menos conhecer o empreendimento em construção. Fotos do local ou maquetes são utilizadas, juntamente ilustrações de uma família feliz, ressaltando a alegria que esta aquisição irá proporcionar, como mostra a figura 18.

Outro fator observado e muito interessante foi o aproveitamento das áreas centrais da cidade para a construção destes empreendimentos, bem como a explicitação da facilidade de locomoção e serviços que oferecem, tornando esta aquisição um excelente negócio. Visualiza-se presença da especulação imobiliária, nos próprios *folders* de divulgação, uma vez que estas propagandas ressaltam o excelente negócio tanto para quem deseja morar no imóvel, quanto para quem deseja investir em sua locação.



Figura 18 - **Acqua Ville Flats, Caldas Novas (GO), 2005.**
 Fonte: Folder publicitário, 2005¹.

O condomínio visualizado nas figuras 19 e 20 pertence a um antigo grupo de empreendedores local, precursor da construção de hotéis na cidade. A propaganda faz questão de ressaltar a importância da localização do empreendimento, e as facilidades que oferece. As imagens mostradas reforçam a presença de espaços construídos e artificiais voltados para a prática turística.

¹ Folder publicitário Acqua Ville Flat's. Visão Construção e Incorporação; Rigonato Construtora e Incorporadora, Caldas Novas, 2005.



Figura 19 - **Golden Thermas Residence, Caldas Novas (GO), 2005.**
 Fonte: Folder publicitário, 2005².



Figura 20 - **Parque aquático do Golden Thermas Residence, Caldas Novas (GO), 2005.**
 Fonte: Folder publicitário, 2005³.

² Folder publicitário Golden Thermas Residence. Golden Thermas empreendimentos; XYZ Construção, Caldas Novas, 2005.

³ Folder publicitário Golden Thermas Residence. Golden Thermas empreendimentos; XYZ Construção, Caldas Novas, 2005.

No que se refere à expansão do complexo hoteleiro pela cidade, há uma disputa entre as maiores empresas do ramo hoteleiro. O grupo Di Roma e o grupo Privé disputam metro a metro as áreas melhor localizadas da cidade, a fim de ampliar seus negócios e atrair um público cada vez maior para seus investimentos.

O clube Privé, com o objetivo de ampliar a área física de seu clube social, lançou recentemente na cidade, um projeto que visa aumentar a área de lazer e novos atrativos para o clube. A propaganda é realizada de forma direta, ou seja, junto aos sócios do clube, pois esta é a maneira mais fácil e acessível de “chegar” até o associado, como mostra a figura 21. A ampliação contará com a construção de um amplo parque aquático temático e, a inovadora de uma piscina termal de ondas, visto que este tipo de atrativo está sendo bastante procurado na cidade.



Figura 21 - **Water Park Eldorado, Caldas Novas, 2005.**
Fonte: Folder publicitário, 2005⁴.

Esta ampliação visa atrair um número maior de associados. Os títulos estão sendo vendidos aos sócios por um valor considerável de R\$ 600,00. O clube justifica a cobrança do

⁴ Folder publicitário Eldorado Water Park, Caldas Novas, 2005.

título como sendo um complemento do título já existente e, que a ampliação, trará benefícios aos associados, pois terão um novo local para se divertir, de acordo com pesquisa direta (2005).

Mais uma vez, tem -se a construção de espaços humanizados, a serviço do turista e do consumo das águas termais. A humanização da paisagem é visualizada do *folder* que mostra o projeto de ampliação. Os espaços naturais pouco são preservados neste empreendimento. As propagandas sempre apelam para que o turista adquira um título, reforçando a idéia da aquisição de um bom negócio.

O grupo Di Roma lançou um condomínio fechado horizontal, uma inovação no setor imobiliário da cidade, como mostra a figura 22. O complexo contém parque aquático e uma infra-estrutura completa no que diz respeito à prática turística. As casas possuem padrão elevado de construção, apesar de serem pequenas. Existem dois modelos à disposição. Uma mais acessível, no que se refere ao preço. Com uma construção de 39 metros de área construída, o comprador pagará R\$ 60.000,00. O outro modelo disponível possui 75 metros quadrados de área construída e o valor total é R\$ 117.000,00. Estes valores podem ser parcelados, facilitando-se a aquisição do empreendimento, conforme Di Roma empreendimentos imobiliários (2005).



Figura 22 - **Condomínio Residencial Di Roma Fiori, Caldas Novas (GO), 2005**
Fonte: Folder publicitário, 2005⁵.

⁵ Folder publicitário Di Roma Fiori. Di Roma Incorporação, Construção e Vendas, Caldas Novas, 2005.

Desta forma, percebe-se que este tipo inovador de aquisição de moradia em Caldas Novas, ou seja, os condomínios residenciais horizontais, são mais onerosos do que a aquisição e manutenção de um empreendimento vertical na cidade.

Indagados sobre esta diferença de preços, entre a edificação vertical e a horizontal, os empreendedores responderam que a predileção pela edificação horizontal justifica-se pela liberdade oferecida, bem como a segurança encontrada na mesma. Estes espaços fortificados e altamente segregados fazem parte da paisagem urbana de Caldas Novas, reestruturando o modo de se hospedar e morar.

Às margens do lago de Corumbá, a realidade é a mesma, ou seja, o *marketing* utilizado para propagar a construção dos novos empreendimentos agrega os mesmos artifícios para exercer fascínio em quem visita o local, ou simplesmente, propicia acesso ao panfleto altamente ilustrado, visualizado na figura 23.

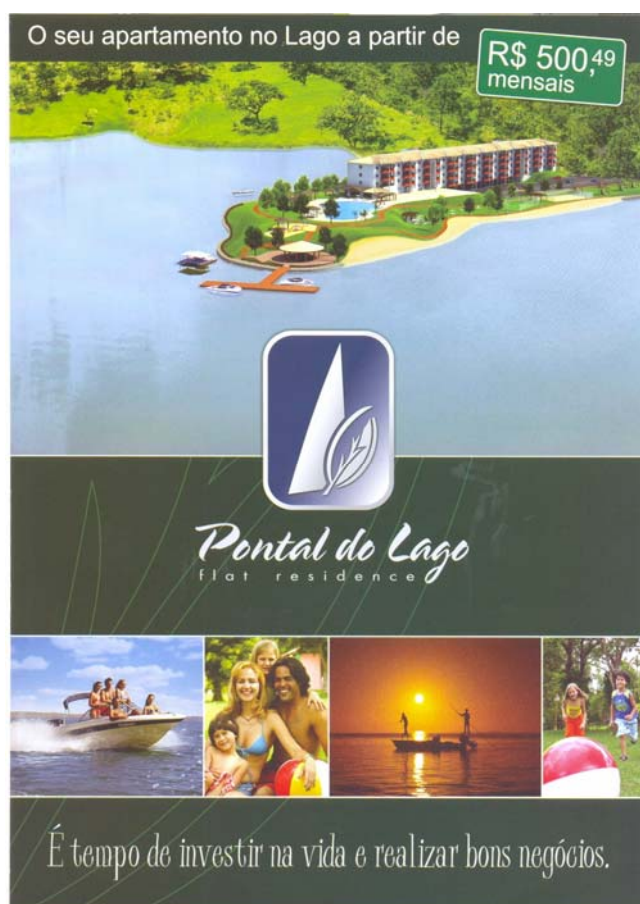


Figura 23 - **Pontal do Lago Flat Residence, Caldas Novas (GO), 2005**
Fonte: Folder publicitário, 2005⁶.

⁶ Folder publicitário Pontal do Lago Flat Residence, Master Assessoria Imobiliária; DMP Construtora; Premium Construtora e Incorporadora, Caldas Novas, 2005.

A imagem reforça a presença da natureza, bem como o empreendimento pronto para ser utilizado. Há uma exaltação das belezas naturais, tão sonhadas por quem adquire o imóvel. Imagens de pessoas se divertindo em família também são utilizadas com a intenção de chamar a atenção para a aquisição, e assim tornar mais sedutor o produto.

O preço das parcelas a serem pagas mensalmente pela aquisição do complexo (R\$ 500,49) também é colocado na parte externa do folder, o que de certo modo acaba direcionando o público que tem intenção de visitar o local, visto que é acessível a uma quantidade reduzida de pessoas.

Cabe lembrar que este é um dos empreendimentos em construção às margens do lago, mas que exemplifica a utilização do *marketing* para a ampliação da venda e consumo da atividade turística em Caldas Novas, bem como a humanização das áreas naturais. Existe também uma preocupação quanto à facilidade de locomoção e instalação no complexo. Juntamente com a propaganda bastante chamativa, traçou-se o mapa de localização do empreendimento, reforçando a sua proximidade e facilidade de acesso à área central da cidade, como mostra a figura 24.



Figura 24 - **Mapa de localização do Portal do Lago Flat Residence, Caldas Novas (GO), 2005.**

Fonte: Folder publicitário, 2005⁷.

⁷ Folder publicitário Portal do Lago Flat Residence, Master Assessoria Imobiliária; DMP Construtora; Premium Construtora e Incorporadora, Caldas Novas, 2005.

A reestruturação da malha urbana da cidade de Caldas Novas, bem como a ampliação e artificialização dos espaços construídos, principalmente pela diversificação e aumento do número de empreendimentos hoteleiros, segmenta o espaço, geralmente ocasionando a fragmentação de toda a cidade e, conseqüentemente, a constituição de espaços diferenciados, também analisados em nosso trabalho.

2.6 - A segregação ou segmentação espacial de Caldas Novas: fruto da atividade turística?

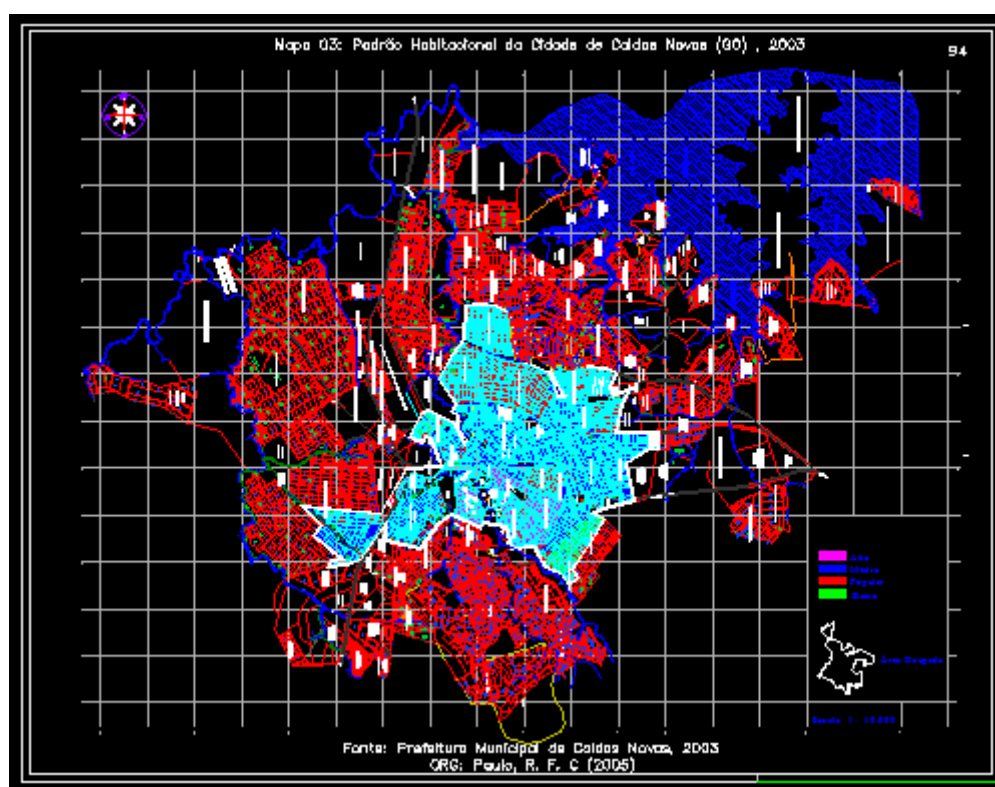
O processo de urbanização juntamente com as relações humanas presentes nas cidades e também fora delas, o capital e suas representações, criam espaços heterogêneos; movidos principalmente pelo desejo de abrigar de maneira diferenciada a população, cada qual com seu poder aquisitivo. Villaça (2001) considera a segregação urbana como fundamental para a compreensão da malha intra-urbana, sendo esta, uma das principais características das maiores cidades brasileiras, principalmente, das metrópoles.

A questão da segregação sócioespacial é bastante debatida entre estudiosos da área urbana e será abordada neste trabalho tanto na esfera urbana, que corresponde a bairros, ruas e casas de níveis sociais diferenciados, como também no que se refere à segregação sócioespacial turística, ou seja, a separação dos equipamentos presentes na cidade, edificações e população que habita espaços diferenciados, em função do desenvolvimento do turismo na cidade de Caldas Novas.

No caso de Caldas Novas, não se pode afirmar que há uma segregação, mas sim uma segmentação espacial, ocasionada pela atividade turística, que acaba definindo lugares destinados a desenvolver de maneira distinta.

O termo segmentação turística, ainda pouco explorado por estudiosos, será tratado como a separação da cidade pelas atividades que envolvem a prática turística, como também pelo público diferenciado que usufrui desta atividade. Em Caldas Novas, não podemos desconsiderar que quase toda a malha urbana especializou-se para o desenvolvimento da atividade, mas essa especialização aconteceu de forma diferenciada, conforme mapa 03.

Mapa 03 - Padrão habitacional da cidade de Caldas Novas (GO), 2003.



Bairros são “criados” para absorver turistas de maior poder aquisitivo, e conseqüentemente, os empreendimentos que servirão a eles. Estes espaços tornam-se diferenciados dos demais presentes na cidade, pela suntuosidade das construções, presença de equipamentos públicos, maior acessibilidade e infra-estrutura turística. Enquanto isso, outros se especializam em empreendimentos mais singelos, para atender a uma camada menos abastada da população.

A área central especializa-se no comércio, uma vez que esse é essencial para o desenvolvimento da economia de uma cidade turística, enquanto a periferia absorve a população residente no município, já que os solos melhor localizados são destinados à exploração turística e, logicamente, são mais valiosos.

Santos (1992) denomina segregação espacial como o movimento de separação das classes sociais no espaço urbano. Nessa perspectiva, analisando essa definição, percebe-se que em todos os locais do planeta Terra há algum tipo de segregação sócio-espacial, basta um simples olhar pela nossa rua, bairro, cidade, ou qualquer noticiário televisivo, que se constata, a localização distinta das classes sociais.

Para Castells (1983) apud Marisco (2003, p. 15) segregação urbana “é a tendência à organização do espaço em zonas de forte homogeneidade social interna com intensa disparidade social entre elas, sendo esta disparidade compreendida não só em termos de diferença, como também uma hierarquia”.

Nessa ótica, as massas heterogêneas não podem e não devem ocupar os mesmos espaços. Mas quem é que determina qual espaço cada classe deve ocupar? Será que devemos seguir o censo comum e estipular que as classes mais abastadas devam ocupar as áreas centrais, e as classes menos favorecidas devam ocupar a periferia? Quem dita essas regras? Será a população, o poder público ou a infra-estrutura de cada local que acaba sendo fator determinante de instalação da população nas mais diferentes áreas urbanas?

Segundo Villaça (2001, p. 142) “a segregação é um processo segundo o qual diferentes classes ou camadas sociais tendem a se concentrar cada vez mais em diferentes regiões gerais ou conjuntos de bairros da metrópole”.

Villaça (2001), analisa as grandes cidades, principalmente as metrópoles, e relata que o principal tipo de segregação espacial existente nestes centros urbanos é o de centro-periferia, sendo que a área central é dotada de serviços urbanos públicos e privados, é a área predileta e acessível para as classes com maior poder aquisitivo. Enquanto as áreas periféricas, sem muitos equipamentos e localizadas em áreas distantes, são, na maior parte das vezes,

ocupadas pela classe social com menor poder aquisitivo. Essa fragmentação do espaço urbano pelas diferentes classes sociais é um tipo de segmentação espacial.

Para Santos (1992), o fator determinante para a explicação da segregação sócioespacial é o preço da terra, ou seja, quanto melhor a terra, maior será o seu preço e desse modo será adquirida apenas por quem poderá comprá-la. Mas o valor deste solo é determinado por dois fatores distintos, a localização e os serviços públicos oferecidos.

Mas segundo esse autor, a localização refere-se à acessibilidade aos melhores pontos da cidade, especialmente os localizados nas áreas centrais. Dessa forma, fica explícito que quem determina a melhor localização e também a acessibilidade aos serviços públicos são os agentes imobiliários, juntamente com o poder público local, ou seja, um grupo de pessoas geralmente bastante interessadas no desenvolvimento de determinadas áreas dentro do espaço urbano.

Lojkin (1987) apud Marisco (2003) afirma que o Estado é o principal agente responsável pela transformação do espaço. É a forma que utiliza para garantir a reprodução do capital de forma adequada, legal e ordenada.

