



Numero: 12/2005
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

CRISTINA BITTAR RODRIGUES

UM TERRITÓRIO DE USO TURÍSTICO: O CASO DE POÇOS DE CALDAS - MG.

Dissertação apresentada ao Instituto de Geociências
como parte dos requisitos para obtenção do título
de Mestre em Geografia.

Orientadora: Profa. Dra. Arlêude Bortolozzi

Este exemplar corresponde à
redação final da tese defendida
por Cristina Bittar Rodrig
e aprovada pela Comissão Julgadora
em 28/02/2005

Arlêude Bortolozzi
ORIENTADOR

Campinas – São Paulo
Fevereiro – 2005

UNICAMP
BIBLIOTECA CENTRAL
SEÇÃO CIRCULANTE

UNIDADE 34
 Nº CHAMADA R618t
 EX 64319
 FOMBO BC/ 16-0.00086-05
 PROC. 13/06/05
 C ☐ D ☒
 PREÇO 11,00
 DATA 13/06/05
 Nº CPD

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA
 BIBLIOTECA CENTRAL DA UNICAMP

Ind-353406

R618t

Rodrigues, Cristina Bittar.
 Um território de uso turístico : o caso de Poços de
 Caldas M.G. / Cristina Bittar Rodrigues. -- Campinas, SP :
 [s.n.], 2005.

Orientadora: Arlêude Bortolozzi.
 Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de
 Campinas, Instituto de Geociências.

1. Turismo – Poços de Caldas (MG). 2. População.
 3. Geografia da população. I. Bortolozzi, Arlêude.
 II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de
 Geociências. III. Título.

Tradução do título e subtítulo em inglês: A territory for the tourism : the
 Poços de Caldas (MG) case.

Palavras -chave em inglês (Keywords): Tourism – Poços de Caldas (MG).
 Population.
 Population geography.

Titulação: Mestre em geografia.

Área de concentração: Geografia.

Banca examinadora: Arlêude Bortolozzi, Juleusa Maria Theodoro Turra,
 Luiz Gonzaga Godoi Trigo.

Data da defesa: 28/02/2005.

RECEBUE
 ARQUIVADO
 BIBLIOTECA CENTRAL DA UNICAMP



UNICAMP

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

AUTORA: CRISTINA BITTAR RODRIGUES

**UM TERRITÓRIO DE USO TURÍSTICO: O CASO DE
POÇOS DE CALDAS-MG**

ORIENTADORA: Profa. Dra. Arlêude Bortolozzi

Aprovada em: 28/02/2005

EXAMINADORES:

Profa. Dra. Arlêude Bortolozzi

Arlêude Bortolozzi - Presidente

Prof. Dr. Luiz Gonzaga Godoi Trigo

Luiz Gonzaga Godoi Trigo

Profa. Dra. Juleusa Maria Teodora Turra

Juleusa Maria Teodora Turra

Campinas, 28 de fevereiro de 2005

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar queria agradecer a Deus por ter iluminado essa difícil, mas prazerosa, trajetória da minha vida.

À Professora Dr (a). Arlêude Bortolozzi, pelo seu eterno carinho, sua amizade e sua sabedoria nos momentos difíceis na orientação deste trabalho, assim como, no entendimento dos aspectos da geografia.

Agradeço também a importante contribuição da Professora Dr (a). Juleusa M. T. Turra, que desde minha graduação, vem contribuindo para a minha conscientização sobre a incorporação do humanismo, tanto no campo do turismo, como na minha vida acadêmica.

Ao Professor Dr. Luiz G.G. Trigo, que por sempre valorizar minha formação como turismóloga, contribuiu e, muito, para a conscientização desta árdua empreitada.

A Valdirene e Edinalva, da secretaria do Instituto de Geociências/UNICAMP, agradeço pela grande ajuda ao longo do curso de pós-graduação.

Agradeço aos moradores da cidade de Poços de Caldas que são a essência deste trabalho. Como também, ao secretário de turismo Alberto Narcizo Perira e ao diretor de turismo Antônio de Oliveira Júnior que ajudaram com muitas informações.

Ao Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto, principalmente ao coordenador do curso de turismo - Marcio Esteves, que sempre acreditou e me incentivou nos caminhos que optei a percorrer.

Ao curso de turismo da PUC-Campinas, cuja formação me levou a querer aprofundar meus conhecimentos no campo do turismo.

Aos meus queridos amigos: Ana Luiza Miranda, Ana Paula Giroto, Anderson Diniz (Lobão), Andreza Doro, Camila Ribeiro, Carolina Coelho, Carolina P. Guimarães, Cecília M. Del Guerra, Cristina Rick, Daniel Gallo da Costa, Daniela Barsotti, Eduardo Franco Correa, Estela M. Souza, Guilherme B. Mendes, Gustavo Bertassoli, Henrique Vichnewski, Jonas Justino dos Santos, Juliana Ceneviva, Luciana Varanda, Mariana C. Bittar, Marina Z. Sacoman, Paulo (Mineiro), Patrícia Putini, Priscila Putini, Priscila Umeda, e outros que não esqueci, mas que estão presentes no meu coração. Agradeço a todos vocês os momentos de prazer, lazer e diversão, que foram preciosos para a realização deste trabalho, principalmente por trazer o necessário equilíbrio, junto aos momentos de dificuldade e de profunda reflexão nas horas de estudo.

**Dedico aos meus pais,
Vanderlei e Joice e ao meu irmão
Maurício, pelo amor e incentivo
ao longo de toda a minha vida.**

SUMÁRIO

Introdução	1
CAP 1 – Refletindo sobre o turismo	6
CAP 2 – A Estância Turística Hidromineral de Poços de Caldas	16
2.1- Da estrada de ferro à cidade: um caminho de evolução turística	17
2.2- O Termalismo em Poços de Caldas	25
CAP 3 –O centro de Poços de Caldas: o território de uso turístico	37
3.1- A diferença de sentido do lugar turístico entre moradores e turista	61
Considerações Finais	72
Referências Bibliográficas	79
Anexos	85
Apêndices	90



UNICAMP

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

RESUMO

Um território de uso turístico: o caso de Poços de Caldas M.G.

Cristina Bittar Rodrigues

Esta pesquisa teve como objetivo primordial buscar os efeitos do turismo no município de Poços de Caldas, através da compreensão dos moradores do centro da cidade, considerado um território de uso turístico. A análise qualitativa das informações obtidas por entrevistas, somadas ao trabalho de observação in-loco, permitiu chegar a algumas conclusões sobre a problemática do turismo. O confronto entre a opinião dos moradores e a dinâmica sócio-espacial do turismo, mostrou que Poços de Caldas passa por um período de estagnação turística devida a má qualidade nos serviços turísticos oferecidos. O turismo que está na memória da população anfitriã é um tipo de turismo diferente do praticado hoje. Para resgatar o turismo que os moradores desejam, seria interessante buscar caminhos que incluam a participação popular cidadã junto ao setor empresarial e político na busca de um outro turismo em Poços de Caldas.

Palavras Chaves: turismo; território; lugar; população anfitriã; participação local.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

ABSTRACT

Cristina Bittar Rodrigues

A territory for the tourism: the Poços de Caldas (MG) case.

