

*Turismo, negócios e sujeitos em Caldas Novas, Goiás:
manifestações, movimentos e perspectivas*

*Tourism, business and subjects in Caldas Novas, Goiás:
manifestations, movements and perspectives*

*Turismo, negocios y sujetos en Caldas Novas, Goiás:
manifestaciones, movimientos y perspectivas*

Jean Carlos Vieira Santos
Universidade Estadual de Goiás
jean.vieira@ueg.br

Ana Carolina Ferreira Sousa
Universidade Estadual de Goiás
carolfsousa08@gmail.com

Marcus Vinícius Martins Jorge da Cruz
Universidade Estadual de Goiás
marquim13@gmail.com

Resumo

Este artigo propõe compreender os serviços hoteleiros ofertados por proprietários de hotéis e imobiliárias, além de apresentar os depoimentos de sujeitos que expõem expectativas e análises diante de um vivido que depende de manifestações e movimentos da atividade turística no território. Nesse contexto se consideraram a abordagem qualitativa de entrevistas e trabalhos de campo como método de pesquisa. Os resultados foram concebidos, principalmente, sob a perspectiva compreensiva, pois não implicam quantificação, mas a interpretação do fenômeno estudado. Assim se obtiveram depoimentos de trabalhadores do cotidiano turístico para mostrar que a dinâmica regida pela atividade turística se difunde no urbano, ao conciliar esse espaço com o turismo; por isso, Caldas Novas, no estado de Goiás, é vista como uma cidade turística.

Palavras-chave: Território; Hotelaria; Trabalhadores; Dinâmica Urbana.

Abstract

This article aims to understand the hotelier services offered by owners of hotels and real estate, in addition to presenting the testimonies of subjects who expose expectations and analyzes in the face of a life that depends on manifestations and

movements of tourist activity in the territory. In this context, the qualitative approach to interviews and fieldwork was considered as a research method. The results were mainly conceived from a comprehensive perspective, because they do not imply quantification, but the interpretation of the studied phenomenon. Thus, testimonies were obtained from workers in the tourist routine to show that the dynamics governed by the tourist activity spread in the urban area, by reconciling this space with tourism; therefore, Caldas Novas, in the state of Goiás, Brazil, is seen as a tourist city.

Keywords: Territory; Hospitality; Workers; Urban Dynamics.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo comprender los servicios hoteleros ofrecidos por los propietarios de hoteles y bienes raíces, además de presentar los testimonios de los sujetos que exponen expectativas y análisis frente a una vida que depende de las manifestaciones y movimientos de la actividad turística en el territorio. En este contexto, el enfoque cualitativo de las entrevistas y del trabajo de campo se consideró como método de investigación. Los resultados fueron concebidos, principalmente, desde una perspectiva integral, porque no implican cuantificación, sino la interpretación del fenómeno estudiado. De esta manera, se obtuvieron testimonios de trabajadores en la rutina turística para demostrar que la dinámica gobernada por la actividad turística se extendió en el área urbana, al conciliar este espacio con el turismo; Por lo tanto, Caldas Novas, en el estado de Goiás, Brasil, es vista como una ciudad turística.

Palabras clave: Territorio; Hospitalidad; Trabajadores; Dinámica urbana.

Introdução

A modernização do lazer e turismo e o planejamento territorial levaram a cidade de Caldas Novas¹, no estado de Goiás, região Centro-Oeste do Brasil (Figura 01), a se tornar um dos principais destinos hidrotermais do país. Tal processo foi fortalecido pelo engendramento de uma política de Estado e de preços que atendessem às necessidades de todas as classes sociais, “onde a parceria entre agentes públicos e privados é essencial para assegurar a perenidade da atividade” (SILVA; PERNA, 2005, p. 451).

Em 2019, o referido território turístico goiano foi um dos destinos domésticos mais buscados do Brasil, como mostra a reportagem sobre o comportamento digital do viajante:

Os estados da Bahia e do Goiás estão entre as rotas domésticas com maior número de buscas registradas pela plataforma de pesquisa de viagens *Skyscanner*. O levantamento analisou os dados de procura e reservas feitas nos últimos dois anos pelos usuários do buscador digital para mapear tendências de mercado. [...] a busca pelo bem-estar e belezas naturais é o que move os brasileiros a conhecerem destinos do estado de Goiás. Caldas Novas, com 2,1

¹ Este trabalho traz resultados parciais do projeto de pesquisa desenvolvido na Universidade Estadual de Goiás (UEG - Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação): “Bairros Turísticos de Caldas Novas (GO): reflexões e leituras sobre a cidade”.

vezes mais buscas do que a média do crescimento de mercado, está entre as tendências de viagem para 2019 (GURGEL, 2019, p. 1).