Uma análise desses determinados espaços tem que ser realizada, pois sabe-se que os fatores econômicos políticos e ideológicos permeiam a segregação nos espaços urbanos. Os guetos surgem da necessidade de as pessoas se agruparem, segundo suas características mais marcantes.

Segundo Marisco (2003), a segregação espacial tem forte relação com o acesso desigual dos diferentes grupos sociais às benfeitorias de uma cidade, ocasionando a separação dessas classes no espaço. A autora fala também que essa guetização é uma tendência à organização do espaço em zonas homogêneas a fim de se buscar uma identidade própria.

Nessa perspectiva, os bairros com classes sociais distintas obedecem a esta lógica, em que a população com poder aquisitivo semelhante, procura agrupar-se em uma mesma região que possui características pertencentes a este grupo.

De acordo com Marisco (2003) não podemos considerar a segregação espacial como uma separação simplista de localização da sociedade, a classe alta nas áreas centrais e a classe baixa na periferia, pois atualmente os muros de concreto estão segregando estas duas classes sociais, mesmo que os mais abastados estejam se dirigindo para as áreas periféricas, em busca de melhores condições de vida, não mais encontradas na área central.

Toda essa problemática está presente em Caldas Novas. Por ser turística, apresenta equipamentos dispostos por toda a cidade. Mas eles acabam por concentrar-se em determinados pontos da malha urbana como, por exemplo, na área central e em bairros também centrais, que são pensados e destinados à absorção e desenvolvimento do turismo local.

Vendo toda essa dinâmica turística se desenhar, grandes empresários do ramo, com a ajuda do poder público local, direcionou a área turística para a região norte da cidade bem próxima a área central, que foi preparada para receber tal atividade. Com avenidas duplas bastante largas, asfaltadas e uma infra-estrutura invejável, o bairro do Turista hoje é, sem sombra de dúvidas, o mais preparado para a atividade turística.

Os maiores clubes estão localizados nesse bairro, bem como os melhores hotéis e *flats* presentes na cidade. Mas tudo isso requer um custo, que principalmente quem consome esse turismo tem que pagar. Atualmente, é a área turística de Caldas Novas mais elitizada, que abriga os turistas com poder aquisitivo mais elevado, ávidos por consumir esse turismo “classe A”.

O solo nessa região é o mais valorizado de toda a malha urbana, devido ao grande crescimento turístico e à quantidade e qualidade de equipamentos existentes. Desse modo, a segregação espacial se faz presente, uma vez que a infra-estrutura, a localização e a presença de equipamentos turísticos estipulam de maneira cruel o preço dos espaços, determinando quem os adquira e, posteriormente, quem usufruirá o turismo nessa região da cidade.

A cidade é fragmentada de acordo com a espacialização do turismo presente em determinadas áreas. As centrais são destinadas ao desenvolvimento e suporte da atividade turística, ou seja, a especialização do comércio, construção de hotéis, pousadas, *flats* e clubes sociais; enquanto a periferia abriga a população local, com todos os serviços destinados a atender as suas necessidades.

A periferia da cidade, mais recentemente, também passou a abrigar os condomínios residenciais horizontais, a mais nova tendência de habitação, utilizada também como segunda residência ou o uso ocasional. Mas é claro, são edificações fortificadas por muros, que separam a periferia do imaginário idealizado para esse tipo de condomínio.

Percebe-se que uma cidade turística como Caldas Novas é pensada e construída para o turista, sendo todas as ações realizadas em prol do seu bem estar. Cabe à população que reside

na cidade abrigar e gerir tal atividade, pois o desenvolvimento da economia local gira em torno do desenvolvimento da prática turística.

O padrão habitacional, visualizado no mapa 03, exemplifica com clareza a segmentação socioespacial na cidade, ocasionada pelo valor dos solos, localização e, conseqüentemente, pelo poder aquisitivo das pessoas que os adquirem na cidade. Mais uma vez, percebe-se que a área central agrega as residências destinadas às classes mais altas da população, enquanto a periferia destina-se à habitação das classes menos favorecidas.

Em pesquisa direta realizada no município no ano de 2004, constatou-se também uma segmentação espacial direcionada para a atividade turística, relacionada não somente ao poder aquisitivo de quem visita a cidade, mas também uma segmentação temporal, ou seja, uma diferenciação quanto à localização dos empreendimentos turísticos, no decorrer da história.

Os primeiros hotéis construídos no município localizavam-se na área central, tendência essa, verificada em grande parte das cidades turísticas brasileiras. A maior acessibilidade, bem como proximidade de infra-estrutura beneficiava a concentração do sistema hoteleiro na área central, mesmo porque, a cidade daquela época, ainda era pequena, ficando difícil a expansão do complexo hoteleiro para a periferia, ainda pouco freqüentada.

Os hotéis, construídos em uma segunda etapa de ampliação do complexo hoteleiro em Caldas Novas, começaram a deixar a área central e direcionaram-se para os bairros mais próximos do centro da cidade. Esses locais, servidos de infra-estrutura, já não mais participam do intenso frenesi encontrado na área central, estão bem localizados, mas ainda conservam certa tranqüilidade.

A expansão da malha urbana pelo crescimento populacional e conseqüentemente a ampliação do número de construções por todo o sítio urbano redesenham o complexo turístico local. Bairros são “criados” exclusivamente para a absorção da atividade turística e a área central torna-se o local menos apropriado para quem almeja descanso e lazer.

Uma nova fisionomia é atribuída à malha urbana de Caldas Novas a partir do momento em que a cidade cresce e, consigo, o comércio, os serviços, fazendo com que a área central torne-se o local menos apropriado para a prática do turismo social, aquele voltado para o lazer e o descanso. Ainda “sobrevivem” alguns empreendimentos hoteleiros nesta área, entretanto a predileção do turista atualmente é pelos localizados nas áreas próximas à central, há mais ou menos 1 km de distância do centro, onde a tranqüilidade ainda existe, e a facilidade de locomoção também.

As áreas estritamente residenciais, destinadas à população local, estão às margens da cidade, enquanto os bairros melhor localizados estão sendo construídos e estruturados para o recebimento do turista. Mais uma vez ocorre a afirmação da teoria de que a reestruturação da malha urbana, bem como seu desenvolvimento econômico, se dão em função da atividade turística.

Com essa preparação da cidade para a absorção do turismo, há uma ampliação indiscriminada do número, *flats*, pousadas, pensões e segundas residências, fazendo com que Caldas Novas torne-se modelo, para o restante do país, com diferentes maneiras de se hospedar. Essa diferenciação quanto ao complexo hoteleiro também gera um tipo de segmentação dos espaços urbanos, pois a cidade torna-se palco da diferenciação de construções destinadas a tipos de turistas distintos.

Os turistas, de forma indireta, também contribuem para a segmentação espacial na cidade de Caldas Novas, ao ocuparem espaços heterogêneos. O modo de hospedagem diferenciado, os clubes sociais destinados às classes sociais distintas contribuem para a segmentação turística da cidade.

Os bairros próximos à área central como, por exemplo, os bairros do Turista I e II, são destinados a abrigar empreendimentos mais elitizados e, conseqüentemente, um público também diferenciado, enquanto nas demais áreas, como a periferia e o centro da cidade apresentam-se popularizado, com empreendimentos menos luxuosos, com equipamentos turísticos menos sofisticados e um complexo hoteleiro destinado às classes menos abastadas.

Há, portanto, uma separação nítida presente no sítio urbano de Caldas Novas, no que se refere ao turismo. E o poder público local parece assistir a tudo pacificamente e, muitas vezes, até participando do processo tão cruel e ao mesmo tempo rentável para a economia do município.

Há também que se considerar que o município atualmente está sendo comandado por grupos políticos que possuem na cidade os maiores empreendimentos turísticos da região, afirmando ainda mais a presença do poder público como um dos principais responsáveis pela segmentação e definição de estratégias para a segmentação dos espaços.

Lojkin (1987) apud Marisco (2003) também delega responsabilidade aos proprietários fundiários pela segregação sócio-espacial. Estes impõem valores altos aos solos, salientando a relação entre a renda fundiária e a segregação socioespacial, pois quem pode adquirir esses solos mais caros, conseqüentemente habita as melhores áreas da cidade. Assim, haverá uma

classe distinta da que habitará a periferia, onde os solos são mais baratos, estabelecendo-se a diferenciação das classes sociais dentro de um espaço urbano.

Não se pode desvincular a segregação socioespacial do mercado imobiliário, grande responsável pela heterogeneização das cidades. No caso de Caldas Novas, essa afirmação torna-se evidente ao verificar-se que a área central é organizada e preparada para abrigar os turistas, com maior potencial de compra e a periferia é pensada para abrigar a população local, uma vez que esta quase não pratica turismo em Caldas Novas, ficando relegada a segundo plano.

O mercado imobiliário, com todo o *marketing* que o envolve, transforma locais até então impróprios para o comércio, ainda sem nenhum atrativo comercial em locais vendáveis, consumíveis. Agrega aos mesmos, valores que ainda não possuíam, como infra-estrutura, comércio, sempre com o apoio do poder público local. Dessa forma, cria espaços destinados à reprodução constante do capital.

Em Caldas Novas, isso se dá quando surge algum empreendimento turístico em localidade, até então, de difícil acesso, sem infra-estrutura, e assim o poder público enxerga possibilidades de desenvolvimento econômico com o crescimento, consegue provê-lo de tudo que precisa para que se torne atrativo perante o mercado imobiliário local.

O empreendimento visualizado na figura 25 exemplifica esta situação. Localizado em uma área distante da área central, longe de qualquer infra-estrutura que possibilite a prática turística, foi construído este condomínio fechado em meio do cerrado, na saída para o município de Rio Quente. Com o passar do tempo, uma avenida de acesso foi construída “ligando” o condomínio ao centro da cidade, permitindo o fluxo de pessoas e de veículos contribuindo, assim, para a atratividade do empreendimento no mercado imobiliário.

O *marketing* utilizado ressalta a importância da tranquilidade oferecida pela localização e o prazer de estar próximo à natureza. A facilidade de acesso às principais áreas da cidade também faz parte da propaganda.

A visualização da figura 25 nos remete a discussões feitas anteriormente. Evidencia a expansão urbana em Caldas Novas, bem como o aumento exagerado dos empreendimentos verticais e a propaganda utilizada em toda a malha urbana, tanto pelo mercado imobiliário, quanto pelos proprietários e pelo poder público, com o objetivo de vender a cidade turística, seja ela na forma material, por meio da venda de edificações, ou pela forma imaterial, nos sugerindo o consumo de todos os elementos que compõem o turismo.



Figura 25 - **Condomínio residencial, Caldas Novas (GO), 2005.**
Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Este condomínio localizado próximo à porção da cidade que mais se desenvolve, no que se refere ao número de edificações construídas, o bairro do Turista, pode futuramente se transformar em um novo bairro, ou até mesmo ser a ampliação do já existente. Essa construção também poderá reforçar a segmentação dos espaços, uma vez que poderá determinar o desenvolvimento de um bairro com construções grandiosas destinadas à atividade turística.

Mais uma vez, afirmamos que a localização privilegiada do solo, a acessibilidade e a oferta de serviços públicos, é criada por uma pequena parcela da sociedade que possui algum tipo de interesse por aquele solo e, dessa forma, leva até eles a infra-estrutura necessária para transformá-lo em mercadoria de grande valor comercial.

Diante de várias leituras, pesquisa direta e visitas à cidade de Caldas Novas, pode-se afirmar que a segmentação socioespacial em Caldas Novas é fruto da atividade turística. Esse fenômeno conseguiu redesenhar o espaço intra-urbano local, sempre levando em consideração o desenvolvimento de áreas destinadas à prática turística e áreas destinadas a abrigar a população local.

Mas um fator que devemos considerar primordial para o desenvolvimento da atividade turística em qualquer cidade, é o fato da população estar envolvida diretamente no processo de crescimento do turismo local, acolhendo essa população que serve de suporte para o

crescimento da atividade. A absorção das transformações ocorridas nos municípios turísticos, em decorrência da dinâmica intra-urbana, também deve ser bem digerida pela população, a fim de se construir juntamente com quem visita a cidade, uma nova identidade e feição ao turismo local.

Ruschmann (1990) diz que só há sucesso na prática do turismo se a população local estiver engajada no desenvolvimento da atividade, pois a população, juntamente, com o poder público local deve estar apta para recepcionar os turistas e fazê-los sentir-se em casa, atraindo ainda mais a sua atenção.

Em entrevistas com moradores da cidade, observamos muitas divergências quanto à opinião sobre a atividade turística. Em um ponto todos foram categóricos, quando indagados da importância do turismo para a economia local. Todos têm a clareza de que a cidade cresce e desenvolve-se economicamente devido a exploração das águas termais.

Quando perguntados se esse crescimento urbano era positivo ou negativo para o município, alguns consideravam o crescimento acelerado como positivo, em função da quantidade de atrativos surgidos na cidade a cada dia, mas a grande maioria considerou o crescimento negativo, devido a “invasão” dos turistas nos finais de semanas prolongados e férias.

Grande parte deles também percebia o direcionamento do crescimento das atividades da cidade para a população turística, alegando que as benfeitorias existentes somente serviam à população que não residia no local.

O alto custo de vida em qualquer cidade turística também foi lembrado pelos moradores. Mas todos achavam importante o envolvimento da população local na atividade turística, pois alegavam que se o turismo “acabar” a cidade também acaba.

Se fosse considerada toda a extensão urbana, seria fácil encontrar em Caldas Novas um outro tipo de segmentação espacial, referente a regiões turísticas e não turísticas. Denominam-se regiões turísticas aquelas voltadas e equipadas para a atividade turística, possuidoras de infra-estrutura necessária para tal, atraindo equipamentos turísticos como hotéis, pousadas, *flats* e, conseqüentemente, turistas.

Já as regiões não direcionadas à exploração turística, são essencialmente residenciais, industriais ou comerciais, geralmente distantes das áreas centrais, não preparadas para a prática turística. Com toda certeza, pode-se afirmar que a primeira região é muito mais valorizada em uma cidade turística, devido aos atrativos que possui e, como o próprio nome

diz, está toda voltada para a atividade, mais cobiçada por quem visita a cidade e deseja fazer turismo.

Não se pode desconsiderar, quando se fala em segmentação espacial, os condomínios fechados, categóricos na separação das diferentes classes sociais. Presentes, principalmente, nos grandes centros urbanos, frutos da ideologia de maior segurança, esses condomínios não se localizam necessariamente nas áreas centrais e, por esse motivo, são extremamente fortificados no que se refere à segurança.

A idéia de altos muros cercando o empreendimento nos dá a sensação de distância em relação às mazelas presentes na cidade. Essa é atualmente a mais nova personificação da forma segura de morar. Caldas Novas, como já foi discutido, possui um grande número de edifícios, se levada em consideração o seu número de população. A intensa verticalização também pode ser considerada como um tipo de segmentação espacial, a partir do momento que separa nitidamente os espaços destinados a diferentes classes sociais nesses empreendimentos, abrigando a parcela com maior poder aquisitivo.

Os muros que envolvem estes empreendimentos afastam as mazelas presentes no mundo “real”; e a dinâmica criada, dentro destes condomínios, é criada para satisfazer o turista, que está naquele lugar para descansar, relaxar e esquecer os problemas presentes nas cidades. Não são somente os espaços que são criados, mas sim toda uma atmosfera de ilusão de uma realidade encontrada apenas nestes locais fortificados e segmentados, oferecendo conforto e segurança.

Caldeira (1991) apud Villaça (2001) atualizam o conceito de segregação, pois os condomínios fechados, desde a década de 1980, se fazem presente pela malha urbana das grandes cidades brasileiras e, nessa ótica, é de suma importância redesenhar o mapa da segregação espacial.

Estes espaços tornam-se segmentados por abrigar população com poder aquisitivo diferenciado, ou seja, possuidora de maior renda, pois, como já foi discutido, anteriormente, o alto custo para a manutenção destes espaços localizados em condomínios residenciais seleciona os moradores do local.

Argumentarei que a extensão das mudanças é tal, que não será que modifiquemos a maneira pela qual concebemos a encarnação da discriminação social na forma urbana, não poderemos compreender os atuais predicados da cidade. Em segundo lugar, desejo sublinhar as mudanças e seus instrumentos a fim de argumentar que eles constituem, na esfera do ambiente construído, a mesma construção de

estereótipos e classificações simplistas construídas nas narrativas do crime, estratégias de segregação, de reordenação e de reconfiguração do que seria a norma. As narrativas de crimes revelam a mesma obsessão em erguer barreiras sociais manifestadas pelos residentes na construção de muros e cercas para enclausurar suas casas e vizinhanças. É enquanto corporificação de novas estratégias de segregação, forjadas no contexto de maior proximidade de diferentes grupos sociais, crise econômica, incertezas e medo do crime, que devemos ler a nova cidade de muralhas (CALDEIRA, 1991 apud VILLAÇA, 2001, p.152)

A fortificação quanto aos muros e grades que cercam estes empreendimentos não serve apenas como segurança para qualquer tipo de violência que possa surgir contra os moradores, mas também para “isolar” esta população do contato direto com a realidade de fora do condomínio. Realidade muitas vezes, decorrente destes tipos de segregações existentes por toda a malha urbana, que acabam por discriminar diversos grupos sociais.