This research had, as it's first objective increasing tourism in Poços de Caldas town, through the understanding of downtown residents this space should respect as territory for tourism. The qualitative analysis is by the information obtained through the interview and the in-loco observation work, allowed a conclusion about the tourism problem to be reached. The confrontation between the resident's opinion and the tourism social-space dynamic showed that Poços de Caldas is passing through a period of tourism stagnation, because at the poor quality of tourism services. The tourism that is in the hostess population memory is a different kind of tourism. To reclaim the resident's desired tourism requires interesting methods that include popular citizen participation with the manager and political sector to find other kinds of tourism in Poços de Caldas.

Key words: tourism; territory; place; hostess population; local participation.

Introdução

O turismo, uma prática social que vem transformando o cenário mundial, expandindo fronteiras, contribuindo para a aceleração do processo de globalização, juntamente com o avanço da técnica, da ciência e da informação, mobiliza milhões de pessoas a cada minuto.

Dados da Organização Mundial de Turismo (2004) indicam que em 2002 viajaram, 474 milhões de pessoas gerando uma receita de U\$ 483 bilhões. A OMT calcula que até 2020 esse resultado crescerá 4%.

Desse fluxo internacional, chegaram ao Brasil 3,8 milhões de turistas contribuindo com U\$ 3,1 bilhões na receita do país.

O turismo, também como um fenômeno socioeconômico e cultural, além de incrementar a economia, contribui para o desenvolvimento local em destinações possuidoras de recursos para atrair turistas.

Ao mesmo tempo em que o turismo gera benefícios, também é causador de efeitos negativos que recaem no cotidiano das pessoas que moram em núcleos receptores de turismo.

O presente trabalho visa discutir Poços de Caldas como um território de uso turístico através das informações da população anfitriã de Poços de Caldas, município situado no sul do Estado de Minas Gerais, inserido no circuito das águas termais.

Dessa forma, o método utilizado na pesquisa fez um contra-ponto da opinião e respostas dos moradores do centro de Poços, com a realidade sócio-espacial que a cidade vivencia hoje em função do fenômeno turístico, apoiando-se sempre em bases teóricas do campo de estudo da geografia do turismo.

O procedimento metodológico utilizado na pesquisa foi o de questionários quantitativos aplicados aos moradores do centro, enfatizando fatores econômicos, sociais e culturais. Já a escolha do centro da cidade deu-se devido à grande concentração de turistas, atrativos e de equipamentos turísticos nesse espaço.

Durante a aplicação dos questionários, foi organizada uma rota no centro para facilitar a identificação de residências nesta área. Além de ser um bairro residencial,

possui grande concentração comercial, o que dificultou o acesso às entrevistas com os moradores. O alvo da pesquisa foi identificar a influência do turismo no lugar de vivência, de existência, para uma população que mora num território usado pelo turismo.

A rotas foram traçadas apoiadas nos setores definidos pelo IBGE, aplicadas no Censo 2000. Os setores¹ investigados na pesquisa fazem parte da Região Homogênea Urbana, onde estão inseridos os atrativos turísticos de intensa visitação em Poços.

Nesses locais, é mais convicto identificar os efeitos do turismo pelos moradores, devido à maior exposição, proximidade e convivência deles com a prática do turismo.

O setor 01 representa o centro, mais especificamente o local que abrange os serviços de alimentação e hospedagem e também o comércio da cidade. No setor 08 está localizada a Thermas Antonio Carlos, no setor 35, o Palace Cassino e no setor 36 e 37, a Fonte dos Amores e a entrada da trilha para o Cristo, todos estes atrativos de intenso fluxo turístico.

Nesses setores, focos da aplicação das entrevistas na pesquisa, também estão incorporados outros atrativos de grande importância tais como: o Balneário Mário Mourão, Casa da Cultura, Espaço Cultural Urca, Museu Municipal Histórico e Geográfico, Mercado Municipal, Teleférico, Monotrilho (desativado) e o Parque José Afonso Junqueira que em conjunto com a Thermas Antonio Carlos, Palace Hotel, Palace Cassino e Praça Pedro Sanches formam o Complexo Hidrotermal de Poços de Caldas.

A amostragem calculada para a aplicação dos questionários foi de 10% do total do universo dessas áreas, sendo constituída por 200 residentes. Foram entrevistados 37 moradores, o que equivale a 18,5% da amostragem. A aplicação foi interrompida devido à obtenção de respostas “viciadas”, pois durante as entrevistas perceberam-se opiniões similares dos moradores em relação a todos os itens levantados no questionário.²

Esta dissertação apresenta o primeiro capítulo, “refletindo sobre o turismo”, abrindo uma discussão importante, mas ao mesmo tempo complexa, porque para se

¹ A visualização dessas rotas se encontra nos apêndices.

² O modelo do questionário que foi aplicado na pesquisa está em anexo.

discorrer sobre qualquer tema na área de turismo é necessário remeter-se aos conceitos da ciência e das terminologias do turismo e, na maioria dos trabalhos científicos, têm sido analisados apenas parâmetros mercadológicos.

Devido à ausência de método próprio de pesquisa no turismo, toma-se como base o conhecimento e os métodos de outras ciências, como a geografia, que contribui cada vez mais na investigação e na influência do turismo. Como afirma Netto (2003:77), “o turismo, por ser um fenômeno que deve ser tratado de forma interdisciplinar, necessita que estudiosos de várias áreas de ensino integrem seus esforços”.

O turismo como uma “especialidade da ciência”, cada vez mais se torna um campo de pesquisa na geografia. O olhar geográfico estabelece uma possibilidade teórica, através das categorias de análises da geografia, de se pensar o espaço geográfico e, neste, a prática social que mobiliza e que faz circular no espaço e no tempo milhões de pessoas, idéias, culturas e conhecimentos.

No segundo capítulo, “a estância turística hidromineral de Poços de Caldas”, a discussão passa a ser específica, caracterizando não só os aspectos físicos de Poços de Caldas, relevo, localização, clima, riquezas no subsolo, que são tão importantes, como também os antecedentes históricos que enriquecem uma investigação.

Conforme Yázigi (2001:40), o lugar só existe com a reunião de vários aspectos, inserindo sempre a geografia física e a história, que são fatores de grande importância na definição e investigação da essência de qualquer lugar.

O intenso fluxo turístico do município dá-se devido a sua localização privilegiada próxima aos grandes centros urbanos, fazendo parte também de uma dinâmica regional dos circuitos das águas do Sul de Minas. Além da atividade turística, Poços de Caldas incorpora novas funções como a indústria e serviços nos quais a cidade tem uma posição de destaque na região.

O termalismo teve uma grande importância no processo de turistificação da cidade. Sua utilização começou no início do século XX, identificando nesse período o apogeu da vida turística de Poços de Caldas.

Hoje o turismo encontra-se em outro momento, mas há uma memória coletiva entre os anfitriões que se identificam com o tipo de turismo de épocas pretéritas, discordando de alguns elementos da dinâmica turística presente hoje em Poços.

Já no terceiro capítulo, “o centro de Poços de Caldas: o território de uso turístico” é aprofundada a análise do turismo com as categorias da geografia. Este presente estudo definiu como a base empírica à área central de Poços de Caldas, por apresentar concentração de equipamentos e de infra-estrutura turística e, conseqüentemente, por receber, de modo concentrado, o fluxo turístico da cidade.