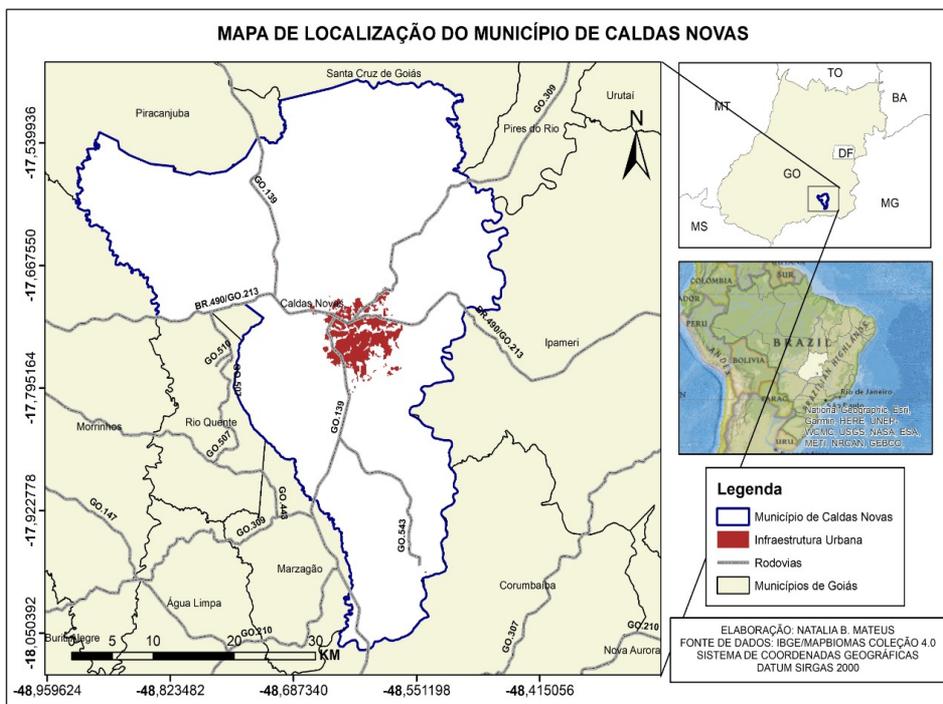


Figura 01: Localização de Caldas Novas – Goiás. Org. MATEUS, N. 2020.

O estudo de Coriolano e Barbosa (2012) explica que, para o mercado, as comunidades virtuais constituem importantes ferramentas de *marketing*, em decorrência da maior interatividade entre empresas e consumidores, seja pela venda *on-line* ou pela troca de informações sobre determinado produto, serviço ou ideias. Na atividade turística, a interatividade faz circular nas redes a prestação de serviços. Transformações sociais ocorrem em espaços variados, com intervenção simultânea de redes que configuram territórios em diferentes escalas dos âmbitos local e global.

Em outras palavras, Carvalho (2012, p. 73) assevera que o impacto econômico da atividade turística em municípios resulta da “ampliação das fontes de geração de renda e emprego, da entrada de divisas e do aquecimento das outras atividades econômicas, pelo seu e feito multiplicador. Os meios de hospedagem constituem uma das principais bases desse processo”. Sob esse viés, Silva e Perna (2005, p. 453) defendem que o turismo é um fenômeno espacial, cujo sucesso em determinado território “exige atuações multidisciplinares sobre variáveis econômicas, sociais, ambientais e institucionais”.

Evidentemente, a análise espacial das atividades turísticas constitui uma ferramenta metodológica “essencial para a distinção clara e informada das diversas componentes do sistema turístico, enquanto componente de uma transformação territorial contínua, plurissetorial e participada” (SILVA; PERNA, 2005, p. 454). Sendo assim, propõe-se compreender os serviços hoteleiros ofertados por proprietários de hotéis e imobiliárias, ao apresentar os depoimentos de sujeitos que expõem expectativas e análises diante de um vivido que depende de manifestações e movimentos da atividade turística no território.

Portanto, o presente trabalho considera a abordagem qualitativa de entrevistas e trabalhos de campo. Tal método é concebido, “principalmente, numa perspectiva compreensiva. A coleta de dados é baseada em métodos que não implicam quantificação e, sim, a interpretação do fenômeno estudado” (MATOS; PESSÔA, 2009, p. 280).

Em um primeiro momento, buscou-se a pesquisa bibliográfica e, durante os trabalhos de campo, foram realizadas entrevistas com a aplicação de um questionário com cinco perguntas. Os sujeitos entrevistados são representantes de empresas que fazem parte do *trade* turístico de Caldas Novas/GO: cinco comerciantes, cinco feirantes (Feira do Luar), uma imobiliária, um hoteleiro e dois proprietários de apartamentos que os disponibilizam para locação por temporada.

As entrevistas foram aplicadas de outubro a novembro de 2019, período conhecido como baixa temporada. Também se utilizou a observação, com o intuito de levantar o maior número de informações e opiniões, atitudes e comportamentos dos entrevistados. Essa técnica é definida por Leitão Júnior (2014, p. 33) como a “chave interpretativa crucial no deslindamento das reflexões e interpretações”.