No caso de Caldas Novas, a proliferação destes empreendimentos verticais, destinados à prática turística, sugere ao turista o prazer de estar em um local seguro, cercado de lazer, visto que a maior parte deles oferece parque aquático, ou alguma piscina e a facilidade de acesso às águas termas. São espaços construídos de modo a privilegiar o contato direto do hóspede com a natureza, mesmo que esta também tenha sido construída. Espaços pensados para agradar ao máximo seus freqüentadores tornam-se objeto de desejo de consumo.

Diante de todas estas especificidades presentes no cenário urbano, a cidade torna-se fruto das representações das diversas classes sociais existentes em um único espaço. Dessa forma, vários ambientes são “criados” a fim de adequar a cada um deles um estereótipo turístico, dependendo daquilo que o turista quer usufruir e pode pagar.

O complexo hoteleiro também se torna segmentado, em virtude de sua localização e do poder aquisitivo de seu público. Empreendimentos especializam-se em turismo de terceira idade, enquanto outros se especializam em atrações que agradam ao público mais jovem. O valor a ser pago por esse turismo é um dos principais responsáveis pela segmentação turística em Caldas Novas. Então, tem-se também a segmentação dos espaços destinados aos turistas, reforçando a separação de classes em um sistema urbano.

A cidade e suas distintas relações passam a representar um mosaico de bairros, cada qual representando características da população que nele habita. As diversas manifestações dentro de uma cidade caracterizam a cultura e costumes, que revelam também a identidade populacional daquele reduto.

Dessa forma, a cidade por si só é automaticamente segregada, sem que isso seja apenas imposição do capital ou da atividade turística. Temos a configuração de uma “colcha de retalhos” formada não somente pela disposição hierárquica dos bairros, como também pela identidade cultural de cada região.

Em uma cidade como Caldas Novas, onde o turismo acaba por reforçar esta segmentação não somente dos espaços, como também dos equipamentos, este mosaico torna-se mais amplo e, muitas vezes, retrata a evidência da construção dos espaços e direcionamento para a classe social que este espaço deseja atingir. Mais uma vez, vê-se que o capital e a sua reprodução impõem sua própria lógica, mesmo que, de forma cruel, tenha que criar espaços diferenciados em uma cidade.

Não se pode desconsiderar que apesar dos fatores externos, causados pela atividade humana, a segmentação dos espaços é fator natural de qualquer aglomerado humano. Este trabalho tem como objetivo analisar a segmentação socioespacial imposta cada vez mais pelo capital e às pessoas que o reproduzem.

Pensar em cidade como organismo vivo e independente da vontade humana, não é deixar de lado todos os agentes que contribuem para a construção, destruição e reconstrução do espaço urbano. Nessa perspectiva quando se analisa a cidade como um organismo que recebe influência natural do meio urbano, devemos pensar a cidade como um local de reprodução constante de interesses diversos, cada vez mais voltados para a lógica das reproduções do espaço urbano e do capital.

E nessa perspectiva, a segregação dos espaços fica mais evidente a partir do momento em que diversos interesses começam a direcionar o crescimento urbano nas cidades. Proprietários dos imóveis querem sua valorização, os locatários querem a diminuição do preço da terra, os agentes imobiliários desejam supervalorizar determinadas áreas urbanas a fim de locar ou vender imóveis mais valorizados, enquanto o Estado não consegue distinguir seu papel nessa meada, tornando-se apenas mediador de tais conflitos.

Mais uma vez, percebe-se que a segregação socioespacial não é um fenômeno criado apenas pela ação humana, pois o próprio dinamismo de determinadas áreas por si só consegue separar ou fragmentar áreas com características peculiares, formando verdadeiros guetos com características distintas.

Nessa análise, a exclusão social é fruto da segregação dos espaços urbanos, pois entende-se por exclusão social a carência de fatores básicos e necessários à vida humana e, sendo assim, a segregação é que direciona essa exclusão social.

Pensar a cidade nas suas diversas variáveis é muito importante, já que o fenômeno urbano ora depende da ação humana, ora de sua própria dinâmica; sem a interferência do homem. Mais que isso, é pensar a cidade como uma mercadoria, atualmente, cobiçada por diversos atores do cenário urbano, cada qual exercendo seu papel e redefinindo suas ações, estratégias e direcionando o crescimento, conforme suas vontades e do capital.

3 - REESTRUTURAÇÃO DO COMPLEXO HOTELEIRO EM CALDAS NOVAS: um estudo da sazonalidade turística em diferentes épocas do ano

3.1 - Sazonalidade turística em Caldas Novas: problema oriundo da disparidade entre a baixa e alta temporada

De acordo com os dados apresentados nos capítulos anteriores, o complexo turístico caldas-novense destaca-se, no cenário turístico nacional, não somente pela gama de empreendimentos destinados a oferecer o turismo das águas termais, mas também pela infraestrutura existente na cidade, no que diz respeito ao comércio, serviços e demais atividades ligadas à receptividade da população flutuante tão importante para o turismo local.

Dessa forma, podemos afirmar que a cidade de Caldas Novas pode ser considerada lugar turístico em virtude da infra-estrutura que oferece. Segundo Cruz (2001), um lugar para ser considerado turístico tem que ser apropriado para a prática social do turismo, ou possuir lugares potencialmente turísticos. O autor também ressalta que este lugar, além de possuir infra-estrutura de lazer e meios de hospedagem, deve apresentar o principal elemento que caracteriza o lugar como turístico, o turista.

A cidade de Caldas Novas apresenta as características essenciais para ser considerada lugar turístico, como por exemplo, infra-estrutura, direcionada à exploração das águas quentes, clubes sociais, hotéis, *flats*, pousadas, dentre outros, mas o que mais a caracteriza como um lugar turístico, é a especialização da cidade para o desenvolvimento da atividade e, principalmente, o fluxo turístico diário que passa pela cidade.

É de fácil percepção, quando se visita Caldas Novas em diferentes épocas do ano, o fluxo turístico oscilante, oriundo de diversas localidades do país e também presente na cidade em diferentes épocas do ano, independente do que a cidade tem a oferecer em cada ocasião. Essa flexibilidade populacional é cada vez mais presente, muitas vezes, criada pela por pessoas ligadas diretamente à promoção da atividade turística local.

O turismo em Caldas Novas tornou-se uma mercadoria de consumo, a partir do momento que foram “criadas” e comercializadas festas, atividades recreativas, e até mesmo espaços, quase sempre destinados à prática da atividade turística, em que a principal mercadoria “vendida” é a água termal, considerada matéria-prima do desenvolvimento turístico na região.

Quando falamos em construção de espaços destinados à prática turística, estamos nos referindo à adaptação da cidade e de seus moradores para a oferta do turismo. A ordenação do território, de modo a abrigar a maior quantidade possível de atrativos, nos demonstra a importância da atividade para o cenário econômico local, bem como o envolvimento de todos os agentes que habitam o espaço, para que se torne o mais atrativo possível.

Brito (2005, p. 01), discorre com clareza sobre esta temática de reestruturação da população para o desenvolvimento da atividade turística. “O turismo reordena a paisagem influencia os atores locais a se reordenarem juntamente, atendendo aos anseios e expectativas que são forçadas pelo empresariado em detrimento da opinião dos habitantes locais”.

Em Caldas Novas, observamos que grande parte do setor terciário da cidade, ou seja, o comércio e a prestação de serviços são destinados à manutenção de tal atividade, o que vem a reforçar a importância e da especialização de Caldas Novas para a atividade turística.

Mas, constatamos em diversas visitas ao município, por meio de pesquisa direta, que o fluxo turístico na cidade é irregular, ou seja, não mantém o mesmo ritmo em todos os meses do ano. Esse fator é explicado, primeiramente, pela própria dinâmica de uma cidade turística. O fato de receber turistas de todas as regiões do Brasil nos sugere que é gasto um tempo maior para que se possa locomover de uma cidade para outra, bem como há necessidade de um tempo maior para que se aproveite as atrações oferecidas pela cidade, explicando assim, a sazonalidade turística na cidade.

Ruschmann (1997, p. 45) discorre com clareza a sazonalidade turística:

A sazonalidade da demanda turística, que se caracteriza pela concentração de turistas em certas localidades em determinadas épocas do ano e por sua ausência quase total em outras, provoca transtornos e efeitos econômicos negativos consideráveis nas localidades receptoras. Muitos hotéis chegam a fechar na chamada “baixa estação”, outros se mantêm com índices de ocupação extremamente baixos, o que compromete sua rentabilidade, contribuindo também para o desemprego nessas épocas do ano.

Em finais de semana ou feriados prolongados, o fluxo populacional é muito maior, devido à maior disponibilidade de tempo. No período de férias escolares, principalmente, no mês de julho, em que as temperaturas mais amenas favorecem os banhos termais, percebemos um aumento considerável de turistas pela cidade. Nestas épocas, os atrativos tornam-se maiores, o que acaba por acarretar maior fluxo populacional e, dessa forma, o setor hoteleiro conhece o período áureo, denominado alta temporada.

São criadas festas, *shows*, carnavais fora de época e uma série de eventos organizados no intuito de promover uma maior mobilidade turística na cidade, causando na maioria das vezes, um desequilíbrio populacional.

Mas, por outro lado, nos demais meses do ano, a atividade turística na cidade sofre uma desaceleração, se comparada ao período de alta temporada. O número de ocupação dos leitos do complexo hoteleiro diminui consideravelmente e, em algumas épocas do ano, podemos até falar em uma decadência do setor, ocasionada pela baixa ocupação dos leitos e visitantes na cidade, período que denominados, baixa temporada.

Percebemos que a movimentação turística, também acaba sendo criada pelos agentes que promovem a atividade turística, ou seja, o poder público local, e os empresários do ramo, presentes, não somente em Caldas Novas, como também em toda a região. Utilizam estratégias para atrair um público maior para a cidade, e o fazem principalmente nos períodos mais propícios para a prática do turismo, ou seja, nos finais de semana prolongados e férias, principalmente. Dessa forma, cria-se um desequilíbrio no fluxo da atividade, ocasionando problemas como carência de leitos nas épocas festivas e uma oferta muito grande nos períodos de baixa temporada.

Mas quase nada tem sido feito pelo poder público municipal e pelos empreendedores locais a fim de minimizar estas disparidades. Seria muito interessante amenizar esta diferença, pois dessa forma, a cidade não seria sobrecarregada durante alguns períodos do ano. Esse fluxo poderia ser distribuído mais uniformemente, gerando uma maior fluidez quanto à ocupação dos empreendimentos presentes na cidade.

Cabe aqui ressaltar, que este incremento no fluxo populacional em algumas épocas do ano é positivo para a cidade, gera mais arrecadação municipal, dinamiza o comércio aumenta a lucratividade para o setor, e agregado com a prática turística, temos também o consumo.

Mas, devemos pensar também que esta atração apenas em determinadas épocas do ano causa um certo desequilíbrio, no que se refere ao aumento populacional, e para a própria dinâmica da cidade, que se altera sensivelmente, em virtude do aumento da demanda do número de serviços. O trânsito torna-se dificultado pela quantidade de veículos, descaracterizando a cidade tranqüila na maior parte dos meses do ano.

Por meio de pesquisa direta realizada no ano de 2005, sobre o setor hoteleiro, foi constatada a oscilação turística na cidade, em finais de semanas prolongados, em que festas e outros eventos sociais são organizados para torná-los atrativos. A sazonalidade nestes

períodos é bastante considerável se comparados aos demais finais de semana do ano. A cidade torna-se palco de inúmeras transformações dos espaços físicos, a fim de abrigar essa leva de pessoas oriundas das mais diferentes regiões do país. O setor hoteleiro chega a seu ápice, e um apartamento na cidade nestas ocasiões festivas, torna-se mercadoria valiosa.

Espaços são criados, recriados e ocupados pelos turistas, que acabam se transformando em personagens principais nesta “grande festa”. A área central da cidade é invadida por carros, turistas, que transformam estes espaços públicos em locais privados. Um dos pontos preferidos pelos turistas é a praça Mestre Orlando, onde se localiza a igreja Matriz da cidade.

Ruschmann (1997) diz que com a “invasão turística”, há uma aculturação dos espaços, pois este turista, não se responsabiliza pelos espaços que visita, não possuindo assim, nenhuma responsabilidade pela preservação da natureza. Acredita que com o pouco tempo livre a ser gasto praticando o turismo, possui direito sobre todos os espaços presentes na cidade, principalmente, sobre os espaços que pagaram para utilizar, e dessa forma, julgam-se aptos a desfrutá-los, mesmo que para isso, haja uma degradação da cidade visitada.

Em Caldas Novas, esta realidade se faz presente principalmente nas áreas de maior fluxo populacional, como por exemplo, a área central da cidade, que em certas ocasiões festivas, torna-se palco de representações. As ruas que margeiam a praça acabam se transformando em um imenso bar, onde as pessoas passam dias e noites, comendo, dançando e se divertindo, como mostra a figura 26.

Percebemos que os espaços públicos, como a avenida mostrada acima, são invadidos por pessoas, o que vem a reforçar que a cidade em determinadas épocas do ano direciona as suas atividades para o recebimento de um grande número de turistas, que ditam as normas.



Figura 26 - **Praça Mestre Orlando, Caldas Novas (GO), 2005.**

Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

É a comprovação de que a cidade turística reordena a paisagem e sua infra-estrutura atendendo aos anseios de quem a visita, e de certa forma, nestes períodos de alta temporada toda a cidade é voltada para quem pratica turismo.

O desequilíbrio quanto a movimentação turística traz complicações para a população local, pois a cidade acaba sendo “invadida” por um número elevado de turistas e, desta forma, o sossego presenciado diariamente nas ruas da cidade torna-se ausente nestes períodos. O comércio também sofre com esse acúmulo de turistas em determinadas épocas do ano.

Em visitas pela cidade, principalmente em feriados prolongados, foi constatada a carência de produtos muito consumidos neste período, como por exemplo, cerveja, refrigerante, carne e gelo. O aumento excessivo do consumo, muitas vezes não é previsto pelo comércio local, podendo trazer transtornos tanto para quem vende a mercadoria, quanto para quem deseja consumir.

Para o setor hoteleiro, esta oscilação também é prejudicial. Em algumas épocas do ano a procura por hospedagem é tão grande que a demanda não consegue ser suprida. Mas na maior parte do ano, a oferta é superior à procura, ocasionando problemas para o setor hoteleiro local.

Essa procura aumentada por acomodações, em algumas épocas do ano, sugere aos empreendedores locais a expansão do complexo hoteleiro, o que se constitui em outro problema presente em Caldas Novas. O grande número de edificações modifica a estrutura espacial da cidade bem como o custo do solo, e quando tem-se a baixa temporada, o que ocorre em grande parte do ano, tem-se grande parte destas edificações desocupadas, pela ausência de turistas para ocupá-las.

3.2 - Problemas socioambientais decorrentes do acúmulo de pessoas em períodos de alta temporada

Essa “invasão” de turistas à cidade ocasiona não somente problemas de ordem social, mas principalmente, problemas relacionados ao meio ambiente. A produção de lixo é um dos fatores mais agravados com a chegada de turistas na cidade, bem como a sujeira nas ruas das cidades. É bastante característico desse público o consumo de embalagens descartáveis, estas mais utilizadas em período de grande movimentação na cidade, em virtude da maior facilidade de transporte.

Em um feriado prolongado, de Semana Santa, ocorrido na cidade, no mês de março. Prefeitura Municipal de Caldas Novas (2005) estimou um público total de 150.000 pessoas. Não se pode deixar de citar que neste período, foi oferecido um carnaval fora de época e que o consumo de cerveja, refrigerante dentre outros foi acrescido, pois estes eventos sugerem a ingestão destes tipos de bebidas. Os clubes sociais nestas ocasiões, também recebem um público maior, remetendo um consumo maior das águas termais, ampliando também a produção de esgoto. Todos estes resíduos não são previamente tratados, ocasionando maior contaminação ao meio ambiente.

A degradação dos espaços naturais é preocupante em Caldas Novas. As margens do lago de Corumbá estão sendo reestruturadas para a atividade turística também presente neste local. A descaracterização da natureza no local é ocasionada pelas edificações construídas às suas margens, bem como o aumento do público que visita o local, e conseqüentemente o degrada. A produção de lixo e de esgoto doméstico está presentes em toda a malha urbana caldas-novense, inclusive às margens do lago, e sem nenhum tratamento e são depositados no

lago, ocasionando um grande desequilíbrio ao meio. Não se pode desconsiderar também, que o simples fato de se construir um lago artificial já é uma agressão à natureza, e a agressão torna-se maior, quando este lago torna-se local de recreação e consumo.