O centro, nomeado na pesquisa como território de uso turístico, exerce um poder que o diferencia de outros lugares na cidade. É o uso do território pelo poder das ações do turismo.

Esse território passa a ter um outro tipo de comando e de organização, composto por lugares turísticos. Nesses lugares estão situados os atrativos turísticos junto às residências da população anfitriã.

Neste capítulo também tenta-se mostrar a dinâmica do turismo, ressaltando as externalidades que dominam esse território de uso e relatando os efeitos socioeconômicos através da percepção dos moradores com a realidade de Poços.

O difícil acesso aos dados concretos sobre a atividade turística justificam os mitos econômicos e sociais que o turismo gera, camuflando a realidade e dificultando a interpretação das análises.

Outra questão abordada foi à dimensão cultural provinda da atividade turística. O aspecto cultural tem uma grande importância nos estudos turísticos, principalmente aqueles voltados para a população local, lembrando que a cultura também é um dos elementos que fazem parte do objeto turístico. Em Poços de Caldas, a cidade se formou e se organizou em função do turismo e, conseqüentemente, é através dele que a população anfitriã interpreta a cidade, tendo em sua memória uma cultura turística.

O aspecto cultural, voltado para o turismo, vai além dos discursos de patrimônio, manifestações culturais, festas e eventos típicos. Quando se estuda um núcleo receptor de turismo, deve-se levar em consideração a relação que o anfitrião tem com o fenômeno, qual a relação que os moradores têm com os lugares que foram construídos e usados pelo e para o turismo e como se identificam nesses lugares que, ao mesmo tempo, é de vivência para o anfitrião e de representação e imagem para o turista.

Ao estudar uma localidade específica, é importante analisar sua utilização pela população anfitriã, valorizar as pessoas, considerando os valores e as relações sociais

que essa população tem com o lugar, viabilizando a sua participação nas decisões e ações voltadas para o turismo.

Como afirma Trigo (2003:109), “o turismo depende de uma sociedade mais equilibrada e justa para se desenvolver plenamente. Outro tipo de turismo será possível apenas em uma sociedade mais participativa. Capital e conhecimento são importantes nessa construção, mas a revalorização do humanismo é fundamental para que a vida seja preservada e dignificada”.

Este estudo criou um debate entre a geografia e o turismo, mesmo partindo dos desafios que a realidade acadêmica nos impõe, devido à fragmentação do conhecimento científico e a dificuldade de se realizarem pesquisas interdisciplinares com uma visão integrada da realidade.

REFLETINDO SOBRE O TURISMO

CAPÍTULO 1

CAP.1 – Refletindo sobre o Turismo

Uma pesquisa sobre o turismo nos leva a refletir não só sobre a prática social vinculada à viagem, mas também, sobre os modos como esta prática articula-se a amplos setores de serviços, que têm nos lugares e nas pessoas que os habitam o seu principal atrativo.

Ao mesmo tempo em que a geografia expande sua atuação ao analisar este fenômeno social e espacial que o turismo representa, há claramente colocado um campo multidisciplinar que é acionado para o entendimento das razões que levam às viagens, o porquê da escolha dos destinos, as formas de adaptação dos lugares para transformarem-se em opções para os turistas.

É bastante recente a busca de uma teoria sobre o turismo. Os vários estudos já feitos tomam como base o conhecimento e os métodos de ciências como a geografia e a antropologia, mas há presente a preocupação com o seu estatuto epistemológico. Cada uma daquelas ciências tem a sua forma de ver e compreender o fenômeno turístico, utilizando sua formação e o seu objeto para conceituar a atividade, podendo fazer com que o leitor, o aluno e o pesquisador receba informações por códigos diferentes.

Para Netto, (2003:63), “por ser um tema de estudo de diversas disciplinas, o turismo pode usar da interdisciplinaridade e partir para a formação de um corpo teórico que responda a seus problemas de base e que seja aceito pela comunidade acadêmica”.

No campo de pesquisa do turismo existe um combate entre teorias e termos, pois cada ciência tem seu método de analisar o turismo. As terminologias do turismo se tornam divergentes e, por isso, a epistemologia do turismo é sempre um “campo minado” na pesquisa científica.

O turismo não é uma ciência, mas é uma “especialidade da ciência”, como ressalta Trigo (1998), embasada em várias disciplinas e especialidades que têm seu próprio corpus e métodos para gerar conhecimento como: a geografia, a antropologia, a economia, a biologia, a filosofia, a história... Podemos ver o turismo a partir de marcos teóricos de outras ciências.

“Se partimos da definição de que a ciência é uma forma de conhecer a realidade, e de que o turismo é uma atividade ou uma prática que implica movimento de pessoas em situações definidas com utilização de determinados equipamentos e serviços, está claro que turismo não é ciência, nem fazer turismo ou trabalhar na área de turismo é fazer ciência”. (BARRETTO, 2004:85).

Ainda para Trigo (1998:162), “o turismo é uma das especialidades no extenso campo da ciência e está crescendo no mundo todo. Conforme os problemas originados por seu desenvolvimento se tornam cada vez mais específicos e complexos, exigem análises, métodos e soluções apropriadas”.

No campo de estudo do turismo, a problemática já inicia na definição do próprio termo. O turismo é definido de formas tão variadas como setor de viagens, indústria do turismo, setor de hospitalidade, atividade turística, prática turística, fenômeno turístico, fenômeno socioeconômico e cultural, e essa variedade de termos gera a complexidade. A complexidade, conforme Morin (2001:177), “surge como dificuldade, como incerteza, como dúvida e não como uma clareza e como resposta”.

Mas, para Theobald (2001:30), é necessária uma definição padronizada para avaliar e pesquisar o turismo, estabelecendo parâmetros para o conteúdo de qualquer pesquisa.

Essa multidisciplinaridade e interdisciplinaridade causam a confusão e ausência de definições padronizadas, cada formação tendo um método, um conceito, uma idéia de estudar o turismo. O ideal, conforme Trigo (1998:159), “seria o mais elevado nível de integração, a transdisciplinaridade, ou seja, algo além das disciplinas em si. A transdisciplinaridade tem como ponto de partida um desafio ou problema e, pelo processo de solução de problemas, auxiliado por diversos campos de conhecimento, procura chegar a uma solução ou resolução viáveis”.

Há ausência de método próprio de pesquisa no turismo devido à falta de integração e confrontos, o que permitiria conhecer e depois comparar as idéias que circulam o ambiente turístico. Uma padronização, ou melhor, um método seria importante para estabelecer parâmetros em avaliações nos estudos sobre turismo (Boullón, 2002:15).

Então o que é turismo?

Para Boullón, (2002) o turismo não pode ser visto como uma indústria, ele não produz produtos materiais, ele é abstrato, mesmo existindo o termo produto turístico, que é muito utilizado também na literatura turística.

O turismo não pertence ao setor primário, pois embora utilize os atrativos naturais, não os extrai, nem os produz. O turismo não extrai diretamente o recurso natural, só os utiliza através da contemplação, mediante as visitas que os viajantes fazem para desfrutar da natureza. O turismo também não pertence ao setor secundário, sendo este o setor da indústria, embora ele precise da indústria para construir seus hotéis, estradas, restaurantes, ou melhor, seus equipamentos turísticos. Mas isso não deve levar à dedução, por exemplo, de que a hotelaria pertence ao setor secundário. A indústria apenas contribui com o material para a construção da infra-estrutura.