Esse diálogo, com garantia do espaço de participação, só foi possível a partir do trabalho empírico, frente ao conhecimento e à consciência das diferentes relações existentes no território. Na seção a seguir, reflete-se sobre as mudanças territoriais de acordo com os principais negócios associados à atividade turística, visto que o contexto atual movimentava as lógicas urbanas do lugar.

Transformações territoriais, hotelaria e turismo

Atividades ligadas à cadeia produtiva do turismo, principalmente as que se associam à hotelaria, reproduzem as contradições do mundo de vida capitalista, pois materializam relações espaciais e de poder em lugares diversos. Desse modo, a organização desigual e combinada de territórios “representa a lógica do capital, que tem o turismo como meio de realização de dinâmicas territoriais associadas aos poderes do capital hegemônico, que agem na transformação de espaços em mercadoria” (CORIOLANO; BARBOSA, 2012, p. 172).

O estudo da hotelaria remete ao entendimento de uma lógica em espaços urbanos, a exemplo de Caldas Novas/GO, pois, a partir desse negócio, os territórios são transformados em objetos de venda para o consumo de turistas que aportam no destino termal. Ao refletir sobre um contexto territorial complexo em que se inserem as

atividades ligadas ao turismo, à hotelaria e ao lazer, faz-se necessário se embasar nos postulados de Proserpio (2007, p. 32), para quem, no mundo moderno, a globalização “revoluciona em particular alguns segmentos, que passam a adquirir características substancialmente diversas do passado, a exemplo do mercado de viagens e hospedagem”.

Repleto de contradições, tal processo exige que empresas locais invistam em tecnologias competitivas, com vistas a ampliar mercados. Nesse cenário, o turismo e os respectivos negócios impuseram ao principal destino turístico goiano, nas últimas décadas do século XX e primeiras do século XXI, “uma pujante transformação da cidade que é turística, o que fomentou um vultoso progresso econômico e, ao mesmo tempo, uma relação complexa entre residentes e turistas, mas sem grandes conflitos perceptíveis” (GUERRA; SANTOS; NEVES, 2018, p. 126).

Caldas Novas/GO é também conhecida como o destino da melhor idade. Segundo Beni (2003, p. 64), tal segmento de mercado “continuará a constituir, tanto interna como internacionalmente, um expressivo fator de desenvolvimento do tráfego turístico e das destinações de viagens”. Nessa cidade, os equipamentos de hospedagem são “o maior vetor dos impactos sob forma de geração de empregos que atraem mão de obra com níveis diversos de qualificação” (CARVALHO, 2012, p. 75).

Nesse município, o setor de turismo:

[...] é um grande empregador e o segmento de hospedagem é o que melhor aloca os trabalhadores formais. No entanto, ainda se configura como uma atividade pouco profissionalizada quando se trata de nível de escolaridade e rendimento médio dos empregados. O salário não é um fator que incentiva o trabalho no turismo [...] (CARVALHO, 2012, p. 88).

Beni (2003, p. 103) reforça que o “turismo não é uma manifestação isolada, pois envolve várias áreas. É um destacado mercado captador de investimentos e um gerador de emprego e renda”. Reconhece-se, porquanto, que os residentes caldovenenses compreendem exatamente o impacto desse setor na economia do município, em vista dos efeitos relevantes. Diante disso, os apontamentos de Carvalho (2012) e Beni (2003) mostram que a configuração atual da atividade turística demanda outros estudos, em se tratando da geração de emprego e renda.

Por sua vez, Carvalho (2012, p. 74) arrazoa que a renda do turismo em uma localidade “resulta da injeção de gastos com hospedagem, alimentos e bebidas, compra de produtos e serviços que melhoram a experiência do turista no destino enquanto formas de lazer e/ou negócios”. No destino investigado, a hotelaria, associada às águas termais, é uma das atividades-chave da modernização contemporânea, o que corrobora com a discussão elencada por Coriolano (2012), ao revelar que, nesses territórios, os investimentos aplicados no serviço privilegiam os serviços imobiliários e turismo que se articulam de maneira apropriada.

Sob tal asserção, uma importante caracterização do destino goiano é dada por Guerra, Santos e Neves (2018, p. 123), ao sublinhar que o apoderamento do território “consubstanciou uma política de turismo e lazer que envolveu importantes grupos familiares da cidade, fragmentando o espaço entre esses sujeitos, mas de forma bem definida”. Nos dias atuais se opera um movimento a partir de lógicas de (des)continuidades, convergências e divergências, mas com ideias e posições sólidas de fortalecimento dos negócios turísticos nesse local.

Pode-se compreender que, em consonância com Pires (2002, p. 138), “hospedar um igual, pelos mais diferentes motivos foi (ainda hoje é) uma tradição que se expressou até mesmo na literatura”. Ademais, “a área de hospedagem possui, como missão, saber acolher o viajante, alojá-lo, assisti-lo durante a sua permanência e despedir-se dele, encantando-o em todos esses momentos” (CASTELLI, 2016, p. 408).