Os córregos presentes no sítio urbano, principalmente quando são termais também estão sendo degradados pelas empresas construtoras da cidade, que não respeitam as matas ciliares, a vegetação nativa e muito menos a fauna nativa da região. Percorrendo a cidade, nos deparamos com várias edificações sendo erguidas bem próximas a estes córregos. O *marketing* utilizado pelos empreendimentos enfatiza que a construção próxima ao córrego é garantia de exploração da água termal, o que traz mais segurança para quem está adquirindo o empreendimento.

A figura 27 mostra parte do hotel Jalim, localizado na área central da cidade. Próximo ao empreendimento, ou seja, praticamente dentro da área de lazer do hotel, um córrego que corta toda a malha urbana recebe águas usadas das piscinas e esgotos provenientes do hotel, o que comprova os danos ambientais. O mal cheiro nas imediações do córrego, comprova que o esgoto é despejado sem nenhum tratamento prévio, o que aumenta as chances de contaminação não somente das águas do córrego que recebe os dejetos, mas também, a contaminação dos solos e lençol freático.

Percebemos a presença de ambientes bastante antagônicos. A área de lazer, criada para propiciar o entretenimento e o desenvolvimento econômico do turista, e o córrego poluído, fruto do processo de ocupação e utilização dos espaços naturais, tornando-se depósito de dejetos, tratado pelo ser humano como parte excludente do lazer na cidade. Percebe-se a despreocupação com as áreas naturais da cidade, consideradas produtos turísticos, em uma cidade que utiliza a água como matéria-prima para o desenvolvimento de sua economia.

O córrego e suas margens consistem em áreas bastante degradadas pela ação antrópica, com ausência de mata ciliar, e intenso processo de erosão, ocasionado pela má utilização. Em outros empreendimentos hoteleiros que margeiam o mesmo córrego, verificou-se que também depositam seus dejetos nestas águas, acarretando assim, problemas ambientais sérios, para uma cidade que tem o turismo como a atividade mais importante.



Figura 27 - Córrego na área urbana de Caldas Novas (GO), 2005.

Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Foi fácil perceber, a falta de preocupação quanto à conservação do córrego. Percebemos que há um descaso com todos os espaços naturais presentes na cidade, fato comprovado pela exagerada artificialização de todos os espaços urbanos, por meio do aço e do concreto presente nas edificações erguidas atualmente, sem a mínima preocupação com a manutenção dos elementos naturais.

A poluição sonora também é um problema para a sociedade, e para o meio natural, por gerar um certo desequilíbrio. O aumento do número de veículos, principalmente, na área central traz perturbações a todos os visitantes e, principalmente, moradores da cidade. Tem-se uma verdadeira disputa de sons automotores por todos os lugares, buzinas e músicas diversas espalhadas principalmente pela área central. Esse é um problema que se agrava, e que as autoridades locais não conseguem controlar, devido ao aumento do público jovem. A desordem do trânsito, e o aumento de ocorrências policiais, segundo a Prefeitura Municipal de Caldas Novas (2005), trazem transtornos, principalmente à população que reside no local.

Diante destes fatos ocasionados pelo aumento de turistas, em algumas épocas, em Caldas Novas, foi percebido que o poder público municipal pouco faz para tentar amenizar ou sanar esta problemática tão comum na cidade em épocas festivas. Será que estes órgãos

responsáveis pela manutenção da organização dos espaços urbanos se omitem por conveniência? Em grande parte destes feriados prolongados, as festividades são direcionadas ao público jovem, e ao tolher estes tipos de manifestações, estarão coibindo e punindo os seus “clientes”? Será que é mais conveniente para o poder público, fazer com que as áreas públicas tornem-se palco destas manifestações, sendo local de encontro para um público ainda maior? Ou será que as autoridades até tentam coibir estes tipos de manifestações, mas, não têm o apoio do comércio e da sociedade local?

Como será que a população local reage a tantas “agressões” ocasionadas pelos turistas? E qualidade de vida desta população que residente na cidade em períodos de alta e baixa temporada? Será que apóiam estas atitudes por terem consciência de que o turismo é a base da economia local, ou será que cobram do poder público, ações que ordenem Caldas Novas nestas épocas festivas?

Para exemplificar a situação da cidade em alta temporada, a figura 28 mostra o trânsito na saída de Caldas Novas para a cidade de Goiânia, no mês de março de 2005, no período da Semana Santa. Nesta ocasião, a cidade abrigava um carnaval fora de época, já mencionado anteriormente, o *Caldas Fest Folia*, que acresceu à população da cidade aproximadamente 100.000 pessoas de acordo com a Prefeitura Municipal de Caldas Novas (2005). Pessoas de diversos locais do país praticam turismo em Caldas Novas, nestes períodos festivos, mas a maior incidência de turistas que visitam a visitam regularmente são, especialmente, de Goiânia, Brasília e Uberlândia, devido à proximidade.

O fluxo oriundo, dessas cidades perfaz a população que possui segunda residência ou residência de uso ocasional em Caldas Novas. Essa movimentação denomina-se pendular. Ocorre quando os turistas saem da cidade que residem para passar alguns dias em sua segunda residência, em Caldas Novas, mas depois retornam para sua cidade.



Figura 28 - **Congestionamento do trânsito, Caldas Novas (GO), março de 2005.**
Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Esse é um fenômeno bastante característico em um centro turístico como Caldas Novas. A presença de condomínios fechados onde o proprietário mantém seu apartamento mobiliado, exclusivamente para uso próprio de sua família ou de amigos íntimos. Quando retornam à sua cidade de origem, o apartamento fica fechado, com toda a segurança que um condomínio fechado pode oferecer. Quando desejam visitar Caldas Novas, o imóvel está à disposição para o uso. Essa movimentação caracteriza a residência de uso ocasional, ou segunda residência.

O setor hoteleiro também acaba sendo prejudicado por esse acúmulo de turistas, em períodos de alta temporada, por não conseguir atender tamanha procura e, ficam cheios em determinados períodos e, vazios, na maior parte do ano, nos períodos de baixa temporada.

Essa dinâmica heterogênea de ocupação do setor hoteleiro em Caldas Novas apresenta também problemas relacionados à exploração desordenada do solo, principalmente nas áreas consideradas adequadas para o desenvolvimento da atividade turística, como por exemplo, a área central da cidade, e os bairros que margeiam esta região. O número exagerado de edificações nessas porções da cidade traz consequências negativas como, por exemplo, a artificialização dos espaços e acúmulo de atividades que estes espaços agregam.

Por apresentarem melhor infra-estrutura e localização, são áreas preferidas para a construção de edificações para fins comerciais, como é o caso dos edifícios em construção presentes pela malha urbana local. Esta concentração imobiliária traz problemas, como por exemplo, o aumento do preço do solo, bem como a segmentação espacial ocasionada pelas classes sociais que adquirem tais empreendimentos.

Essa exploração demasiada do solo para a construção de empreendimentos turísticos ocorre devido à desigualdade de fluxo populacional presente na cidade. Impulsionados pela crescente procura de leitos nos períodos de alta temporada, os empresários da construção civil, ávidos para a ampliação do setor hoteleiro local, ampliam o número de edificações destinadas à hospedagem, a fim de atender a esta procura nos meses considerados de maior movimentação.

Percebe-se que a dinâmica intra-urbana caldas-novense deriva da reprodução constante do capital, baseado na “venda” da atividade turística, calcada na exploração da água termal. Ela possibilita a reprodução do solo urbano, equipamentos turísticos e outros atrativos, de modo a ampliar a oferta turística.

O mais interessante de se analisar é que os estabelecimentos destinados ao lazer em Caldas Novas são privatizados, ou seja, quando freqüentados, tem-se que pagar para usufruir suas instalações. Como a maior parte dos empreendimentos turísticos utilizam a água termal como matéria-prima para a sua promoção, observa-se também a privatização dos recursos naturais, principalmente das águas quentes, cuja utilização está restrita a estes empreendimentos.

Não é conhecido, em Caldas Novas, empreendimento algum mantido pelo poder público local, isento de pagamento para a utilização das instalações e, dessa forma, o turismo é categórico na segmentação das classes sociais que habitam a cidade. Todos os clubes sociais presentes em Caldas Novas são locais públicos, ou seja, podem ser freqüentados por qualquer pessoa, mas para se ter acesso a qualquer um deles, faz-se necessário o pagamento.

Um fato curioso que retrata a privatização dos recursos naturais, foi a apropriação da Lagoa quente, símbolo do descobrimento das águas termais na cidade, localizada em um ponto mais afastado, há aproximadamente, uns sete quilômetros da área central, visualizada na figura 29.



Figura 29 - **Lagoa Quente, Caldas Novas (GO), agosto de 2005.**
Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Há alguns anos, a Lagoa era aberta à visitação, freqüentada por pessoas de diversas localidades, a fim de conhecer de perto a história do descobrimento das águas quentes. A Lagoa localiza-se dentro de um clube social, e a visita demanda pagamento, como mostra a figura 30. Isso comprova a apropriação das áreas públicas pelo capital privado, como meio de manipular o turismo local e, também, fazer com que as visitas sejam, também, sinônimo de reprodução do capital.

Este também é um problema decorrente da grande exploração dos recursos turísticos em Caldas Novas. Motivados pela ganância, os empreendedores buscam ampliar seus lucros e assim, comercializam espaços e recursos naturais como se fossem mercadorias, buscando sempre maior lucratividade.



Figura 30 - **Clube Lagoa Quente, Caldas Novas (GO), agosto de 2005.**
Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Esse fenômeno se faz presente na cidade desde o início da atividade turística. Quando retomamos a história, com a construção do primeiro balneário para os banhos termais, percebemos que os banhos já eram cobrados naquela ocasião, onde tínhamos um local também público, mas freqüentado apenas por pessoas que podiam pagar. E com a expansão do complexo hoteleiro local, a perpetuação dessa realidade se concretiza, ampliando a segmentação das classes sociais.

3.3 - Complexo hoteleiro em Caldas Novas: crise ou reestruturação?

O complexo hoteleiro caldas-novense é o mais completo do estado de Goiás, de acordo com o Conselho Municipal de Turismo em Caldas Novas (COMTUR, 2005). Com mais de 100 estabelecimentos destinados à hospedagem, oferecem cerca de 30.000 leitos em empreendimentos espalhados por toda a cidade, nas mais diversas categorias, desde pousadas, *flats*, *aparts* e hotéis.

Para se obter informações mais precisas sobre a dinâmica do complexo hoteleiro caldas-novense foram aplicados questionários no ano de 2005, em todos os empreendimentos hoteleiros da cidade. Como a dinâmica da arquitetura e da engenharia, com edificações construídas a cada dia, bem como efervescência turística no município são muito intensas, não conseguimos acompanhar todas as construções que serão destinadas à prática turística, para se ter uma melhor dimensão da estrutura de acomodação presente na cidade.

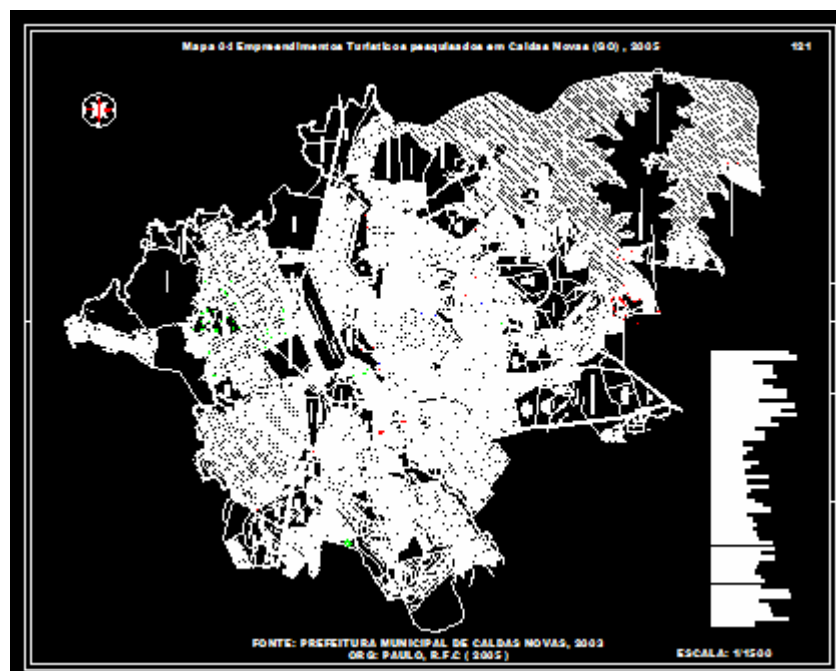
De posse de uma pesquisa realizada pela prefeitura municipal na gestão 2001/2004, que apresentava todo o complexo hoteleiro, no ano de 2003 e, de um mapa confeccionado pela própria prefeitura, com localização todos os empreendimentos hoteleiros existentes até então, realizamos esta pesquisa entre os diversos hotéis, *flats*, pousadas e condomínios residenciais mapeados, para noção da estrutura do complexo.

O mapa apresentava 95 empreendimentos, nos quais foram considerados apenas 87, pois, os motéis presentes na cidade e os hotéis para cães não são partes constituintes do complexo hoteleiro da cidade, por não se tratar de hospedagem para turistas vindos de outras localidades, constantes no inventário dos empreendimentos realizado pela Prefeitura Municipal de Caldas Novas.

Todos os 87 empreendimentos foram visitados a fim de aplicarmos um questionário, fundamental para a análise da infra-estrutura de hospedagem da cidade, no entanto, apenas 57 foram respondidos. Alguns alegaram não serem permitidas informações, outros não dispensaram tempo, e a maioria, justificou não possuir dados para tal.

O quadro 10 mostra os empreendimentos que participaram da pesquisa, e dessa forma, obtém-se uma visão de como estão estruturados no complexo hoteleiro de Caldas Novas, como mostra o mapa 04.

Mapa 04 - Empreendimentos turísticos pesquisados em Caldas Novas (GO), 2005



A pesquisa foi realizada em diferentes visitas realizadas na cidade, o que nos proporcionou uma riqueza de informações, pois percebemos a dinâmica turística em diferentes épocas do ano, e as implicações acarretam para a economia local.

Observamos com nitidez a ocupação nos períodos considerados alta temporada, se comparados aos períodos considerados baixa temporada. É muito fácil perceber que a cidade torna-se um “formigueiro humano” em períodos de maior fluxo, e os problemas ocasionados por esse aumento populacional também são mais pungentes nesses períodos. Foi percebido também, as segmentações existentes nos empreendimentos turísticos, tanto no que se refere aos grupos sociais, mas principalmente, quando nos referimos às faixas etárias que se hospedam.

Os empreendimentos mais centrais, apesar de sua localização, às vezes complicada pela grande aglomeração de pessoas, são preferidos pela população idosa, como é o caso do hotel Roma. Este hotel localizado em frente à praça Mestre Orlando e à igreja Matriz possui como público alvo, a terceira idade. Quando indagados sobre a idade média dos hóspedes, os empreendedores foram bastante categóricos ao afirmarem que a idade média dos turistas que comumente se hospedavam ali estava acima de 50 anos de idade.

Quanto ao motivo dessa predileção de hóspedes da terceira idade pelo hotel, os funcionários nos responderam que a tranquilidade encontrada no interior do empreendimento, bem como a especialização da infra-estrutura, acessibilidade e a preparação da equipe de recreação para este público, contribuem para atrair este turista, como mostra a figura 31. A facilidade de locomoção pela cidade, também agrada ao público, pois o idoso visita a cidade, geralmente em excursões e não utiliza o veículo particular.



Figura 31 - Área de lazer do hotel Roma, Caldas Novas (GO), agosto de 2005.
 Autora: PAULO, R. F. C., 2005.

Já as pousadas ou hotéis mais periféricos e principalmente que não oferecem parque aquático, são preteridos pelos turistas que visitam a cidade. Alguns destes empreendimentos visitados possuíam em períodos denominados alta temporada, um ou dois hóspedes, o que demonstra a decadência deste ramo de hospedagem. Os empreendimentos mais luxuosos recebem os turistas que comprem pacotes de viagens, e geralmente permanecem na cidade por um período maior de tempo, de acordo com pesquisa direta realizada no ano de 2005.

Os *flats* localizados nos bairros próximos ao centro de Caldas Novas são a preferência do público mais jovem que frequenta o local. Foi muito interessante presenciar a dinâmica destes empreendimentos mais procurados, principalmente quando algum acontecimento destinado ao público jovem ocorre na cidade, como por exemplo, o carnaval fora de época.

São locais com amplos parques aquáticos, com equipes de recreação bastante animadas e, que proporcionam a este público jovem, a sensação de liberdade tão procurada por esta faixa etária. Um exemplo dessa dinâmica ocorrida nestes *flats* ou *apart* hotéis é o Bluepoint Hot Springs, localizado na área central da cidade. Um dos pioneiros nesta categoria de *flats* foi fundado no início da década de 1990, possui 442 apartamentos, sendo grande parte destes, administrados pelo *pool* hoteleiro, ou seja, pelo próprio empreendimento, o que garante uma

alta rotatividade nas locações, garantindo assim lucratividade certa, segundo pesquisa direta (2005).