Como indústria, mesmo não produzindo um produto material, o turismo produz satisfação, desejos, experiências e modismo e utiliza vários setores para se desenvolver, como o setor de viagens, de hospedagem, de transporte, de alimentação etc.

A cultura também utiliza o mesmo termo - indústria cultural - para a padronização da produção cultural. Conforme Turra (2004), “nem toda cultura é proveniente da indústria cultural, dela provém, especialmente, a produção de ‘massa’, moldando gostos. O turismo pensado como indústria e se referindo a indústria cultural é devido à relação com a idéia de que é uma prática social padronizada, de massa, com influências da moda etc”.

Trigo (1996) ressalta que o turismo está inserido na indústria cultural, possibilitando a formação pessoal e produção e trocas de informação garantidas pelos meios de comunicação de massa. Os lugares e suas características passam a ser compartilhados e antecipados através dos meios de comunicação (rádio, tv, internet, pôsteres, anúncios, revistas...).

Já para Boullón (2002), a atividade pode pertencer apenas ao setor terciário, através da produção de bens e serviços que são elaborados por outros setores. Esses bens e serviços são os produtos que satisfazem as necessidades e os desejos dos turistas. Mas conforme Davidson (2001:45), o turismo não é um setor, ele é um conjunto

de setores. É apenas definido como setor para aqueles que se dedicam ao turismo como atividade econômica.

Para ser um setor, deve pertencer a um grupo de empresas independentes, oferecendo o mesmo produto com uma atividade primária comum. Como afirma Davidson (2001:45), “o turismo não atende aos critérios de atividades semelhantes, de produtos comuns e de processos de produção comuns, não atende também ao requisito da substituição, como por exemplo, a alimentação não faz concorrência com o alojamento”.

O termo setor é muito utilizado pelos economistas quando estudam o turismo, pois, além de estudarem as receitas e rendas do turismo, estudam a oferta e a demanda.

Cabe ressaltar que, ao contrário do que pensa o autor, o turismo é uma atividade que articula diversos setores.

Já os sociólogos e antropólogos estudam o comportamento dos indivíduos, costumes, tradições, hábitos, tanto da população anfitriã como dos turistas, e os geógrafos cuidam dos aspectos espaciais, estudam os fluxos, as localizações, o uso da terra e as modificações do ambiente físico, como veremos mais à frente (Theobald, 2001:32).

Mas também não se pode descartar o termo turismo como fenômeno social, que reproduz e reflete os problemas da sociedade em que é praticado, da política econômica, das políticas públicas, da saúde, da política trabalhista, enfim, do modelo econômico e político que a sociedade escolheu (Barretto, 2004:87).

A definição de turismo é bastante abrangente, porque adota vários elementos como: objetivo da viagem, período da estada, distância percorrida, origem do viajante, meios de transporte. Para a Organização Mundial de Turismo (2001) - OMT o turismo é definido como “as atividades de uma pessoa que viaja para fora de seu ambiente costumeiro por um período de tempo superior a vinte e quatro horas e cujo objetivo principal é outro que não o exercício de uma atividade remunerada³ no lugar visitado”.

Essa definição padronizada orienta as pesquisas de turismo, porque permite identificar o que é turismo e quem é turista. Os turistas são visitantes temporários que

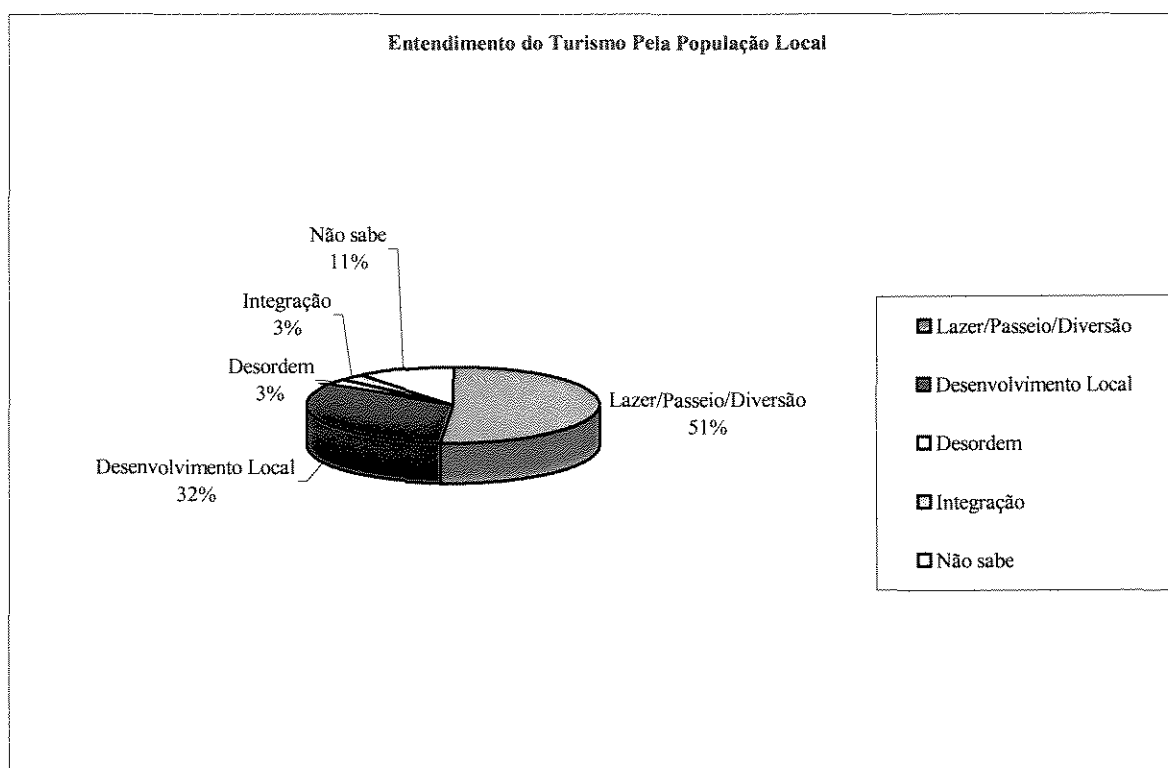
³ Cabe lembrar que o turismo de negócios é um segmento do turismo, mas que não será analisado no presente estudo. Aos interessados na temática, sugere-se a obra: PELIZZER, Hilário A; **Turismo de negócios**. Editora Thompson Pioneira, 2005.

permanecem pelo menos 24 horas no local visitado e o excursionista é aquele que permanece menos que 24 horas, não pernoitando no local visitado (OMT, 2001).

O deslocamento turístico ocorre devido a algumas motivações sociopsicológicas que estão relacionadas ao tempo livre, ao tempo não-trabalho. Hoje, é imenso o desejo das sociedades em consumir turismo: do mundo do lazer, do mundo das trocas, de diversas paisagens.

Essas definições que envolvem o campo de estudo turístico já são padronizadas e, ao mesmo tempo, tão evidentes, que até uma população anfitriã, como no caso de Poços de Caldas, tem um entendimento de que o turismo é uma atividade voltada para o lazer, passeio e diversão.