Neste trabalho, não se pretende destacar o significado dos territórios transformados conforme os conceitos da hospitalidade e hotelaria, mas mostrar que o processo histórico de contradição e consolidação das atividades turísticas no âmbito urbano de Caldas Novas/GO foram marcadas por experiências e descobertas pessoais.

Historicamente, o primeiro contato com as águas termais na região de Caldas Novas/GO foi em 1722, por intermédio de Bartolomeu Bueno da Silva, filho do Bandeirante Anhanguera, que encontrou fontes termais onde atualmente se encontra a Pousada do Rio Quente. Em 1777, o paulista Martinho Coelho de Siqueira, que estava na região à procura de ouro e pedras preciosas, descobre, por acaso, a Lagoa Quente do Pirapitinga (ALBUQUERQUE, 1996).

Ainda de acordo com Albuquerque (1996), nesse contexto temporal, a primeira residência do território foi construída por Martinho Coelho, que resolveu se fixar na região após solicitar a concessão de uma sesmaria ao Governo Central. Em 1918, o então governador de Goiás que sofria com problemas para se locomover devido ao reumatismo decidiu ir a Caldas Novas/GO para buscar melhorias aos problemas de saúde. Após um período de tratamento, obteve a cura das enfermidades.

A partir desse momento, notícias sobre as propriedades de cura das águas quentes se intensificaram, o que levou à construção da primeira casa de banho em 1920, denominada como Balneário Municipal, ainda presente no atual espaço urbano. Esse breve resumo histórico mostra as descobertas de um tempo fundamental para se chegar à realidade atual, que conta com aproximadamente 170 mil leitos, entre hotéis, pousadas, condomínios residenciais, chalés, motéis e *campings*, além de mais de 18 mil leitos em construção (Figura 02):

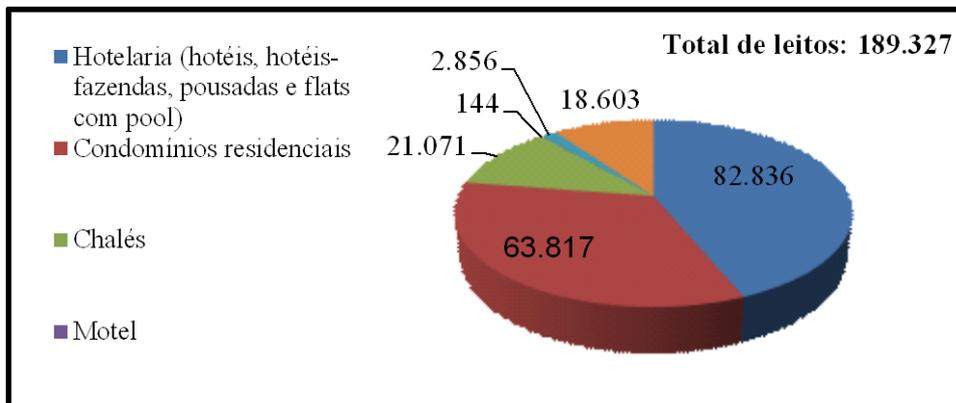


Figura 02 – Inventário Hoteleiro de Caldas Novas/GO – 2019.

Fonte: Sousa (2019, no prelo).

Outra importante contribuição para este estudo concerne aos dados do Inventário Hoteleiro de Caldas Novas/GO, disponibilizados pela Fundação Caldas Novas Convention & Visitors Bureau (2011 e 2015) e pelo Grupo diRoma (2019). Nesse caso, é possível observar um aumento na quantidade total de leitos disponibilizados no destino turístico, conforme a Tabela 01:

Tabela 01: Inventário Hoteleiro de Caldas Novas/GO – 2011, 2015 e 2019.

MEIOS DE HOSPEDAGEM	LEITOS EM 2011	LEITOS EM 2015	LEITOS EM 2019
Hotelaria*	40.122	63.292	82.817
Condomínios	56.016	56.096	63.817
Chalés	24.431	21.071	21.071
Motéis	144	144	144
Camping	833	833	2.856
Em construção	17.942	-	18.603
Total de Leitos	139.488	141.436	189.327

* Hotéis, hotéis-fazendas, pousadas e flats com pool).

Fonte: Sousa (2019, no prelo).

Esses números mostram o motivo de novos edifícios terem sido construídos na cidade, especialmente em áreas de cerrados nas proximidades da zona central e em lotes vagos. Tal processo levou a uma significativa verticalização do núcleo urbano, o que resultou em uma nova paisagem e expôs uma complexidade territorial que se tornou funcional ao desenvolvimento da atividade turística, com estratégias de reafirmação das áreas de lazer e hotelaria.