Com um amplo parque aquático, equipe de recreação, seresta noturna e diversas atividades destinadas a públicos com idades diferenciadas, é a tradução desta nova tendência de hospedagem em Caldas Novas. Em conversa informal com funcionários do local, disseram-nos, que a rotatividade turística, é cada dia maior, e que a predileção por estes empreendimentos explica-se pela liberdade encontrada por todo o complexo. A área de lazer funciona 24 horas e possui uma programação de atividades tanto para a área de lazer localizado no parque aquático, quanto nos demais ambientes como, por exemplo, no salão de jogos e, principalmente pelo valor pago pelas diárias em um *flat*, bem mais acessível do que os pagos em um hotel.

O quadro 10 permite visualizar a situação real dos empreendimentos pesquisados e para tanto, montamos alguns gráficos, para que a análise de dados seja facilitada pela leitura do mesmo.

Quadro 10 -

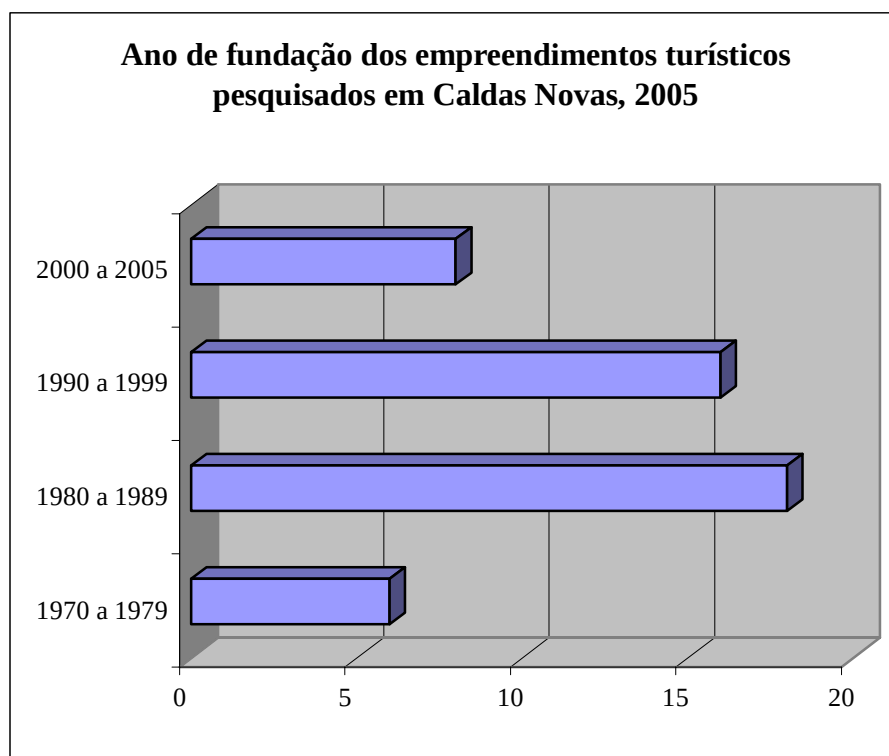
Continuação do quadro 10

Continuação do quadro 10

Continuação do quadro 10

Continuação do quadro 10

De acordo com o ano de fundação dos empreendimentos, percebe-se que a maioria foi instalada no município nas décadas de 1980 e 1990, período de grande efervescência no cenário econômico local e, também, de ascensão do turismo das águas quentes na região, como mostra a figura 32. Verifica-se que as décadas seguintes, também são marcadas pela instalação de empreendimentos turísticos, visto que o mercado tornou-se promissor, permitindo grandes investimentos no que se refere à ampliação do complexo hoteleiro local. Empreendimentos como Hotel Triângulo e Hotel Jalim foram instalados na cidade na década de 1980, assim como Bluepoint Hot Springs e a Pousada Residencial Paineiras foram instaladas na década de 1990, impulsionando o crescente turismo caldas-novense.



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.
Org.: PAULO, R. F. C., 2005.

Figura 32

Quanto à categoria dos empreendimentos, foi verificado que os hotéis estavam mais abertos aos nossos questionamentos, pois se mostraram mais preocupados e ansiosos pela manutenção dessa categoria, já que tem concorrência acirrada entre os locais que oferecem hospedagem pela cidade. Foram bastante solícitos ao responderem nossos questionamentos.

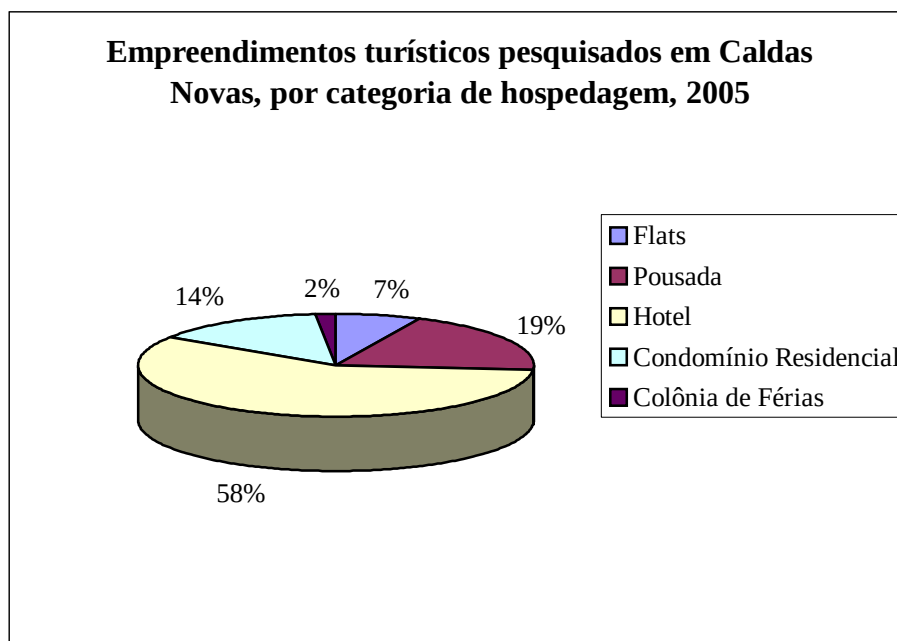
O que é bastante interessante ressaltar é o histórico de instalação dos empreendimentos hoteleiros em Caldas Novas. Verifica-se que a década de 1980 foi marcada pela construção de pequenos hotéis na área central da cidade. Nesta ocasião, era a localização mais privilegiada, por estar próximo ao comércio e pelo fato da malha urbana ainda ser muito restrita.

A década de 1990 foi marcada pelas edificações, geralmente, localizadas em condomínios fechados, com uma característica mais atraente do que os pequenos hotéis da área central. Possuíam amplo parque aquático e não mais estavam localizados no centro da cidade. O fato de a cidade estar em crescimento, dificultava o trânsito e o traslado de pessoas pela área central, e a partir disso, os bairros destinados a receber este tipo de empreendimento começavam a surgir na cidade, como por exemplo, o bairro do Turista.

O final da década de 1990, foi o período da reestruturação do modo de hospedar em Caldas Novas. A construção de grandes complexos, localizados em condomínios fechados, com parque aquático, equipe de recreação e outros atrativos, tornou-se a sensação no modo de hospedar. A venda destes apartamentos tornou-se bastante lucrativa nesta ocasião, pois a locação destes imóveis tornou-se um grande investimento. A partir de então, houve a grande especulação imobiliária e, conseqüentemente, a expansão desenfreada de edificações pela malha urbana. A expansão dos bairros servidos de infra-estrutura aconteceu neste período, pois estes grandes empreendimentos não mais foram construídas na área central da cidade.

A figura 33 mostra a presença dos hotéis na cidade, mas não podemos descartar o crescimento do número de *flats* e a crise ocorrida no setor hoteleiro devido à expansão do número destes pela malha urbana local.

As pousadas também são numerosas, mais simples e conseqüentemente mais baratas do que os *flats* ou hotéis. Em Caldas Novas, existe apenas uma colônia de férias, Jessé Pinto Freire, conhecida na cidade como o SESC (Serviço Social do Comércio), um dos precursores da atividade turística local. As acomodações presentes na colônia de férias estão incluídas na categoria de hotel. O número de condomínios residenciais também está em expansão, visto que os proprietários utilizam o sistema de locação, e oferecimento de serviços, bastante semelhante aos *flats*, e dessa forma, também se tornam prediletos pelo turista que visita a cidade.

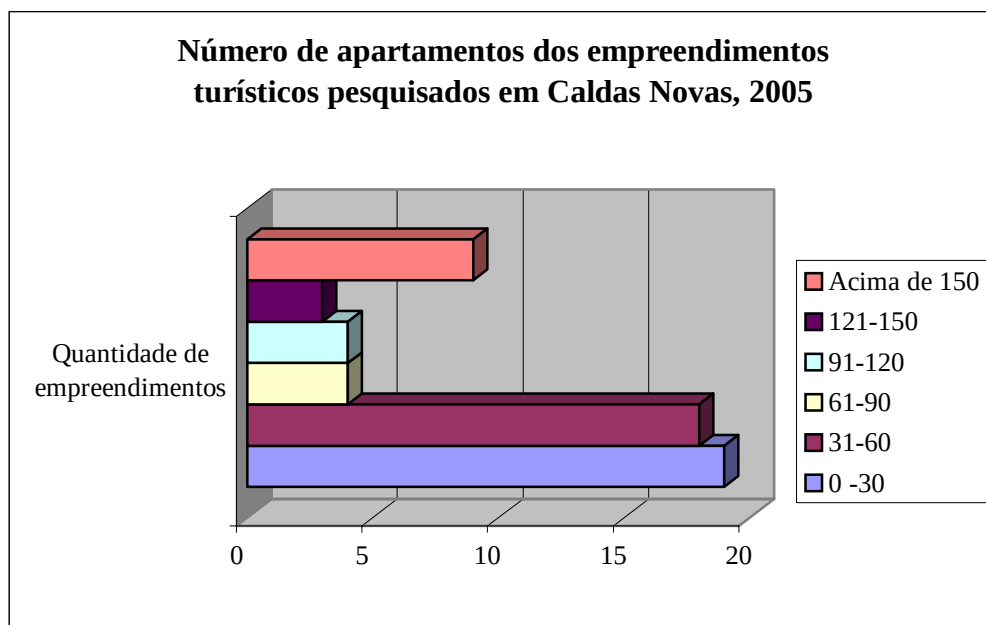


Fonte: Pesquisa de campo, 2005.
Org.: PAULO, R. F. C., 2005.

Figura 33

Analisando o número de apartamentos por empreendimento turístico, verificamos que a complexidade da a infra-estrutura. Dos empreendimentos pesquisados, 58% eram hotéis, estes mais abertos á pesquisa, 19%, eram pousadas, 14% pertenciam à categoria de condomínios residenciais, mas que os apartamentos eram, na maior parte, destinados a segunda residência ou residência de uso ocasional. Os *flats* corresponderam a 7% de nossos entrevistados, enquanto a colônia de férias totalizou 2%, visto que existe apenas uma em Caldas Novas.

Observando a figura 34 percebemos, que grande parte dos empreendimentos são de médio porte, ou seja, possuem em média 30 apartamentos, ou no máximo 60. Mas não podemos desconsiderar que também há um número considerável de empreendimentos que possuem mais de 150 apartamentos. São estes, os formadores de um grande complexo turístico, como é o caso do Bluepoint Hot Springs que possui 442 apartamentos, o Império Romano com 240 e o Thermas Di Roma, que possui 238 apartamentos, ambos do mesmo grupo, o Di Roma um dos maiores da cidade, no que se refere à construção de edificações direcionadas à atividade turística.

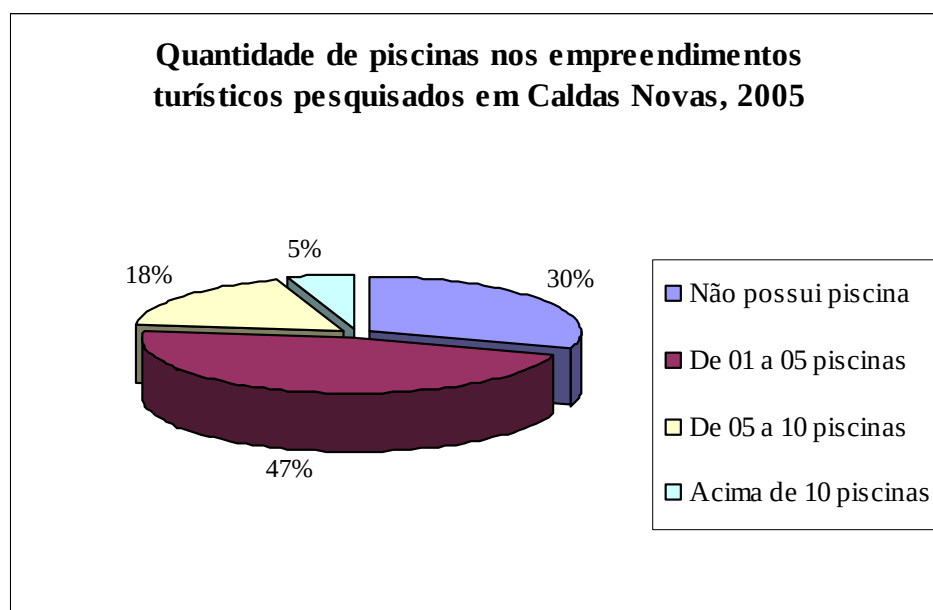


Fonte: Pesquisa de campo, 2005.
Org.: PAULO, R. F. C., 2005.

Figura 34

Outra análise bastante importante é a infra-estrutura oferecida por cada um dos empreendimentos turísticos. Ela é importante, pois resume o atrativo que cada um tem a oferecer. A figura 35 mostra o número de piscinas de cada um dos pesquisados.

De todos os empreendimentos pesquisados, 47% possuem um parque aquático considerável, contendo até cinco piscinas, o que sugere atratividade ao turista. Não são numerosos os que possuem um amplo parque aquático, contendo mais de 10 piscinas. Estes totalizam 5%, mas estão em ampla expansão, conforme foi verificado em pesquisa direta 2005. Mas o que chamou a atenção foi o grande número de empreendimentos que não possuem nenhuma piscina. Com certeza, estes são preteridos pelos turistas que visitam a cidade.



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.
Org.: PAULO, R. F. C., 2005.

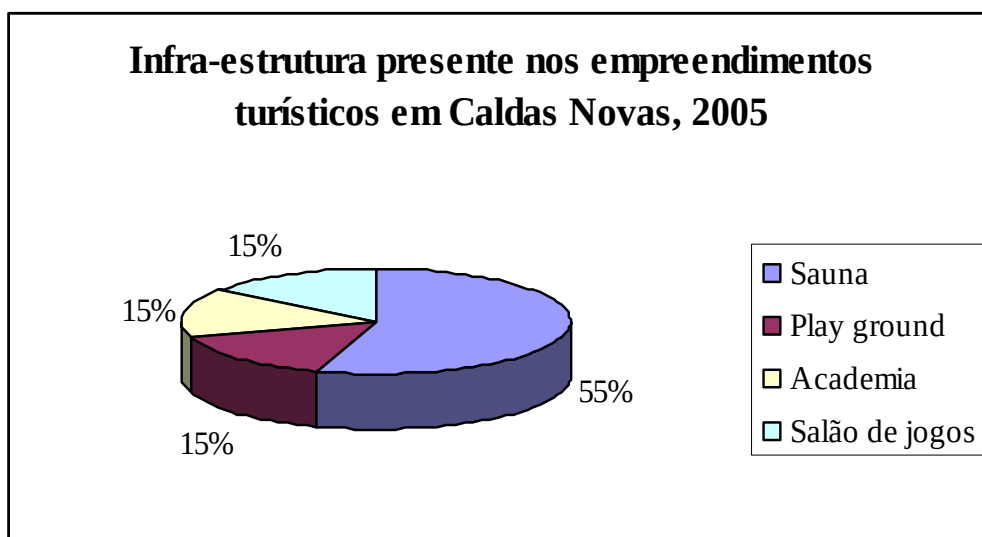
Figura 35

Os locais de hospedagem que não oferecem piscinas, estão à margem do turismo caldas-novense. Se o turista que visita a cidade tem o intuito de usufruir a água termal, este não deseja se hospedar em estabelecimentos que não ofereçam tal benefício, a menos que este turista seja sócio de algum clube social, e por meio dele, realize a utilização das águas termais.

Quando estes estabelecimentos foram visitados, perguntou-se sobre a rotatividade turística. Grande parte dos responsáveis pelo empreendimento nos respondeu que o estabelecimento que não oferece parque aquático está com os “dias contados” no setor hoteleiro em Caldas Novas. Afirmaram que com tantas atrações referentes à exploração de atividades referentes às águas termais, como, piscinas de ondas, tobo-águas, equipe de recreação, dentre outros, estes estabelecimentos que não oferecem estas vantagens estão fadados ao fim.