Gráfico nº1.1: Entendimento do turismo pela população local



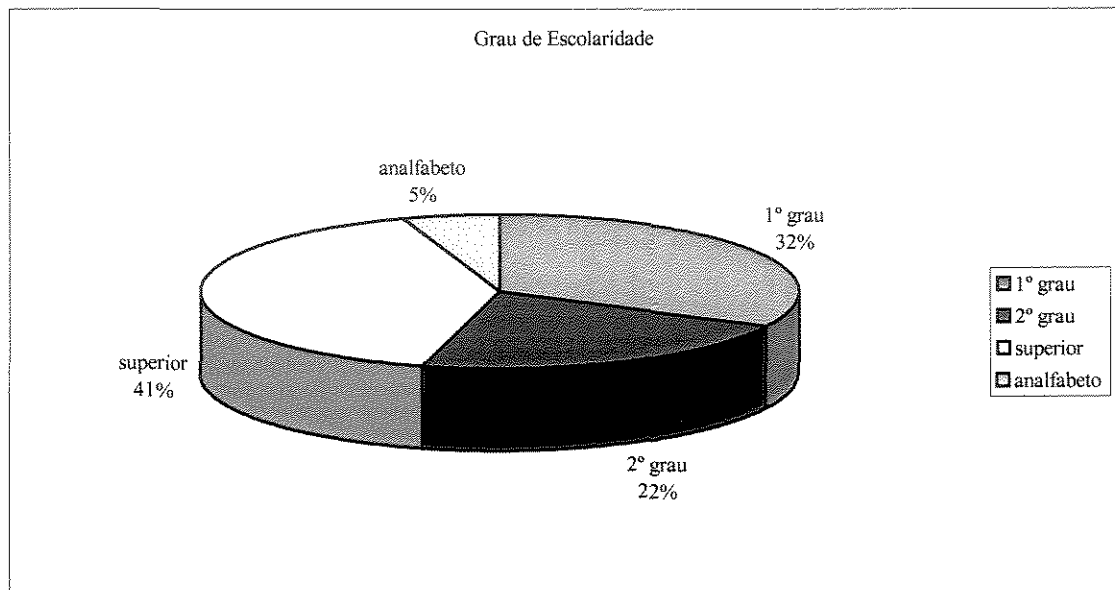
Fonte: RODRIGUES, C.B; (2004).

32% das respostas obtidas interpretam o turismo como desenvolvimento local, justificando-se essa resposta, pelo fato do turismo, ao longo do processo histórico, ter tido um papel importante no desenvolvimento da cidade. Para esses moradores, o

desenvolvimento local nada mais é que fruto de aceitação deles pelo turismo – “o turismo traz coisas novas para a cidade” – relato de um morador⁴.

Constatou-se que a maior parte dos entrevistados possui nível superior na escolaridade, por isso foi de grande importância questionar o maior entendimento e compreensão desses moradores com as questões abordadas.

Gráfico nº 1.2: Grau de Escolaridade



Fonte: RODRIGUES, C.B; (2004).

O turismo, como um campo de pesquisa da geografia, estabelece um diálogo ou uma possibilidade teórica de pensar o lugar e a ação das pessoas pelas teorias do turismo. O tratamento geográfico do fenômeno se destaca visando as incidências espaciais do turismo.

O turismo, analisado juntamente com a análise do espaço geográfico, faz com que os estudos da geografia do turismo sejam capazes de captar a dinâmica sócio-espacial mediante a abordagem dos processos sociais que engendram a atividade turística.

⁴ Entrevista realizada no dia 08 de julho de 2004.

Portanto, o turismo é uma atividade que tem no espaço seu principal objeto de consumo. Para Santos (2002), o espaço “é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório entre sistemas de objetos e sistemas de ações, considerando o quadro único no qual a história se dá”.

O fato de o espaço ser o principal objeto de consumo do turismo transforma alguns territórios para o seu uso e valoriza espaços que podiam não ter valor no contexto da lógica de produção (Cruz, 2002:17).

A valorização desses espaços se dá através das relações sociais e da influência do marketing. O olhar geográfico sempre busca entender o espaço através das relações que a sociedade estabelece com a natureza, suas relações socioeconômicas e culturais.

Na geografia, o turismo só existe através do valor cultural que a pessoa dá ao lugar. A cultura, segundo Almeida (1998:19), “é o que qualifica o objeto turístico, ela participa de sua invenção”.

Essa valorização além de se dar pelas características dos lugares ou atrativos turísticos, também é influenciada pelo preço e pelas influências de mercado. Essa valorização é diferente entre as pessoas, e essa diferença vem do contexto social que as pessoas estão inseridas, refletindo-as assim na bagagem cultural.

As teorias do turismo auxiliam a geografia no entendimento da “indústria de viagens”, o que constitui o produto turístico. Mas cabe ressaltar que, no olhar geográfico, são as práticas sociais e não os produtos que dão origem aos espaços turísticos.

As práticas sociais influenciam a mobilidade, circulação de idéias, novos conhecimentos e distanciamento do ambiente cotidiano, tudo o que motiva e condiciona o turismo. Com a globalização e com a velocidade das informações, rompem-se os eixos de referências do espaço e do tempo no turismo, e as práticas sociais se modificam.

Mas cabe lembrar que a mundialização dos lugares não está concentrada em todas as zonas do planeta.

Essa quebra de fronteiras devido à globalização e com o desenvolvimento de novas tecnologias de telecomunicação, principalmente a Internet, facilitou a circulação de idéias e de pessoas e potencializou as informações do turismo na rede mundial de computadores. Com a globalização e com o avanço tecnológico, a atividade turística teve

maior disponibilidade e acessibilidade nos seus produtos, principalmente nos setores de transportes, agências de viagens, companhias aéreas e nos meios de hospedagem. O turismo é um fator constitutivo das sociedades atuais.

O avanço tecnológico no turismo não é apenas um turismo com mais tecnologia, constitui um modelo que ultrapassa o anterior, que estabelece novas relações entre seus componentes e que gera produtos/serviços diferenciados em relação ao turismo (Molina, 2003).

O turismo concebido hoje passa por diversas mudanças, como ressalta Urry (2001: 16) “o olhar do turista modificou-se e desenvolveu-se”. Com a comunicação global transportando os limites e entrando na virtualidade do concreto imaginado, principalmente com o auxílio da Internet como instrumento de viagens, as pessoas, das mais variadas classes, passaram a viajar mais. Os dados da Embratur podem indicar o crescimento nas viagens, pois em 2002 houve 714,6 milhões de chegadas de turistas internacionais, com um aumento de 211,2 em relação a 1992, com 503,4 milhões.

Os turistas estão desejando coisas diferentes, pacotes de viagens que buscam experiências mais exóticas e personalizadas, uma ruptura do turismo tradicional, introduzindo um novo estilo de consumo, devido às forças criativas do mercado.

Para Molina (2003:46), esse novo “olhar do turista” é fruto do avanço da tecnologia e da ciência. Desempenha uma reengenharia de processos e inovações nos produtos e serviços turísticos, modificando os estilos de viagem onde as pessoas passam a optar por conhecer lugares providos de pseudo-acontecimentos. Essas pessoas não têm nenhuma relação significativa com a população residente e a prática turística se relaciona com a idéia de segurança, devido ao grande crescimento da pobreza e conseqüentemente da violência.