Após definir o ordenamento territorial, os principais hotéis e pousadas de Caldas Novas/GO passaram a oferecer uma estrutura completa de hospedagem, com café da manhã, almoço e jantar; e de parques aquáticos, com lazer para adultos e crianças. De

acordo com as informações obtidas durante os trabalhos de campo em 2019, os estabelecimentos de hospedagem foram os pioneiros no acolhimento de turistas que buscavam a cura de especificidades no Balneário Municipal. Algum tempo depois, pessoas começaram a alugar quartos nas próprias residências ou a casa inteira para temporada, e esse novo negócio cresceu na cidade, o que levou muitas famílias a saírem de seus imóveis no período de férias e feriados prolongados para locá-los de fato.

Sobretudo nas últimas décadas do século XX, o aluguel por temporada ganhou adeptos em condomínios que, além de oferecerem apartamentos mobiliados, disponibilizam piscinas no interior desses locais e oferecem serviços que não são encontrados nas casas de temporada, como: bares, pequenos shows, parcerias com empresas de *city tour*, entre outros. Desse modo, os serviços foram aprimorados, e proprietários e investidores observaram a oportunidade de negócios com a locação de apartamentos.

Segundo informações de um gestor imobiliário entrevistado durante os trabalhos de campo em 2019, nas últimas décadas, as empresas imobiliárias se tornaram parceiras dos investidores e até mesmo das construtoras que atuam em Caldas Novas/GO. Se comparada com a hotelaria tradicional, pode-se afirmar que a locação de um apartamento via imobiliária ou até mesmo diretamente com o proprietário têm preços mais baixos, o que reforça a procura por tal segmento. A realidade atual mostra que esse tipo de negócio cresceu e ainda continua se expandindo por bairros próximos ao centro do destino turístico.

De acordo com os depoimentos informais obtidos em 2019, a cidade foi uma das pioneiras do estado na locação de apartamentos. Turistas entram em contato diretamente com os proprietários ou as imobiliárias, o que representa um modelo frequente para oferecer hospedagem aos visitantes. Diante disso, esse tipo de negócio tem se tornado um facilitador de consumo para mais turistas permanecerem em Caldas Novas/GO. Nessa perspectiva, o tópico a seguir propõe analisar a cidade a partir dos relatos dos seus trabalhadores, com o intuito de compreender o olhar desses sujeitos diante da realidade encontrada.

A cidade e seus sujeitos: depoimentos de trabalhadores do cotidiano turístico

Aos entrevistados foi indagado sobre o impacto dos meios de hospedagem oferecidos por proprietários e imobiliárias em Caldas Novas/GO, em relação à mudança decrescente nas vendas nos últimos anos, como perfil dos turistas e setor hoteleiro, que pudesse interferir no cenário e nas perspectivas futuras. Para o entrevistado A:

[...] ocorreu uma mudança no público recebido na cidade nos últimos anos, e que essa mudança de público afeta as vendas. [...] o público anterior era composto pelas classes B e C e, atualmente, é observada a presença das classes C e D (ENTREVISTA DE CAMPO, 2019).

No olhar dos comerciantes entrevistados, tal fenômeno acontece pela oferta de hospedagem com preços mais baixos, como os praticados por proprietários e

imobiliárias na locação de apartamentos. Eles afirmaram que a quantidade de vendas caiu nos últimos cinco a sete anos, assim como os donos de bancas (entrevistados B e C) na Feira do Luar, um dos principais atrativos gastronômicos do lugar.

Essa particularidade do destino turístico possui forte poder de atração para quem visita a cidade, pois é um território com preços populares. A Feira do Luar, nos últimos anos, se tornou um espaço de interação entre turistas e residentes, pois o acesso dos usuários é facilitado pela localização na área central da cidade. Esse atrativo cultural se estabelece pelas inúmeras ofertas de produtos da culinária goiana e de outras regiões do Brasil, visto que, em Caldas Novas/GO, existe um expressivo número de residentes oriundos das regiões Nordeste, Sudeste e Sul.

O entrevistado D, trabalhador da Feira do Luar, aponta a queda nas vendas *in verbis*: “Antigamente, vendíamos muito de tudo e para todos. Hoje, os hotéis procura [*sic*] prender o cliente ao máximo, para que esse turista gaste apenas onde estiver hospedado” (ENTREVISTA DE CAMPO, 2019).

Ainda de acordo com o entrevistado D, as grandes redes de franquias alimentícias se tornaram concorrentes nesse segmento, pois estão localizadas nas proximidades da feira na área central. No que tange à Feira do Luar, o entrevistado E relata que “há anos atrás juntávamos dinheiro ‘com o rodo’. Hoje, ganhamos o suficiente para viver” (ENTREVISTA DE CAMPO, 2019); logo, ele demonstra o impacto observado pelos comerciantes com os novos negócios que surgiram no destino das águas termais.

Juntamente às transformações advindas do surgimento dos apartamentos locados que contam com estrutura de cozinhas montadas, considerou pertinente neste trabalho entrevistar gestores dos comércios supermercadistas localizados em bairros onde o fluxo turístico é intenso. Segundo o entrevistado F, que trabalha nesse setor:

[...] as venda [*sic*] aumentaram nos últimos anos. Nós observamos que grande parte dos turistas tem como primeira parada ao chegar à cidade, o supermercado, onde fazem compras para o período de estadia na cidade. E esses clientes não se limitam a promoções e tipos de insumos (ENTREVISTA DE CAMPO, 2019).