A análise da existência e do número de piscinas presentes, em cada um dos empreendimentos turísticos em Caldas Novas, é de extrema importância, a partir do momento que a piscina, principalmente a termal, é um dos maiores atrativos oferecidos pelo setor hoteleiro da cidade. E a partir disso, tem-se condição de analisar quais são os locais preferidos pelos turistas para uma hospedagem mais cômoda.

Juntamente com o número de piscinas, a infra-estrutura existente no complexo hoteleiro também agrega atratividade. Sauna, salão de jogos, seresta noturna dentre outros, perfazem uma gama de outros elementos que estão presentes na maior parte do complexo hoteleiro caldas-novense, como mostra a figura 36.



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.
Org.: PAULO, R. F. C., 2005.

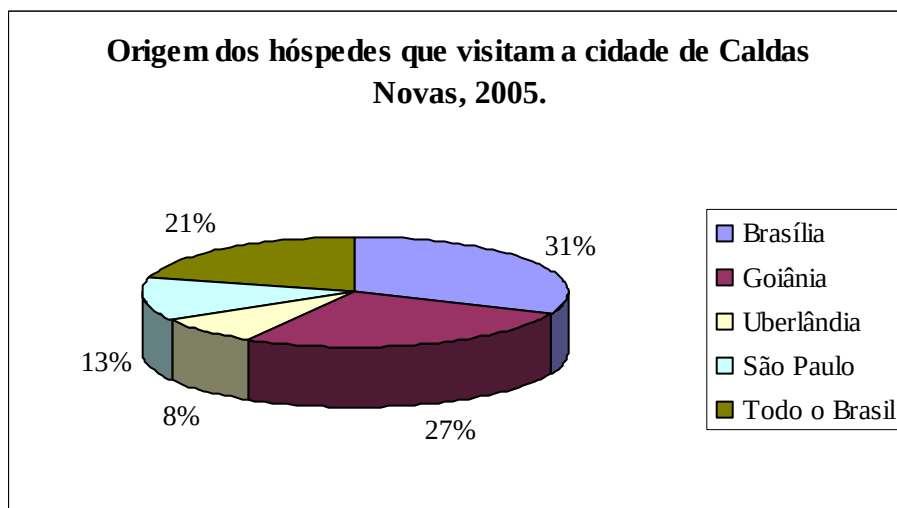
Figura 36

Percebe-se que a sauna é um dos principais componentes da infra-estrutura da maior parte dos empreendimentos hoteleiros presentes na cidade de Caldas Novas, cerca de 55 % dos pesquisados. Talvez por estar muito ligado ao turismo das águas quentes, ou seja, estar relacionado com o uso de piscinas, revela-se um atrativo a mais na oferta de turismo pela cidade.

A presença de *play ground*, ou seja, parques de diversão infantil tanto dentro das piscinas quanto fora, também é um recurso utilizado por cerca de 15% dos empreendimentos, proporcionando a atração do público infantil. A presença de academia em 15% dos locais visitados explica-se pelo culto ao corpo saudável e pela manutenção da saúde, e dessa forma, a presença de salas de ginástica atraem um número considerável de adeptos ao esporte.

Um dos fatores mais importantes de ser analisado, quando se refere ao turismo presente em Caldas Novas, é a origem das pessoas que visitam a cidade. Indagados a cerca da origem dos seus hóspedes, verificamos que grande parte é oriunda de Brasília, Goiânia, Uberlândia e São Paulo, como mostra a figura 37. Mas o que não quer dizer que, as demais cidades do país

não participam do incremento populacional diário em Caldas Novas. Nos informaram várias outras cidades brasileiras cuja população também visita a cidade, mas em quantidade menos significativas, quando comparadas às cidades supracitadas.



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Org.: PAULO, R. F. C., 2005.

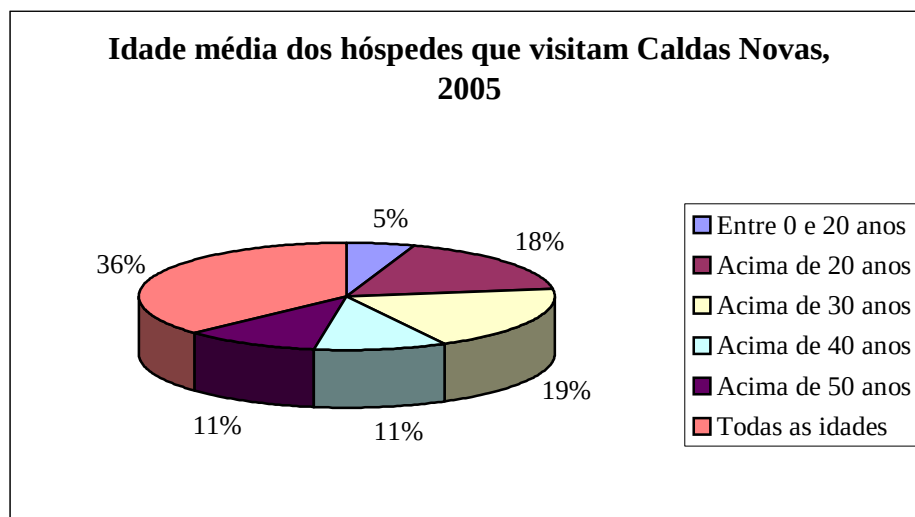
Figura 37

Mas grande parte dos empreendimentos pesquisados não conseguiu apontar as principais cidades que fornecem turistas para Caldas Novas. Disseram que Caldas Novas é visitada por população residente em todo o país, sendo muito difícil determinar as cidades que contribuem para o incremento turístico caldas-novense. Mais uma vez, percebe-se a importância do complexo turístico, não somente para a região onde está inserida a cidade de Caldas Novas, bem como para todo o Brasil, se analisarmos sua inserção ao cenário turístico nacional.

A idade média de quem visita a cidade e pratica o turismo das águas quentes também foi pesquisada, para sabermos qual o perfil dos turistas e a partir disso, traçar um perfil dos empreendimentos direcionados para cada faixa etária, e conseqüentemente, a infra-estrutura instalada em cada um deles.

A figura 38 demonstra a idade média dos turistas que se hospedam nos empreendimentos pesquisados. Constatou-se por meio da análise da figura 38, que cerca de 37% dos empreendimentos recebem um público com idade entre 20 e 40 anos, ou seja, o público jovem. Verificou-se também que a predileção deste público mais jovem é pelos

empreendimentos que oferecem maior número de atrativos, principalmente um amplo parque aquático, preferencialmente com equipe de recreação.



Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Org.: PAULO, R. F. C., 2005.

Figura 38

Estes estabelecimentos estão inseridos, em sua grande maioria na categoria de *flats*, apartamentos localizados em condomínio fechado que oferecem um amplo parque aquático e também serviço de quarto, como por exemplo, camareira, e garçons. Deve-se lembrar também, que este público jovem visita a cidade, principalmente, em períodos considerados alta temporada, em virtude da oferta de festas e divertimentos oferecidos nesta época.

Mas não podemos deixar de ressaltar a população idosa que frequenta a cidade, principalmente, nos períodos denominados baixa temporada. Dos empreendimentos pesquisados, 11% disseram se especializar no recebimento deste público idoso. Estes preferem os empreendimentos mais convencionais, ou seja, sem muitos atrativos, por serem mais calmos e propícios para o público da terceira idade.

Outro dado bastante importante de ser analisado, refere-se aos empreendimentos que recebem turistas de todas as faixas etárias. De todos os pesquisados, 36% não conseguiram especificar uma faixa etária específica, explicando que recebem pessoas de todas as idades e dessa forma, fica difícil especificar a idade média dos turistas. Verificou-se que a cidade é

muito diversa quanto ao oferecimento de empreendimentos destinados a faixas etárias distintas, variando a especificidade para cada grupo turístico.

A grande maioria dos entrevistados falou também que, o turismo realizado em Caldas Novas é bastante familiar, e quando não realizado pela família, é realizado por grupos de amigos. A facilidade de acomodação de até seis pessoas em um mesmo apartamento facilita este tipo de convívio, e por isso, tornam-se as grandes sensações de hospedagem em Caldas Novas. Grande parte dos *flats* ou *aparts* procurados, para responderem os questionários, se mostraram bastante ocupados, devido a quantidade de hóspedes, o que de certa forma, dificultou parte dos estudos.

Alguns donos de hotéis foram unânimes ao reclamar desta nova tendência de hospedagem presente na cidade, ou seja, a expansão e a predileção pelos *flats* e *aparts*. No entanto, também concordaram que, é muito mais atraente esta nova categoria, por oferecer amplos e modernos parques aquáticos, equipes de recreação especializada e principalmente, pela praticidade e barateamento no valor das hospedagens.

Funcionários de alguns hotéis da cidade, principalmente dos mais antigos, desprovidos de piscinas ou algum atrativo referente às águas termais, acreditam que a vida útil destes empreendimentos obsoletos está no fim, e que os *flats* e *aparts* que estão se espalhando na cidade, redefinirão o modo de hospedar e o turista que visita a cidade.

Certos de que a presença de um parque aquático é imprescindível para a predileção de hospedagem, alguns estabelecimentos, como por exemplo, pequenos hotéis e pousadas, estão promovendo associações para a utilização de parques aquáticos em grandes empreendimentos turísticos, como é o caso da associação entre os hotéis Samburá e Águas Claras, que por estarem bem próximo ao hotel Jalim, fazem uso de suas piscinas.

Este hotel oferece um parque aquático bastante completo, pertencente a um clube social na cidade, chamado Tropical, com bares, piscinas termais e equipe de recreação e por isso, recebe parte da hospedagem dos respectivos hotéis associados, como mostram as figuras 39 e 40.



Figura 39 - Área de lazer do clube Tropical, Caldas Novas (GO), agosto de 2005.
Autora: PAULO, R. F. C, 2005.



Figura 40 - Conjunto de piscinas do clube Tropical, Caldas Novas (GO), agosto de 2005.
Autora: PAULO, R. F. C, 2005.

Essa dinâmica foi observada em outros empreendimentos na cidade, o que favorece estes pequenos hotéis e pousadas. Essa prática é interessante e torna-se atraente por oferecer ótimas condições de lazer, mesmo que não seja em espaço físico próprio.

Diante dessa dinâmica intra-urbana visualizada em Caldas Novas, seja pela população residente no local, bem como pelos turistas que visitam, esporadicamente, a cidade ou pela população flutuante, que reside temporariamente, e com isso, acaba fazendo parte do dia-dia da cidade, percebemos que a malha urbana local se (re) configura de acordo com estes agentes presentes no espaço. Não podemos desconsiderar os agentes imobiliários, um dos maiores propulsores da dinâmica urbana local, bem como o recurso turístico, este o real motivo dessa movimentação em prol da construção de uma cidade turística mais atrativa e mais receptiva.

Dessa forma, todos os agentes responsáveis pela transformação do espaço urbano, tornam-se diretamente responsáveis pela preservação do lençol freático termal, essencial para a fomentação da atividade turística. Tornam-se responsáveis também pelo desenvolvimento econômico do local, pela receptividade dos turistas, mola propulsora do desenvolvimento econômico regional.

3.4 - O planejamento turístico como pressuposto no desenvolvimento econômico de Caldas Novas: a participação e a contribuição da população na descoberta de novas possibilidades turísticas

De acordo com Ruschmann (1997), a população residente em uma cidade turística é de suma importância para a manutenção e desenvolvimento da atividade. A mesma autora defende a teoria de que a população de uma cidade turística passa por diferentes estágios de aceitação e adaptação perante o turismo.

Segundo Ruschmann (1997) a primeira etapa de vivência da atividade turística acontece mediante a euforia e entusiasmo, em que a vibração toma conta de todos que moram na cidade. A segunda fase é caracterizada pela apatia, o turista passa a ser considerado como meio para a obtenção de lucro. A terceira etapa é marcada pela irritação, pois a localidade não mais consegue atingir a demanda e o caos começa a se instalar no local. O quarto estágio é caracterizado pelo antagonismo, ou seja, os moradores não suportam a invasão dos turistas, o aumento dos problemas sociais e, já não disfarçam seu descontentamento com a realidade. O quinto estágio é marcado pela consciência da população, de que na ânsia pela obtenção de lucro, não percebeu as transformações negativas que a cidade sofreu. É também a fase de

adaptação à nova realidade e a busca de medidas que minimize os impactos ocasionados pelo turismo desenfreado.

Em Caldas Novas, percebe-se que a população está muito dividida entre os diferentes estágios de absorção da atividade turística, descrito por Ruschmann (1997). Acredita-se que o envolvimento direto com o turismo seja um fator determinante para maior aceitação e envolvimento na atividade. Por exemplo, pessoas que dependem economicamente da atividade turística, tem mais possibilidade de aceitação e delegam grande importância econômica ao seu desenvolvimento. Ao passo que as pessoas não envolvidas diretamente com a atividade, acham que esta está se saturando e, atualmente, traz sérios problemas para a população e espaços urbanos locais.

Essas opiniões foram obtidas por meio de entrevistas realizadas com a população caldas-novense, em que verificamos que os moradores da cidade, cada um dentro de sua vivência, em relação à atividade turística, avalia o turismo de um modo diferenciado.

A idade média dos entrevistados foi entre 40 e 60 anos, e as perguntas realizadas buscavam analisar a percepção e a opinião do morador de Caldas Novas sobre a atividade turística local. As entrevistas foram realizadas em diversos pontos da cidade, e também contemplou alguns turistas, o que nos proporcionou maior riqueza, pois conhecemos o que o turista considera importante e problemático na cidade em que visita.

O mais interessante de se analisar, foi que grande parte dos entrevistados que moravam na cidade e, não nasceu na mesma. Parte significativa da migração para Caldas Novas ocorreu em busca de melhores condições de vida e, principalmente, oportunidades de emprego, pois vislumbravam participar do efêmero desenvolvimento econômico local.

Narcisa Oliveira (2005), 47 anos, vendedora ambulante em eventos realizados em Caldas Novas, é baiana e, há 13 anos, migrou para a cidade⁸. Ficou sabendo do crescimento da cidade e das oportunidades que oferecia por meio da cunhada que passou as férias no local. Primeiro veio sozinha e depois mandou dinheiro para que os três filhos a ajudassem com os afazeres. Quando indagada sobre o turismo em Caldas Novas nos respondeu: “é o meio de vida de quase todas as pessoas que moram na cidade”.

Também deu sua opinião sobre a destinação do turismo presente na cidade, ou seja, a quem era direcionado a atividade: “tudo aqui é voltado para o turista. A população pobre não consegue freqüentar os clubes e as festas. Só vamos nestes lugares para trabalhar”.

⁸ Entrevista realizada em agosto de 2005

Mas quando perguntamos sobre os benefícios e malefícios ocasionados pelo crescimento da atividade turística na cidade a entrevistada respondeu - “quero que o turismo cresça para que aumente o número de turistas, e cresça também o número de festas e de dinheiro. Mas os turistas estragam muito a cidade, e isso é ruim para quem mora aqui”.

Analisando as considerações de uma migrante, que há mais de uma década faz parte da realidade de Caldas Novas, percebe-se que ela considera o turismo positivo, pois depende diretamente dessa atividade para o sustento de sua família. Almeja um crescimento ainda maior do turismo, pois isso significa desenvolvimento econômico não somente para a cidade, mas principalmente para sua renda. Tem consciência dos estragos ocasionados pelo acúmulo de pessoas, mas a lucratividade se sobrepõe aos danos ocasionados na malha urbana.

Também morador de Caldas Novas, M. P. Siqueira (2005)⁹, tem uma outra percepção e opinião sobre a atividade turística. Nascido em Caldas Novas, acompanhou o crescimento econômico e espacial da cidade. Sua opinião sobre o turismo caldas-novense foi a seguinte: “o turismo é tudo que a cidade tem a oferecer. É desenvolvimento econômico, diversão e desordem”.

Considera o crescimento vertical e horizontal da cidade exagerado, visto que somente em algumas ocasiões, tem-se a ocupação de todos estes empreendimentos da cidade. Acha também que o grande número de construções, apenas serve para a exploração dos preços em determinadas épocas do ano e, principalmente, que este aumento no número de construções serve para incrementar o fluxo populacional.

Quando indagado sobre o turismo local e a quem é destinado, respondeu: “o turismo assim como todas as atividades presentes na cidade são direcionadas aos turistas que desejam utilizar as águas quentes. Precisamos de atenção por parte da prefeitura para direcionar as atividades para o lazer dos moradores”.

A opinião de Siqueira (2005)¹⁰ sobre os pontos positivos e negativos ocasionados pela atividade turística foi a seguinte:

O desenvolvimento econômico, o aumento do número de cursos superiores e de infra-estrutura na cidade é bastante positivo. O número de turistas em determinadas épocas do ano, a destruição da cidade, a bagunça, a desordem e a sujeira são os malefícios ocasionados pelos turistas.