Já para Beni (2003:35), esse novo olhar contribui para o crescimento do turismo interno ou internacional, com predomínio de motivação de reencontro com a natureza, de caráter familiar e bem intimista nas relações do turismo com o meio ambiente. Esse crescimento do turismo alternativo faz com que destinações mais tradicionais do *trade* turístico, ou melhor, aquele turismo convencional, entre em fase de declínio ou estagnação, principalmente naqueles em que o investimento na estrutura

turística não caminha junto com as inovações impostas pelo mercado, como é o caso de Poços de Caldas.

Em Poços de Caldas, fica evidente o conflito entre identidade e modernidade: os moradores têm em sua memória um tipo de turismo e/ou turista que explorou a cidade durante no início do século XX. Hoje, essa população anfitriã e os gestores de turismo da cidade ainda têm uma identidade com essa época turística que hoje influencia na má estruturação e modernização dos equipamentos turísticos da cidade, justificando a ausência de Poços na competição entre os destinos de turismo de saúde e do turismo cultural, podendo este ser um novo segmento turístico para a cidade.

A importância de investir na hospitalidade e na segmentação de mercado faz com que o destino se torne cada vez mais especializados, modernizado, atendendo aos anseios da demanda, aumentando seu potencial na competição de mercado.

A ESTÂNCIA TURÍSTICA HIDROMINERAL DE POÇOS DE CALDAS

CAPÍTULO 2

CAP. 2 – A Estância Turística Hidromineral de Poços de Caldas.

2.1- Da estrada de ferro à cidade: um caminho de evolução turística

O município de Poços de Caldas fica localizado no sudoeste do Estado de Minas Gerais, na divisa com o Estado de São Paulo. A 21° 50'20" de latitude sul e 46°33'53" de longitude W Gr ou em coordenadas UTM - 7.590.200N e 338.000E. Está a 1.186 m de altitude, na região Sul de Minas. Tem uma área total de 544km² e está situado sobre a cratera de um extinto vulcão e, por isso, conta com águas sulfúreas que chegam à superfície da terra com uma temperatura de 45,5°C⁵.

Poços fica posicionado a 250km de São Paulo, a 470km do Rio de Janeiro e a 460km de Belo Horizonte. Em um só tempo, é um município que está inserido na região do Alto do Rio Pardo, como também, do Circuito das Águas Termais, junto aos municípios de Caldas, Cambuquira, Lambari, Caxambu e São Lourenço, todos estes situados no sul do Estado de Minas Gerais.

Essa dinâmica regional que insere Poços de Caldas no circuito das águas, no sul de Minas, é devida à similaridade das características naturais (águas termais como atrativo turístico), que são propriedades que definem esses municípios como uma região turística.

Poços de Caldas, mesmo fazendo parte dessa regionalização, também incorpora novas funções (indústria e serviços), 'somando' inserção no espaço mineiro.

Como região turística, esses municípios têm uma "funcionalização do poder dita, mas não vivida" (Raffestin, 1993:182). A regionalização é identificada como um discurso de poder centralizado, manifestando sempre um ato político, mas não prático.

⁵ www.mg.gov.br

[illegible]

Os decretos e leis parecem dar consistência a essa manifestação de poder, como observado na Constituição da República Federativa do Brasil, promulgada em 05/10/1988. O artigo 42 preconiza que: “O Estado poderá instituir, mediante lei complementar, região metropolitana, aglomeração urbana e microrregião constituídas por agrupamento de municípios limítrofes, para integrar o planejamento, a organização e a execução de funções públicas de interesse comum”. Assim também rege o artigo 49 – que se “considera microrregião o agrupamento de Municípios limítrofes resultante de elementos comuns físico-territoriais e socioeconômicos que exija planejamento integrado com vistas a criar condições adequadas para o desenvolvimento e a integração regional”.

Essa dinâmica regional no Brasil já vem acontecendo em conformidade com o artigo 29 da Constituição dos Estados Unidos do Brasil de 1937, do governo

Getúlio Vargas, que preceituava que - “Os municípios da mesma região podem agrupar-se para a instalação, exploração e administração de serviços públicos comuns. O agrupamento, assim constituído, será dotado de personalidade jurídica limitada a seus fins”.

A caracterização de unidades regionais pode ser vista como meio de análise, uma técnica da geografia. As regionalizações inserem-se na metodologia de uma pesquisa, mas não seu objeto científico. “Região é uma malha administrativa fundamental que define competências e os limites das autonomias dos poderes locais na gestão do território dos Estados modernos” (Balbim, 2001:163).

Essa regionalização existente entre os municípios inseridos no circuito das águas, Cambuquira, Caxambu, São Lourenço, Caldas, Lambari e Poços de Caldas, tem como principal objetivo estabelecer laços de integração e solidariedade na organização e gestão do turismo por meio de um planejamento integrado e gestão conjunta permanente por parte dos entes públicos nela atuantes.

Mas a integração na gestão do turismo acontece parcialmente nesses municípios. Essas cidades formam um produto unificado no mercado turístico, com exceção de Poços de Caldas, que durante todo o processo de turistificação foi a cidade mais apta a receber a atividade turística, devido às condições próprias do lugar - ampla infra-estrutura turística.

Poços de Caldas, neste caso, seria uma região concentrada, uma porção do território com infra-estrutura mais desenvolvida, uma área mais “modernizada” em relação aos outros municípios do circuito.

Hoje, com dados do IBGE 2002, Poços tem uma população total de 135.627 habitantes⁶, com uma taxa anual de crescimento demográfico de 2%, estimando-se que em 2006 a cidade poderá ter 149.100 habitantes, sendo que 130.826 habitantes residem na área urbana e apenas 4.801 na área rural.

⁶ Dados obtidos pelo IBGE/ Censo Demográfico 2000.

Poços de Caldas é considerada a cidade que possui a melhor qualidade de vida do Estado de Minas Gerais; seu IDH⁷ em 2000 foi de 0,841 no ranking dos municípios brasileiros.

Observando a imagem abaixo, a mancha urbana de Poços de Caldas está assumindo a forma de um T, com 168 bairros urbanos em uma área de 544km². O vetor de expansão urbana hoje no município é na direção oeste e tem ao norte sua expansão limitada pela Serra de São Domingos, tombada e com proposta para se converter em área de preservação permanente.

Foto 2.1: Foto Satélite de Poços de Caldas



Articulação compatível com a escala 1:25.000 (IBGE).

Fonte: www.cdbrasil.cnpm.embrapa.br/mg/img0/mg3e_eb.jpg

⁷ O Índice de Desenvolvimento Humano é um indicativo desenvolvido pela ONU, que analisa fatores como educação, renda, saúde (longevidade/ esperança de vida), moradia e população.

Esse limite da serra ao norte da cidade contribui para a expansão do município no sentido sul e oeste, fazendo com que a localização geográfica do município tenha maior proximidade com os municípios do centro-oeste do Estado de São Paulo. Essa posição também pode justificar o grande fluxo turístico pelos paulistas.

A área central de Poços apresenta uma acentuada verticalização para um município de seu porte, contendo uma concentração de atividades comerciais, administrativas e de prestação de serviços. Essa verticalização já tem uma origem devido aos prédios, de dois a três andares, que, na história, foram construídos para o uso turístico, como cassinos, hotéis e termas.

Foto2. 2: Vista de Poços com a encosta da Serra de São Domingos



Fonte: RODRIGUES, C.B; (2004).