Diante dos depoimentos obtidos nas entrevistas de campo em 2019, foi observada a satisfação dos responsáveis e trabalhadores dos supermercados com o crescimento dos meios de hospedagens na cidade, especialmente os apartamentos. Mesmo com a chegada de redes de supermercado e atacadistas a partir de 2012, os gerentes dos negócios locais projetam melhorias da infraestrutura e crescimento econômico para os próximos anos, pois não houve diminuição das vendas.

O gestor imobiliário (entrevistado G) está no mercado há 20 anos e possui 250 apartamentos espalhados por 17 diferentes hotéis. Sua equipe conta com três atendentes, um funcionário voltado exclusivamente a manutenções rápidas e uma secretária.

Segundo ele, a empresa presta serviços de locação dos imóveis, manutenção e limpeza dos imóveis, em que:

[...] a imobiliária garante ao proprietário uma média de renda equivalente a três vezes o valor do condomínio do apartamento. Nós tivemos que nos adaptar à nova realidade para atender esse mercado. Hoje contamos com um sistema que auxilia nas reservas dos apartamentos, nos sites de vendas coletivas, *Online Travel Agency (OTAs)*, mostrando ao cliente o número do apartamento e fotos. Quanto melhor o apartamento e mais equipado, mais este vende e gera receita ao dono do mesmo [*sic*] (ENTREVISTA DE CAMPO, 2019).

Para o gestor imobiliário, o sistema auxilia no setor financeiro ao gerar relatórios que especificam a receita obtida de cada apartamento, com o escopo de obter dados reais dos lucros. Contudo, reformas e troca de equipamentos e reparos são de responsabilidade do proprietário. Além disso, o entrevistado indicou a ocorrência de furtos de objetos e equipamentos eletrônicos dos apartamentos, o que constitui um dos riscos do negócio.

Ao ser questionado sobre o público atingido e o resultado do impacto no comércio de Caldas Novas/GO, o entrevistado G pontua que “os nossos clientes são os que realmente consomem na cidade, gerando renda aos comerciantes, e os hotéis fazem de tudo para prender os seus hóspedes para gerar consumo interno” (ENTREVISTA DE CAMPO, 2019).

Enquanto isso, o superintendente da rede hoteleira (entrevistado H), responsável por 13 hotéis em atividade e um em construção, relata que:

[...] não observa o impacto negativo no crescimento dos meios de hospedagem de proprietários e imobiliárias. A hotelaria tradicional oferece aos seus hóspedes um serviço completo e que atende todas as classes, um diferencial que não deixa de ter o seu público. Com esse novo meio de hospedagem, o setor hoteleiro tradicional está oferecendo mais promoções em períodos de baixa temporada e, assim, atrai um público que ao conhecer a estrutura de um hotel fora dos padrões dos apartamentos terceirizados, mesmo o preço sendo mais elevado, além de vários benefícios inclusos nas diárias que não teriam nas reservas feitas diretamente com o proprietário do apartamento. E isso encanta o turista (ENTREVISTA DE CAMPO, 2019).

Nessa rede hoteleira, os hotéis são transformados em condomínios de hospedagem e lazer administrados pela mesma construtora, em que o proprietário do apartamento opta por deixar seu imóvel no *pool* (para a administradora) ou fora (ele mesmo administra) – aqui, a rede tem a própria construtora. Segundo o entrevistado H:

São realizadas reuniões condominiais em que é estipulado anualmente o valor a ser pago de condomínio, sendo desse valor parte para um

fundo, que deve ser utilizado para reparos e manutenções, reformas e reposição; assim, não é necessário o proprietário arcar com possíveis intercorrências nos apartamentos, que já são cobertas pela administração (ENTREVISTA DE CAMPO, 2019).

O superintendente hoteleiro defende essa forma estrutural e financeira e cita que esse mercado tem sido cada vez mais competitivo, mas não impede a busca anual por inovação e notórios crescimentos. Ainda afirmou que muitos clientes não procuram apenas preço, mas também conforto, qualidade do serviço prestado, estrutura e comodidade.

Nesse ínterim, o entrevistado I (proprietário de apartamento) fornece o serviço de locação por temporada diretamente aos clientes:

[...] percebemos uma mudança na quantidade e nos valores das reservas nos últimos anos, em que o público também mudou. Estamos recebendo mais clientes de baixa renda, principalmente em função da diminuição do valor médio das reservas que, hoje, algumas imobiliárias fazem baixo demais por terem muitas unidades administradas (ENTREVISTA DE CAMPO, 2019).

Ainda de acordo com o entrevistado I, os clientes têm feito mais cotações antes de fechar um pacote de reserva. A mudança do público afastou algumas famílias que tinham o hábito de passar férias na cidade utilizando o serviço disponibilizado por eles, e a quantidade de novos lançamentos aumentou consideravelmente a oferta de acomodações em Caldas Novas/GO (Figura 03).