⁹ Marcos Paulo de Siqueira, 37 anos, nascido e residente em Caldas Novas. Entrevista realizada em agosto de 2005

¹⁰ Entrevista realizada em agosto de 2005.

Este morador envolvido indiretamente com o turismo avalia a atividade de maneira diferenciada, da senhora N. Oliveira (2005) que depende do aumento de fluxo turístico para sobreviver. Siqueira (2005) considera o mesmo muito importante, mas ressalta que também traz problemas. Não deseja o crescimento da cidade, nem tão pouco o aumento do número de turistas, visto que o acúmulo de pessoas traz desordem, sujeira e bagunça.

As percepções e opiniões se diferem quando a pesquisa é direcionada para o turista que esporadicamente visita a cidade. Nerilma Resende (2005), dona de casa, 59 anos mora em Rio Verde GO, visita a cidade há seis anos¹¹. Considera a cidade bastante movimentada em determinadas épocas do ano e, por esse motivo, só a visita em períodos mais calmos, considerados baixa temporada. Conforme palavras da entrevistada: “por não existir um planejamento para a cidade de Caldas Novas, preocupam-se com a ampliação do turismo das águas quentes e não com a infra-estrutura do restante da cidade como, por exemplo, o comércio”.

Esta turista considera a cidade desordenada mesmo em períodos mais calmos, pelo fato de o poder público local não se preparar para o recebimento de um número maior de pessoas. Considera o comércio muito restrito, direcionado apenas para a venda de produtos específicos para a prática do turismo das águas quentes. Considera a oferta de serviços bastante restrita, levando em consideração que a cidade recebe pessoas oriundas de todo o Brasil, com gostos e costumes diversificados. Resende (2005), na entrevista, afirmou que “é essencial para o desenvolvimento da cidade a limpeza dos locais públicos, a gratuidade do lazer, bem como a construção de empreendimentos mais luxuosos, destinados a uma classe econômica superior da que comumente visita a cidade”.

A entrevistada quando indagada sobre a destinação do turismo em Caldas Novas, mostrou-se indignada com a segmentação turística presente na cidade. Afirmou, portanto, que “Se a função do turismo é a arrecadação de dinheiro, a infra-estrutura deveria ser ampliada a todos, o que aumentaria as divisas” (RESENDE, 2005).

Percebe-se que o turista também percebe os problemas presentes em uma cidade turística, como por exemplo, a separação dos espaços de acordo com o poder aquisitivo da população e a exclusão das classes menos abastadas, problemas bastante nítidos em toda a malha urbana.

¹¹ Entrevista realizada em agosto de 2005

A pesquisa também foi aplicada para quem visita a cidade com maior frequência por possuir na mesma, uma segunda residência. Vicente de Paulo, residente em Uberlândia, 61 anos, militar aposentado, visita periodicamente Caldas Novas há aproximadamente 25 anos¹². Quando indagado sobre o turismo em Caldas Novas deu-nos a seguinte opinião: “É ótimo, mas desorganizado. A cidade não se preparou para explorar o máximo o potencial que tem”.

Sobre a quem é destinado o turismo caldas-novense, Vicente de Paulo (2005) foi bastante categórico ao afirmar: “Aos turistas. Os moradores ficam na condição de prestadores de serviços. Contudo, há uma grande parcela de moradores que são turistas residentes”.

A vivência e opinião de Vicente de Paulo (2005) sobre o turismo em Caldas Novas, é que a cidade se especializa para o acolhimento do turista, mas a população, também residente na cidade aproveita esta potencialidade, mesmo que seja a pequena parcela da população com elevado poder aquisitivo e, por isso, consegue pagar pelo turismo oferecido na cidade. Como turista, mas possuidor de uma residência na cidade nos mostrou sua opinião sobre o desenvolvimento da atividade turística na região, elencando os pontos positivos e negativos:

Há mais benefícios que prejuízos. A indústria do turismo se bem planejada e conduzida se sobrepõe às demais. Porém, se praticado o turismo sem planejamento é desastroso. Os impactos principalmente na segurança pública e meio ambiente podem ser desastrosos. São afetados também os serviços de saúde pública, transportes e comunicação (PAULO, 2005).

Essa percepção de V. de Paulo (2005) sobre o turismo caldas-novense foi adquirida com o passar dos anos, pelas constantes visitas à cidade, em períodos de alta e baixa temporada, pela utilização dos serviços prestados pela cidade e, principalmente do lazer oferecido pelas águas termais. Quando foi indagado sobre as características essenciais para a melhoria da qualidade de vida em Caldas Novas, nos disse:

Preservar e recuperar as áreas próximas às nascentes, redimensionar as áreas públicas, coibir a poluição, principalmente a sonora, criar estrutura de atendimento ao público, à saúde, setor hoje muito deficiente. Realizar obras de engenharia e sinalização de trânsito (PAULO, 2005).

Todos os entrevistados pontuaram os mesmos aspectos negativos oriundos da atividade turística da cidade, bem como os pontos positivos que agregam à economia e ao lazer de

¹² Entrevista realizada em agosto de 2005

Caldas Novas. Novas. Consideram que um maior planejamento da atividade turística seria essencial para ordenar o território, minimizar os danos ocasionados pelo aumento do número população e problemas ambientais, principalmente nos períodos de alta temporada.

Pensar na organização e planejamento de uma cidade turística é principalmente pensar em um planejamento que englobe a população residente, os turistas, os espaços físicos da cidade, e, principalmente, o recurso natural que origina e propicia o turismo. É também buscar medidas que ampliem o desenvolvimento da atividade, bem como o bem estar da população que reside e visita a cidade.

Segundo Barreto (1999) o planejamento turístico consiste na definição de objetivos, na ordenação de recursos materiais e humanos, na determinação de métodos e formas de organização espacial, visando canalizar racionalmente a conduta de pessoas que praticam turismo. Pode ser definido também como um processo contínuo de pensamento sobre o futuro. Não se pode entender o turismo apenas como a circulação de pessoas, dinheiro e ampliação de infra-estrutura, mas sim, como a junção perfeita desses fatores, para que a atividade se conduza de modo sustentável.

Assim, para que o planejamento turístico ocorra de forma ordenada, cria-se também o plano de desenvolvimento turístico, que se define no conjunto de medidas, de tarefas e de atividades por meio das quais pretende atingir as metas, o detalhamento e os requisitos necessários para a ordenação e exploração de áreas com potencialidade turística. Em suma, é um planejamento de apoio que visa permear o planejamento turístico e sua concretização.

É imprescindível o planejamento de cidades turísticas como Caldas Novas que, a cada ano, recebe uma quantidade maior de turistas, migrantes, empreendimentos turísticos e comércio. A organização espacial da infra-estrutura é de suma importância para que se tenha um desenvolvimento harmônico e não excludente da cidade, característica ainda tão distante da realidade do Brasil nos dias atuais.

Pensar no planejamento turístico de Caldas Novas não se refere apenas na ordenação do espaço urbano, locais públicos e direcionamento da atividade, mas também, em possibilidades de homogeneizar o fluxo turístico na cidade, gerador de problemas nos períodos de alta temporada, no que se refere á organização espacial. Esse fluxo populacional deveria ser menos concentrado em algumas épocas e datas específicas. Com essa medida, automaticamente estaria se planejando e ordenando os espaços físicos existentes.

Planejar a atividade turística seria também pensar e criar possibilidades de desconcentração do turismo em torno da água termal, de modo a preservá-la e expandindo a atividade turística para outras vertentes, como por exemplo, o turismo ecológico, já desenvolvido na cidade e, em amplo crescimento.

Dessa forma, não se pode considerar que, atualmente, o turismo em Caldas Novas se restringe apenas à exploração das águas termais. Empreendedores locais e regionais, na tentativa de explorar ao máximo as aptidões turísticas presentes na cidade, começaram a visualizar outros pontos na cidade que também oferecem grande potencial turístico, e a partir disso, Caldas Novas tornou-se um emaranhado de possibilidades de divertimento.

Um exemplo foi construção do Parque Estadual da Serra de Caldas Novas, importante mantenedor do turismo ecológico local. Localizado dentro da área urbana, mas com características naturais bastante atrativas, tornou-se mais uma oportunidade de contato com a natureza. Atualmente, é visitado por um número grande de turistas que vão até a cidade, pois o turismo relacionado aos esportes radicais está em voga na agenda turística regional. Dessa forma, percebe-se, então, que não somente existe em Caldas Novas, o turismo das águas termais, mas outras especificidades turísticas estão adquirindo feições próprias, incrementando o atrativo turístico local.

Com a descoberta destas novas aptidões turísticas em Caldas Novas, observa-se que o potencial turístico local não se restringe apenas à exploração das águas termais, mas também na modernização e grandiosidade dos novos empreendimentos turísticos surgidos a cada momento, fazendo com que o município abrigue um dos maiores complexos hoteleiros do país, bastante atraentes para quem deseja praticar turismo.

Barbosa (2004), comenta que além das águas termais e do complexo hoteleiro diversificado, a cidade possuía em 2004, outros 20 recursos turísticos atrativos que de certo modo, procuram desconcentrar o turismo local da exploração das águas termais, apesar de todos estes atrativos estarem diretamente ligados à exploração do lençol freático, como mostra o quadro 11.

Quadro 11 - Recursos turísticos existentes em Caldas Novas, 2004

.

A partir dos dados apresentados no quadro 11, percebe-se que há uma concentração do turismo local na exploração das águas termais, mas também há um potencial a ser explorado, para ampliar a atividade turística na cidade. Cabe ao poder público local potencializar a aptidão turística de cada um destes pontos já existentes e direcionar o seu desenvolvimento, de modo que a atividade turística seja a mais eclética possível, não se concentrando somente na exploração das águas termais.

Os “novos” pontos turísticos visualizados no quadro 11, não se referem apenas aos recursos presentes em Caldas Novas, mas também aos recursos presentes no município de Rio Quente, como por exemplo, o Hot Park. Isso acontece porque parte dos turistas que passam por Caldas Novas acaba visitando o *Resort*. Dessa forma, o autor considerou Caldas Novas e Rio Quente um complexo turístico hidrotermal, incluindo o Hot Park como recurso turístico presente em Caldas Novas.

A divulgação destes “novos” pontos turísticos pelo poder público local e também pelos próprios empreendedores locais traria novas dimensões ao turismo caldas-novense. Se observarmos no quadro 11, percebemos que vários pontos possuem diversas demandas turísticas e o valor atrativo é considerado alto, podendo agregar consideráveis recursos para o município.

Dessa forma, o turismo de Caldas Novas continuará tendo como base a exploração das águas termais, mas agregando outras especificidades, o que acarretará maior fluxo turístico, geração de emprego e desenvolvimento econômico local. E sendo assim, a preservação e manutenção do lençol freático termal contribuirá para a longevidade da atividade turística na cidade.

Uma estratégia para amenizar essa concentração turística seria criar um calendário cuja programação estivesse distribuída em diversos finais de semana, e a partir disso, divulgar este calendário. Para que ele se torne mais atrativo, uma associação com os empresários de ramo hoteleiro, oferecendo hospedagem a preços mais acessíveis, também, contribuiria para a atração de turistas em diversas épocas do ano, desconcentrando o fluxo populacional, minimizando problemas. Isso também diminuiria a construção de empreendimentos pela cidade, pois os já existentes conseguiriam suprir a demanda.

Uma campanha de conscientização para a população e, principalmente para o turista de como cuidar da cidade que nos abriga quando desejamos praticar turismo, também, minimizaria a problemática de depredação dos espaços públicos. Uma campanha de coleta

seletiva de lixo, principalmente nos empreendimentos hoteleiros e clubes, serviria para diminuir o impacto ambiental ocasionado pela elevada produção de lixo, principalmente, descartável. Um trabalho com os clubes e empreendimentos para a reutilização da água das piscinas nos clubes, também seria de muita validade, uma vez que toda a água utilizada, atualmente, tem como destino certo os córregos da cidade. Essa água poderia ser aproveitada para limpeza de ruas, praças, jardins etc.

A conscientização de todos que passam pela cidade, principalmente, pela área central, traria a diminuição de vários problemas, como ordenação do trânsito, diminuição do barulho, diminuição de ocorrências policiais e, conseqüentemente, ampliação do bem estar.

É preciso pensar, também, em humanizar a cidade, que atualmente vem sofrendo um intenso processo de artificialização e exclusão, pois como já sabemos, o turismo torna-se atividade excludente, pois requer algum tipo de deslocamento ou pagamento, não acessível a todas as camadas da população. Outro desafio do planejamento turístico em Caldas Novas seria pensar e direcionar a cidade visando principalmente o bem estar dos moradores locais, o que realmente não acontece. Grande parte das atividades e infra-estrutura existentes promove somente o bem estar do turista, por ser o principal agente da manutenção da atividade e da economia regional.

Mas não se pode desconsiderar que o morador da cidade turística tem papel fundamental na execução da atividade, pois este de certa forma, vive e presencia toda a qualquer transformação espacial, e mais do que ninguém faz parte dela, é também o responsável pelo acolhimento dos turistas. Como já sabemos, uma cidade acolhedora torna-se muito mais interessante.

Mas a quem delegar a responsabilidade pela orientação da atividade turística? Seria ao poder público municipal que por meio de leis, se responsabilizaria pela organização espacial da atividade dentro do município? Seria ao poder público estadual, que traça diretrizes para o melhor desenvolvimento econômico de seus municípios? Ou seria aos empresários do ramo, que contribuem diariamente para a expansão da malha urbana por meio de construções e manutenção da atividade turística, ampliando o número de construções, aprimorando a infra-estrutura turística?

A Prefeitura Municipal de Caldas Novas, de posse de um diagnóstico confeccionado para identificar os principais problemas da cidade, tem trabalhado para minimizar os problemas oriundos da atividade turística. O plano diretor apresenta uma proposta de

reestruturação da atividade, a fim de mitigar ao máximo estas mazelas presentes na cidade. A população também tem ciência de todos os problemas decorrentes da atividade turística, e também deseja contribuir para a construção de uma cidade mais humana, mais digna e melhor. O turista percebe os problemas decorrentes da “invasão” em determinadas épocas e também almeja visitar uma cidade mais limpa, organizada e mais bonita.

Dessa forma, entendemos que a ordenação da cidade, bem como a organização espacial e planejamento da atividade turística é responsabilidade de todos os agentes envolvidos no processo, desde o poder público municipal até a população residente no município. Todos participam da gestão do turismo local, e dessa forma, são responsáveis pela atividade, de modo a ampliá-la e conduzi-la sem que se torne problema para quem habita ou visita a cidade.

O planejamento de uma cidade turística tem que contemplar o desenvolvimento econômico, o aproveitamento de maneira sustentável do recurso natural, ou seja, a matéria-prima para a atividade turística, como no caso de Caldas Novas, o lençol freático termal. Deve ser levada em consideração a qualidade de vida do turista, e principalmente da população residente no local, essencial para a absorção da atividade na cidade e principalmente, pelo acolhimento do turista.

Dessa forma, percebe-se que, se cada agente envolvido na atividade turística, der sua parcela de contribuição para o desenvolvimento do turismo sustentável e ordenação territorial a cidade se tornará mais humana, mais rica e conseqüentemente mais atraente, obtendo assim, um desenvolvimento econômico, social e turístico maior, não somente para a cidade, como também para toda a região.

5 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, C. **Caldas Novas: além das águas quentes**. Goiânia: Kelps, 1996.

_____. **Caldas Novas ecológica**. Goiânia: Kelps, 1998.

ALMEIDA, R. C. O. **Caldas Novas: da mineração ao turismo**. Caldas Novas, 2001.

AMERICAONLINE. 2005. Disponível em: <www.meumundo.americaonline.com.br>. Acesso em: julho, 2005.

ANGELI, M. N. B. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas: Papirus, 1991.

BARBOSA, D. L. **Um olhar sobre o estatuto da cidade enquanto instrumento de reforma urbana: um estudo sobre a elaboração e implementação do plano diretor em Caldas Novas**. 2004. 170 f. Dissertação (Mestrado em desenvolvimento Econômico) - Instituto de Economia, Universidade federal de Uberlândia, Uberlândia, 2004.

BARBOSA, Y. M.; PEREIRA, L. M. **Território e espaço da Pousada do Rio Quente Resorts**. Disponível em: <www.cibergeo.org/agbnacional>. Acesso em: set. 2004.

BARRETO, M. **Planejamento e organização em turismo**. 2. ed. São Paulo: Papirus, 1999. 108 p.

BRITO, B. D. M. **Os efeitos da sazonalidade na exploração do fenômeno turístico**. Disponível em: <www.revistamundo.cidadeinternet.com.br>. Acesso em jul. 2005.

CALDASONLINE. 2005. Disponível em: <www.caldasonline.com.br>. Acesso em: jun., 2005.

CARLOS, A. F. A. **A (re) produção do espaço urbano**. São Paulo: EDUSP, 1994.

CARLOS, A. F. A.; YÁZIGI, E. E.; CRUZ, R. C. A. da (Org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 1996.

CASTELLS. M. **A questão urbana**. Tradução de Arlene Caetano. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983. 506 p.

CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE CALDAS NOVAS. Prefeitura Municipal de Caldas Novas, Caldas Novas, 2005.

CORIOLOANO, L. N. M. T (Org.). **Turismo com ética**. Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza: UECE, 1998.

CORRÊA, R. L. **O espaço urbano**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1995.

COSTA, A. A; BARBOSA, J. R. **Crescimento urbano e segregação sócio-espacial**: uma análise da qualidade de vida dos moradores das favelas de Natal. 2004. Disponível em: <www.cibergeo.org>. Acesso em set., 2004.

CRUZ, R. C. A. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

ELIAS, A. C. **Caldas Novas**: ontem e hoje. Caldas Novas: Secretaria Municipal de Educação, 1994.

FOSTER, D. **Viagens e turismo**: manual de gestão. Tradução de Teresa Pinto. Portugal: CETOP, 1992.

HARVEY, D. **Urbanismo y Desigualdad Social**. 5. ed. Madri. Siglo XXI de Espanã. 1989. 352 p.

IBGE. 2001. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: out., 2001.

_____. 2003. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: fev./ nov., 2003.

_____. 2003. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: jun. 2004.

_____. 2005. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: jul., 2005.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Economia do turismo**. Campinas: Papirus, 1991.

LOJKINE, J. **O Estado Capitalista e a Questão Urbana**. Tradução: Estela dos santos Abreu. São Paulo: M. Fontes, 1981. 337 p. Título original: Le Marxisme, l'État et la question urbaine.

MARISCO, L. M. O. **A norma e o fato**: abordagem analítica da segregação sócio-espacial e exclusão social a partir dos instrumentos urbanísticos. 2003. 186 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista de Presidente Prudente, 2003.

OLIVEIRA, H. A. **Uma reflexão histórica do turismo**: o caso de caldas Novas (1970-1990). 2001. 133 f. Dissertação (Mestrado em História das Sociedades Agrárias) - Faculdade de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2001.

PEREIRA, L. M.; BARBOSA, Y. M. **Da Pousada ao Hot Park**: a criação de um território turístico no município de Rio Quente-GO. Disponível em:
<<http://www.cibergeo.org/agbnacional>>. Acesso em: 16 set., 2004.

PORTUGUEZ, A. P. **Consumo e espaço**: turismo, lazer e outros temas. São Paulo: Roca, 2001.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CALDAS NOVAS, 2003. Disponível em:
<www.caldasonline.com.br>. Acesso em: ago. 2001.

_____. 2003. Disponível em: <www.caldasonline.com.br>. Acesso em: fev./ nov., 2003.

_____. 2004. Disponível em: <www.caldasonline.com.br>. Acesso em: fev., 2004.

_____. 2005. Disponível em: <www.caldasonline.com.br>. Acesso em: fev./ mar./ ago., 2005

RAMIRES, J. C. L. **A verticalização do espaço urbano de Uberlândia**: uma análise da produção e consumo da habitação. 1998. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas , Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

RODRIGUES, A. A. B. (Org.). **Turismo e geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 1996.

RUSCHMANN, D. V. M. **Marketing turístico**: um enfoque promocional. Campinas: Papirus, 1990.

_____. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. Campinas: Papirus, 1997.

SAINT-HILAIRE, A. et al. **As fabulosas águas quentes de Caldas Novas**. Goiânia: Oriente, 1982.

SANTOS, L. M. **Expansão urbana da cidade de São Paulo e a segregação sócio-espacial durante o período de 1850 a 1992**. Disponível em: <http://www.cefetsp.br/edu/eso/saopaulo/htm>>. Acesso em: 16 set., 2004.

SILVA, M. C; CALAÇA, M. **Crescimento demográfico e a espacialização da migração em Goiás - período de 1970 a 2000**: um estudo da sua representação. Disponível em <http://www.cibergeo.org/agbnacional>>. Acesso em: set., 2004.

SINGER, P. O uso do solo urbano na economia capitalista. In: MARICATO, E. (Org.). **A produção capitalista de casa (e da cidade) no bairro Industrial**. São Paulo: Alfa-Omega, 1979.

SOMEKH, N. **A cidade vertical e o urbanismo modernizador**. São Paulo: Studio Nobel - FAPESP, 1997.

SOUZA, M. A. A. **A identidade da Metrópole**: a verticalização em São Paulo. São Paulo: Hucitec, Edusp, 1994.

SPÓSITO, E. B. **O chão arranha o céu**: a lógica da (re) produção monopolista da cidade. 1991. 393 p. Tese (Doutorado em Geografia Humana). Faculdade de Letras, Filosofia e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo, 1991.

STRAUBE, F. J. A inadmissível ingerência do estado no segmento de flats, apart-hotéis e lofts. Disponível em: www.empresario.com.br/artigos>. Acesso em: jan., 2005.

TOLEDO, P. E. R. **A formação sócio-espacial de Jurerê Internacional em Florianópolis S/C.152 f. Relatório (Qualificação de Mestrado)** - Instituto de Geografia, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2004.

TRABALHANDO com mapas: introdução à geografia. 24. ed., 6. reimpressão. São Paulo: Ática, 2003. (Caderno do professor).

TRIGO, L. G. G. **Turismo e qualidade**: tendências contemporâneas. Campinas. São Paulo: Papirus, 1993.

URRY, J. **O olhar do turista**: lazer e viagem nas sociedades contemporâneas. Tradução Carlos Eugênio Marcondes Moura. São Paulo: Studio Nobel-SESC, 1996.

VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel - FAPESP: Lincoln Institute, 2001. 373 p.

WEBCALDAS. 2004. Disponível em: <www.webcaldas.com.br>. Acesso em: jan., 2004.

_____. 2005. Disponível em: <www.webcaldas.com.br>. Acesso em: jan., 2005.

Quadro 10 - Infra-estrutura hoteleira dos empreendimentos pesquisados, Caldas Novas (GO), 2005.

Empreendimento	Categoria	Número de apartamentos	Ano de Fundação	Infra-Estrutura				Origem dos Hóspedes	Idade Média dos Hóspedes
				Piscinas	Bares	Equipe de recreação	Outros		
Bluepoint Hots Springs	Flat	442	1992	06	01	Sim	Sauna, Play Groud	Brasília, São Paulo	Acima de 30 anos
Hotel Orion	Hotel	27	1995	--	01	não	--	Brasília, Goiânia e Uberlândia	Todas as idades
Águas do Vale	Hotel	50	2001	03	02	não	Sauna	Brasília, Goiânia e Uberlândia	20-30 anos
Bouganville	Hotel	61	1989	08	02	sim	Sauna	Brasília, Goiânia Uberlândia e São Paulo	Acima de 50 anos
Cond Res Termas dos Buritis	Cond Res	120	1998	05	01	não	--	Brasília, Goiânia, Araguari Uberlândia	Todas as idades
AFFEGO	Hotel	130	1989	04	02	Sim	Play Ground, Sauna	Todo o Brasil	Todas as idades
Condomínio Ponta Verde	Cond Res	180	1990	02	01	Não	Sauna	Todo o Brasil	Todas as idades
Pousada do Japão	Pousada	11	2000	--	--	Não	--	Brasília, Goiânia	Acima de 30 anos
Resid Filadélfia	Cond Res	35	2001	--	--	Não	--	Goiânia, Brasília	Todas as idades
Hotel Imperador*	Hotel	60	1988	--	--	Não	--	Brasília, Goiânia	20-30 anos
Hotel Santa Clara	Hotel	29	1986	02	--	Não	--	Brasília e São Paulo	Acima de 20 anos

(Continua)

Thermas Di Roma	Hotel	238	1989	09	04	Sim	Sauna, Salão de Beleza, Massagem Revelação de fotos	Todo o Brasil e diversos locais do mundo (EUA)	Todas as idades
Condomínio Império Romano	Cond Res	240	1994	07	02	Sim	Academia	Todo o Brasil	Todas as idades
Bica Pau Hotel	Hotel	60	1984	07	01	Não	Salão de jogos, Sauna	Goiânia, Brasília e São Paulo	Acima de 20 anos
Pousada San Marco	Pousada	22	1990	--	--	Não	--	Todo o Brasil	30-40 anos
Tayio Thermas Hotel	Hotel	105	1994	04	02	Sim	Sauna, Academia	Todo o Brasil	0-10 anos 30-40 anos 40-50 anos
Colônia de Férias Jessé Pinto Freire (SESC)	Colônia de Férias	185	1978	11	03	Sim	Pista de corrida, complexo esportivo, capela,	Todo o Brasil	Todas as idades
Residencial Privé das Caldas	Cond Res	120	1998	08	01	Não	Quadras	Todo O Brasil	Todas as idades
Cond Res Thermas do Eldorado Flat Service	Cond Res / Flat service	152	1995	05	01	Não	Academia, Sauna	Todo o Brasil	Todas as idades
Com Res Parque das Águas Quentes	Flat / Cond res	160	1985	03	01	Não	--	Todo o Brasil	Todas as idades
Hotel Paineiras	Hotel	68	1985	05	01	Não	Sauna	Todo o Brasil	Todas as idades
Hotel Prive	Hotel	168	1980	06	02	Sim	Sauna, Massagem, Salão de beleza	Todo o Brasil	Todas as idades
Cond res Thermas das Caldas	Cond Res	140	2000	05	01	Não	Academia	Goiânia, Brasília, Uberlândia, São Paulo	40-50 anos

(Continua)

Cond Edifício Tainá	Cond Res	60	1994	04	--	Não	--	Todo o Brasil e diversos locais do mundo (EUA, França)	Todas as idades
Hotel Parque das Primaveras	Hotel	29	1973	04	01	Não	Sauna	Goiânia, Brasília, Uberlândia, São Paulo	Acima de 30 anos
Hot Star Plaza Hotel	Hotel	52	2002	04	01	Sim	Sauna	Goiânia, Brasília, Uberlândia, São Paulo	Todas as idades
Hotel Golden Dolphin Júnior*	Hotel	54	1999	06	03	Sim	Sauna, Play ground,	Goiânia, Brasília, Uberlândia	Todas as idades
Hotel Serra Dourada	Hotel	28	1985	--	--	Não	--	Goiânia, Brasília, Uberlândia	Todas as idades
Thermas Hotel	Hotel	30	1989	--	--	Não	--	Belo Horizonte e Mato Grosso	Todas as idades
Hotel Diadema*	Hotel	28	1986	--	--	Não	--	Brasília	Acima de 50 anos
Hotel Morada do Sol	Hotel	81	1985	04	01	Sim	Sauna	Todo o Brasil e diversos locais do mundo	Acima de 20 anos
Hotel Rio das Pedras	Hotel	34	1975	03	01	Não	--	Goiânia, Brasília, Uberlândia, São Paulo	Todas as idades

(Continua)

Hotel Triângulo	Hotel	62	1989	02	01	Sim	Serestas noturnas	Uberlândia e Belo Horizonte	Acima de 40 anos
Hotel Águas Claras*	Hotel	46	1995	01	01	Sim	Sauna	Uberlândia, Goiânia, Brasília, São Paulo	30-40 anos
Pousada Paulista	Pousada	14	2003	--	--	Não	--	São Paulo, Brasília, Goiânia, região Sul do país	Acima de 30 anos
Hotel Jalim	Hotel	161	1985	16	01	Sim	Salão de Jogos, Sauna	São Paulo, Brasília, Goiânia, Uberlândia	Acima de 20 anos
Samburá Thermas Hotel*	Hotel	38	1984	03	01	Não	Spa, Sauna	Brasília, São Paulo	Acima de 50 anos
Pousada Cariamã	Pousada	10	2002	03	01	Não	Play ground, Salão de jogos	Uberlândia, Goiânia, Brasília	Acima de 10 anos
Pousada Nossa Senhora da Guia	Pousada	32	1975	--	--	Não	--	Goiânia, Brasília	Entre 40 e 50 anos
Hotel Itatiaia	Hotel	58	1983	06	03	Sim	Seresta	São Paulo, Brasília, Goiânia,	Acima de 30 anos
Hotel Roma	Hotel	47	--	04	02	Sim	--	Todo o Brasil	Acima de 50 anos
Hotel Riviera*	Hotel	14	--	--	--	Não	--	Uberlândia, Goiânia, Brasília	Acima de 20 anos
CTC Caldas Thermas Clube	Hotel	144	1968		10	Sim	Sauna, Play ground	Todo o Brasil	Todas as idades

(Continua)

Hotel Tamburi	Hotel	20	1978	04	01	Não	--	Uberlândia, Goiânia, Brasília, Araguari	Acima de 20 anos
Posada do Ipê	Pousada	48	1995	05	02	Sim	Sauna	Uberlândia, Goiânia, Brasília	Acima de 20 anos
Hotel Thermas das Pirâmides	Hotel	36	1984	08	01	Não	--	Brasília	Acima de 50 anos
Kanaxue Thermas Park	Cond res	120	2000	05	01	Não	Salão de jogos,	Todo o Brasil	Acima de 30 anos
Pousada Residencial Paineiras	Pousada	24	1990	03	01	Não	Sauna, salão de jogos, play ground	São Paulo, Brasília, Goiânia, Uberlândia	Acima de 20 anos
Hotel Higa	Hotel	45	--	--	--	Não	--	Todo o Brasil	Acima de 40 anos
Sampaio Hotel	Hotel	11	1985	--	--	Não	--	Brasília, Goiânia	Acima de 40 anos
Pousada Arco-Iris	Pousada	13	1992	--	--	Não	--	Todo o Brasil	Todas as idades
Pousada Cantinho Feliz	Pousada	10	1991	--	--	Não	--	Brasília, Goiânia	Acima de 50 anos
Hotel Pousada do Chá	Hotel / Pousada	15	--	--	--	Não	--	Brasília, Goiânia	Acima de 30 anos
Hotel Vitorino	Hotel	50	--	--	--	Não	--	Todo o Brasil	Acima de 40 anos
Pousada Recanto das Caldas	Pousada	28	--	02	01	Não	Sauna	Todo o Brasil	Acima de 30 anos
Sol das Caldas Flat Service	Flat	50	--	05	02	Sim	Sauna, sala de ginásticaquadradas	Todo o Brasil	Todas as idades
Manhatann Hotel	Hotel	17	--	01	01	Não	Salão de jogos	Todo o Brasil	Acima de 30 anos

* Empreendimentos que possuem parceria quanto a utilização de parque aquático. Fonte:PAULO, R.F.C- Pesquisa direta realizada em 2005.

Quadro 11 - Recursos turísticos existentes em Caldas Novas, 2004

Recurso Turístico	Valor Atrativo	Demanda	Estado de Uso	Oportunidades	Medidas Preventivas e Curativas
Piscinas termais	Alto	Todos	Atual	Turismo de lazer e saúde	Evitar o esgotamento dos aquíferos Gestão da alta e baixa temporada
Lago Corumbá	Médio e variável	Todos	Potencial	Turismo desportivo e de lazer	Política de proteção ambiental Infra-estrutura Eventos esportivos
Cachoeiras do lago Corumbá	Alto	Todos	Potencial	Lazer	Planejamento de itinerários e atividades
UHE Corumbá	Alto	Todos	Potencial	Turismo educacional	Elaborar um plano de visitas
Rio Pirapetinga	Baixo	Todos	Potencial	Turismo educacional	Elaborar um plano de visitas
Balneário	Médio	Todos	Potencial	Turismo cultural e turismo de saúde	Transformá-lo em museu das águas quentes
Lagoa Quente	Alto	Todos	Atual	Turismo cultural e lazer	Evitar o uso descontrolado
Fazenda do Pedrão	Médio	Todos	Potencial	Turismo rural	Informações e infra-estrutura
Hot Park	Alto	Jovens e famílias	Atual	Lazer	Controlar a visitação nos finais de semana
Jardim Japonês	Baixo	Todos	Atual	Lazer	Serviços insuficientes
Clube de pesca	Médio	Todos	Atual	Lazer	---
Casarão	Baixo	Todos	Potencial	Lazer	Transformá-lo em um centro de tradições culturais
Parque urbano	Médio	Todos	Potencial	Lazer e eventos	---
Cachaçaria Vale das Águas	Médio	Todos	Potencial	Fomentar o comércio	---
Serra Verde	Baixo	Todos	Atual	Fomentar o comércio	Novas ofertas de produtos regionais
Sambódromo	Baixo	Todos	Atual	Lazer	Renomear e transformá-lo em uma praça de lazer, um monumento das águas quentes e para manifestações culturais locais.
Praça do cerrado	Baixo	Jovens	Potencial	Espaço de lazer para a comunidade local	1-Estruturar o teatro de arena 2-Informar sobre a vegetação do cerrado
Distritos rurais	Baixo	Todos	Potencial	Eventos / festas regionais e alambiques	Promover o seu desenvolvimento
Parque estadual da serra de Caldas Novas	Alto	Todos	Atual	Ecoturismo / esportes radicais	Promover o seu desenvolvimento sustentável

Fonte: BARBOSA, 2004.

Adaptação: PAULO, R. F. C., 2005.