Toda essa estrutura concentrada no centro da cidade destacou a área central das demais áreas do município.

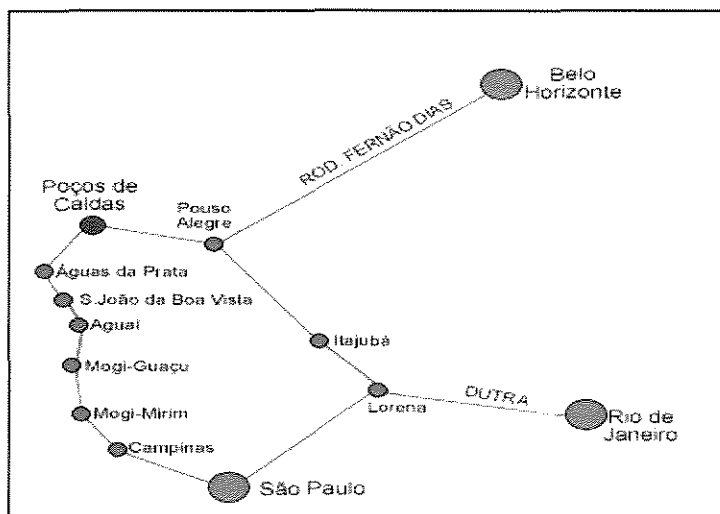
A proximidade de Poços com os grandes centros urbanos, e principalmente com o estado de São Paulo, faz o fluxo turístico ser mais intenso, principalmente se fizermos essa análise através da observação através das vias de acesso.

Em 1986, devido ao aumento da população e de visitantes, a Companhia Mogiana de Estradas de Ferro conseguiu uma licença do governo imperial para estender linhas até Poços de Caldas, pois antes o acesso era em estradas de terra, difícil e sacrificado.

Conforme Megale (2002: 30), “a estrada de ferro foi sem dúvida a mola da evolução econômica, social e urbana da estância hidromineral”, e acrescento que a estrada de ferro contribuiu para a evolução turística. As vias de acesso e os sistemas de transportes são objetos necessários para o fazer turístico. Nas palavras de Cruz (1999:23), as vias são espaços de deslocamento essenciais para o desenvolvimento do turismo.

Hoje, o grande fluxo turístico em Poços explica-se devido a essa facilidade de deslocamento dos turistas através das vias de acesso. São elas: Rodovia Fernão Dias, Rodovia Dutra e a Rodovia Ademar de Barros. Essas rodovias são classificadas como seguras e de alta qualidade, característica positiva, se comparadas com outras rodovias que dão acesso a destinos turísticos em alta no mercado turístico brasileiro.

Figura 2.2: Rodovias de Acesso a Poços de Caldas



Fonte: www.poçosdecaldas.mg.gov.br

Todos os espaços de deslocamento sejam eles aéreos, marítimos, rodoviários ou ferroviários, têm sua importância no turismo, ligando as áreas de destino e as de origem, facilitando o movimento dos turistas e criando a solidariedade entre as áreas.

Devido à boa conservação das rodovias de acesso a Poços, o principal meio de transporte utilizado pelos turistas é o rodoviário, independente da cidade possuir um aeroporto, o qual é apenas utilizado por aeronaves de pequeno porte, permitindo no máximo vôos de Fokker 50.

O transporte como elemento integrante da indústria do turismo justifica-se fazendo um contra ponto com a história do turismo. Um grande marco da expansão do turismo na Europa foi o surgimento das ferrovias e dos navios a vapor, sendo ferramentas que facilitaram a oportunidade de deslocamento, como também o surgimento de pacotes turísticos (em primeiro momento lançado por Thomas Cook), organizando viagens completas, incluindo transporte, hospedagem e atividades no destino.

Devido à localização geográfica de Poços, no sul de Minas, a atividade predominante é a visitação de turistas paulistas, originários da cidade de São Paulo, da Região de Campinas e da Região de Ribeirão Preto⁸. A distância da capital Belo Horizonte, como de outras cidades do Estado de Minas de Gerais, é bem maior, dificultando assim, a escolha de Poços pelos turistas mineiros em seus roteiros.

Destacar as vias de acesso e os transportes neste estudo é levar em consideração que o transporte facilita o processo de movimento das pessoas, mesmo tendo custos econômicos e orçamentários. A preferência por formas específicas de transportes determina o deslocamento em termos de infra-estrutura das rotas disponíveis (Page, 2001:39).

Antes, ou até mesmo com o surgimento da Estrada de Ferro Mogiana, o deslocamento para Poços era precário devido à falta de infra-estrutura nas rotas: a viagem era longa e sujeita a imprevistos.

Hoje, devido ao fácil acesso a Poços de Caldas, o transporte rodoviário é, como já citado, o mais utilizado pela maioria dos turistas, viajando em carro particular, ônibus de linha ou ônibus fretado, o que justifica a grande quantidade de excursões e também o grande volume de saída de ônibus de linha, principalmente da Empresa Viação Cometa S.A, com saídas de hora em hora das rodoviárias de São Paulo, Campinas e Ribeirão Preto destinados a Poços de Caldas.

⁸ Informações obtidas através dos arquivos de 2004 do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Poços de Caldas.

Poços de Caldas, inserida na região do ciclo das águas termais, tem as suas caldas como um importante recurso de atração e motivação para os turistas, e também devido ao seu clima de tipo mesotérmico, classificado como subtropical, faz do inverno o período considerado como alta temporada turística. Os turistas procuram a cidade nessa época para desfrutar de um clima de montanha, como também das águas termais quentes que proporcionam uma sensação de conforto e relaxamento.

O relevo⁹ e o subsolo são fatores que também atraem a procura turística em Poços. Do solo de Poços são obtidas fontes de águas frias e termais sulfurosas que foram descobertas em meados de 1786. Nessa época as águas tinham a função de cura de doenças como a lepra, havendo um deslocamento de forasteiros para tratar da saúde, podendo ser observado neste período o início de um deslocamento turístico.

A procura pelas águas sulfurosas passou a aumentar ano a ano, atraindo um grande número de visitantes, mesmo com difíceis condições de acesso e conforto. O aumento da procura pelas águas fez com que o governo mineiro cedesse terrenos necessários para formar a povoação de Poços de Caldas.

Neste período, tanto os moradores como os forasteiros construíam acomodações para o pernoite. “Os forasteiros instalavam-se em ranchos erguidos por eles mesmos. As famílias mais abastadas traziam consigo escravos e no dia da chegada já edificavam os cômodos necessários para o pernoite. Algumas pessoas da localidade passaram a construir ranchos para vendê-los aos balneantes, porém eles eram queimados assim que o viajante se retirava, devido ao medo de contágio da doença” (Megale, 2002:24).

No subsolo também rico em jazidas de bauxita, argila, urânio associado ao zircônio, além de serem obtidas fontes de águas sulfurosas, encontram-se minérios ferrosos e radioativo, sendo estes de grande importância para alguns setores industriais como o da mineração, que tem até hoje um grande destaque na economia da cidade.