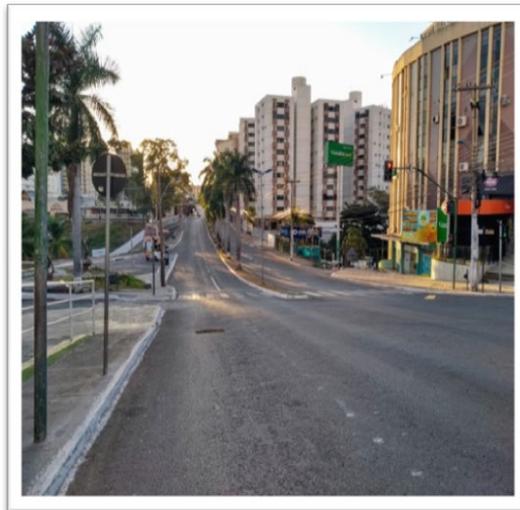


Figura 03: Caldas Novas, rua do Turista em maio de 2020, consequência da pandemia coronavírus (Covid-19), cenário que será relatado nas considerações finais deste artigo.
Autos: SANTOS, Jean C. V. 2020.

Todavia, na perspectiva de outro proprietário (entrevistado J), que se mostra otimista com o aumento da demanda:

Com a retomada do crescimento do país, o aumento de postos de trabalhos e os investimentos que estão sendo identificados como possíveis para os próximos anos, a gente pode ter uma melhora na renda da população e, conseqüentemente, maior disponibilidade de parte dessa renda para o lazer e turismo das famílias. Esperamos uma melhora no desempenho da locação por temporada em Caldas Novas/GO (ENTREVISTA DE CAMPO, 2019).

Dessa maneira, os entrevistados I e J acreditam no crescimento dos próprios negócios, com a perspectiva de lançamentos de novos empreendimentos em Caldas Novas/GO, não somente de acomodações, mas de parques que aumentarão as opções de lazer e irão atrair mais clientes. O crescimento e o desenvolvimento dos meios de hospedagens impactaram sobremaneira a cidade, especialmente o aumento populacional, visível com o surgimento de novos bairros e loteamentos.

O efeito da migração para Caldas Novas/GO pode ser observado nos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019). Conforme censos e projeções desse órgão, no ano 2000, a cidade tinha 49.660 habitantes e passou para 70.473 em 2010 – há a estimativa de 91.162 residentes para 2019. O crescimento populacional acelerado não foi acompanhado pelo desenvolvimento do setor público, o que causou desequilíbrios em áreas como segurança, saúde, habitação, entre outras.

Considerações finais

Este estudo pretendeu conhecer a percepção dos sujeitos envolvidos direta e indiretamente com a atividade turística em Caldas Novas/GO. Em relação aos resultados obtidos, os depoimentos de um gestor da empresa que oferece a maior quantidade de apartamentos terceirizados, de sujeitos da rede hoteleira, comerciantes e proprietários de apartamento indicaram que há impactos diretos, em razão das mudanças que ocorrem no território.

A formação espacial associada à rede hoteleira está em franco crescimento, com novos hotéis e parques em construção, inovações internas e modernizações, o que fortalece diretamente as opções de hospedagens e dinamiza os comércios imobiliários e outros setores da economia local. Juntamente a essa dinâmica, a atividade turística se prolifera no contexto urbano calda-novense e beneficia, de maneira indireta, os sujeitos envolvidos com gastronomia, artesanato, pequenos comércios de roupas e equipamentos de banho, com a realização de pequenos e grandes eventos. Favorece-se, pois, uma dinâmica que concilia o urbano ao turismo em uma cidade turística propriamente dita.

Vale considerar a realidade e as incertezas provocadas pela pandemia coronavírus (Covid-19) em Caldas Novas/GO, visto que este artigo foi finalizado no mês de março de 2020. Enfatiza-se que, no cenário atual, hotéis, clubes, comércios e a dinâmica local se perderam diante de um contexto global de pandemia; por conseguinte,

falar de turismo termal é um dos equívocos mais aparentes em uma escala na qual o sujeito turista não se faz presente e as contradições provocadas pela atividade no território se distanciam das relações de consumo, pois não existem de fato.

Com esse elemento novo, parece que o território problematizado pela lógica dos negócios associados ao turismo não se atrela à concepção de otimismo e desenvolvimento mostrada com as falas encorajadas dos entrevistados desta investigação. Portanto, os depoimentos levam à reflexão de um espaço que se movimentava pelo turismo e que jamais seria pensado pela descontinuidade real observada em 2020. Nesse momento, torna-se impossível estabelecer metas ou perspectivas para um palco cujo maior público é atraído pela dinâmica turística.

Referências

- ALBUQUERQUE, C. *Caldas Novas: além das águas quentes*. Goiânia: Kelps, 1996.
- BENI, M. C. *Globalização do Turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira*. São Paulo: Aleph, 2003.
- CARVALHO, G. L. Perfil do pessoal empregado formalmente no subsetor de hospedagem nos municípios de Caldas Novas, Goiânia, Pirenópolis e Rio Quente. *Ateliê Geográfico*, Goiânia, v. 6, n. 1, p. 72-91, abr. 2012.
- CASTELLI, G. *Gestão Hoteleira*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.
- CORIOLOANO, L. N. O turismo comunitário no contexto da globalização. In: CORIOLOANO, L. N.; VASCONCELOS, F. P. (Orgs.). *Turismo, Território e Conflitos Imobiliários*. Fortaleza: EdUECE, 2012, p. 11-25.
- CORIOLOANO, L. N.; BARBOSA, L. M. Internet e redes: articulações do turismo comunitário. In: CORIOLOANO, L. N.; VASCONCELOS, F. P. (Orgs.). *Turismo, Território e Conflitos Imobiliários*. Fortaleza: EdUECE, 2012, p. 153-176.
- GUERRA, I. C. V.; SANTOS, J. C. V.; NEVES, A. R. Caldas Novas, Goiás: um cenário de lazer e turismo, moradores e visitantes. *Sapiência: sociedade, saberes e práticas educacionais*, Iporá, v. 7, n. 4, p. 121-135, dez. 2018.
- GURGEL, G. *Bahia e Goiás estão entre os destinos mais procurados em 2019, diz levantamento*. 15 fev. 2019. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12418-bahia-e-goi%C3%A1s-est%C3%A3o-entre-os-destinos-mais-procurados-em-2019,-diz-levantamento.html>>. Acesso em: 4 mar. 2020.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Cidades*. 2019. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/go/caldas-novas/panorama>>. Acesso em: 24 out. 2019.

LEITÃO JÚNIOR, A. M. A Superação do Sertão em áreas de cerrado: o caso da transubstanciação do Sertão da Farinha Podre em Triângulo Mineiro. In: MARQUES, L. M. *Geografias do Cerrado: sociedade, espaço e tempo no Brasil Central*. Uberlândia: Edibrás, 2014, p. 31-56.

MATOS, P. F. de; PESSÔA, V. L. S. Observação e entrevista: construção de dados para pesquisa qualitativa em geografia agrária. In: RAMIRES, J. C. de L.; PESSÔA, V. L. S. *Geografia e Pesquisa Qualitativa: nas trilhas da investigação*. Uberlândia: Assis, 2009.

PIRES, M. J. *Raízes do Turismo no Brasil*. Barueri: Manole, 2002.

PROSERPIO, R. *O Avanço das Redes Hoteleiras Internacionais no Brasil*. São Paulo: Aleph, 2007.

SILVA, J. A.; PERNA, F. Turismo e desenvolvimento autossustentado. In: COSTA, J. S. (Coord.). *Compêndio de Economia Regional*. Coimbra: Gráfica de Coimbra; APDR, 2005, p. 449-472.

SOUSA, B. M. de. *Inventário Hoteleiro de Caldas Novas: 2011 e 2015*. Caldas Novas: Fundação Caldas Novas Convention & Visitors Bureau. No prelo.

SOUSA, B. M. de. *Inventário Hoteleiro de Caldas Novas: 2019*. Caldas Novas: Grupo diRoma. No prelo.

Jean Carlos Vieira Santos

Professor dos Mestrados Territórios e Expressões Culturais no Cerrado (TECCER/UEG/Anápolis) e Geografia (UEG/Cora Coralina), e dos cursos de Graduação e Tecnologia da UEG Caldas Novas. Pós-doutorado em Turismo pela Universidade do Algarve/Portugal e Doutorado em Geografia pela Universidade Federal de Uberlândia (IGUFU).

Rua B/8 Q. 18, S/N - Parque das Brisas, Caldas Novas - GO, CEP: 75690-000.

E-mail: jean.vieira@ueg.br

Ana Carolina Ferreira Sousa

Graduada pelo Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria pela Universidade Estadual de Goiás – UEG, Caldas Novas. Participou voluntariamente do projeto de pesquisa da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade Estadual de Goiás (PrPUEG): “Bairros Turísticos de Caldas Novas (GO): reflexões e leituras sobre a cidade”.

Rua B/8 Q. 18, S/N - Parque das Brisas, Caldas Novas - GO, CEP: 75690-000.

E-mail: carolfsousa08@gmail.com

Marcus Vinícius Martins Jorge da Cruz

Graduado pelo Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria – UEG, Caldas Novas. Participou voluntariamente do projeto de pesquisa da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade Estadual de Goiás (PrPUEG): “Bairros Turísticos de Caldas Novas (GO): reflexões e leituras sobre a cidade”.

Rua B/8 Q. 18, S/N - Parque das Brisas, Caldas Novas - GO, CEP: 75690-000.

E-mail: marquinm13@gmail.com

Recebido para publicação em março de 2010
Aprovado para publicação em agosto de 2020