Os minérios explorados em Poços são: o zircônio (presença de urânio nesse minério), a bauxita e o manganês. Com a exploração de minério, num sentido totalmente

⁹ Altitude média de 1.300 metros, sendo uma região de origem vulcânica, delimitada por anel de montanhas com altitude que variam de 1.600 a 1.800 metros.

industrial, fundaram a Companhia Geral de Minas, e em 1962 essa companhia foi adquirida pela Alcoa, que continua explorando a bauxita. A Alcoa é uma fábrica de alumínio, que tem uma significativa contribuição, gerando emprego e renda no município.

O parque industrial da cidade é constituído pelas seguintes indústrias: Alcoa S/A, Mineração Curimbaba (mineração); Cerâmica Togni (refratários); Mitsui (fertilizantes); Rhodia Ster (fios sintéticos e embalagens plásticas para refrigerantes); Gessy-Lever e Danone (produtos a base de leite); Frigorífico Tamoyo, Milktext e Ferrero Rocher (doces e chocolates), e também as fábricas de cristaleiras artísticas. Tanto os produtos a base de leite como os cristais, são também elementos que condicionam o turismo de compras em Poços, como veremos mais à frente.

Com isso, Poço é tanto uma herança cultural, um lugar turístico em transição, como também, um pólo industrial importante.

2.2- O Termalismo em Poços de Caldas

A água, desde a história do turismo até os dias de hoje, é um dos elementos de maior atratividade turística.

Como afirma em Lickorish e Jenkins (2000:26), devido ao surgimento dos Spas e balneários na Inglaterra, o deslocamento turístico teve um aumento significativo, principalmente por pessoas enfermas que procuravam esses ambientes com o objetivo de tratamento de saúde.

Em Poços de Caldas, a água teve sua importância, tanto na formação do nome da cidade, como no processo de turistificação. Em 1775 as águas já eram conhecidas na região, mas apenas pelos caçadores, que se embrenhavam nas matas à procura de animais, sendo eles os pioneiros na exploração das águas.

Mas a utilização das fontes sulfóreas para o turismo começou no início do século XX. O governo da cidade passou a reconhecer que essas águas atraíam visitantes, principalmente para tratar de doenças da pele, como ressalta Megale (2002:25): “logo se percebeu a importância das fontes minerais, não só pelas suas virtudes curativas que atraíam grande número de cientistas e enfermos, como também pelos visitantes de várias localidades do país”.

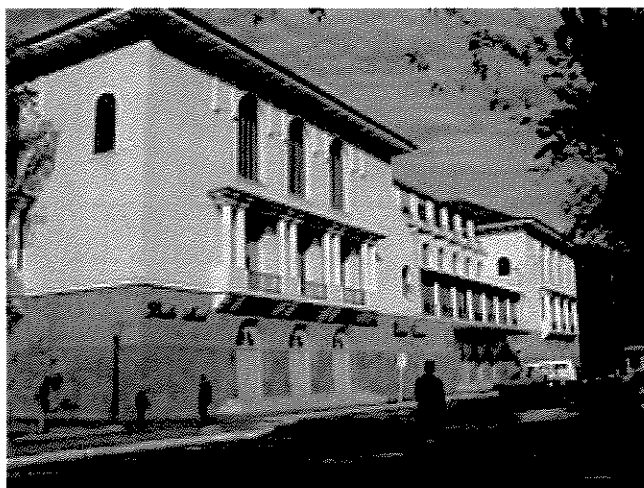
Essas fontes sulfóreas tiveram uma contribuição para a organização e formação da cidade de Poços de Caldas. Logo após o comunicado para Portugal da existência das águas, edificou-se o Palace Cassino e as Termas Antônio Carlos, surgindo também hotéis e, assim, as águas ganharam infra-estrutura, o que coloca Poços de Caldas como uma das cidades pioneiras do turismo em Minas Gerais.

Percebeu-se que, cada vez mais, essas fontes atraíam pessoas de várias localidades, principalmente após a construção da estrada de ferro e, assim, o governo passou a investir mais na infra-estrutura do município, surgindo praças, igreja, Casa da Câmara, cadeia, escolas públicas, chafarizes, cemitérios.

As fontes termais naquela ocasião eram utilizadas pela classe social mais alta, como majestades imperiais, políticos¹⁰ e fazendeiros. Edificou-se também a fonte Pedro Botelho, o Balneário dos Macacos e hotéis luxuosos, como o Hotel Balneário da Empresa¹¹, para acomodar esses personagens (Megale 2002).

Pode-se identificar nesse período o apogeu da vida turística no município, com a presença ativa dos Cassinos e do Grande Hotel. Nessa época, o termalismo e os cassinos eram os principais atrativos na cidade, hoje já não têm o mesmo “poder”, exercendo outras funções, como secretaria de turismo, teatros e bancos.

Foto2.3: Palace Cassino



Fonte: www.poçosdecaldas.mg.gov.br

¹⁰ O presidente Getúlio Vargas era um dos frequentadores da cidade nas décadas de 30 e 40.

¹¹ Este hotel está desativado, tendo sido prevalecida sua forma, mas mudada a função: hoje é o edifício do Banco Itaú, situado na área central da cidade.

Não há dúvida que as casas de jogos influenciavam o deslocamento das pessoas até Poços, atraindo uma classe social de alto poder aquisitivo que proporcionava renda ao município, utilizando-se das fontes termais durante o dia e, à noite, se encontravam nos cassinos.

Com o turismo no seu apogeu, aumentava-se cada vez mais o número de turistas, aumentando também o número de hotéis e das casas de jogos.

Nessa época, Poços de Caldas passou por um período áureo e foi nomeada como a mais bela estância hidromineral da América Latina, recaptando as fontes sulfúreas e edificando termas.

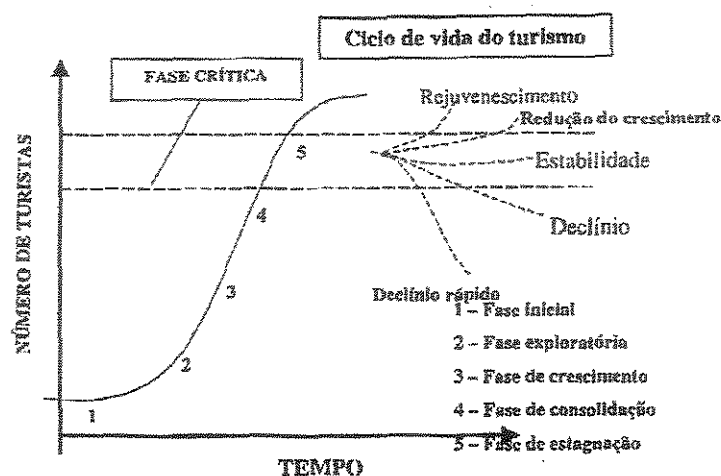
Hoje, o turismo em Poços passa por um momento de estagnação pela percepção dos moradores entrevistados, e em declínio em relação ao mercado turístico. O termalismo no Brasil está presente em outros destinos turismo como, por exemplo, na cidade de Caldas Novas.

Para analisar a fase em que se encontra uma destinação, tem-se, na literatura do turismo, o ciclo organizado por Richard W. Butler. Esse ciclo contabiliza a entrada de turistas, e através desses dados, a destinação é inserida em uma das fases.

Para Butler, toda destinação turística possui um ciclo de vida, que é identificado através do número de turistas que a destinação e a população anfitriã podem suportar.

A carência nesse método é quantificar e não qualificar o tipo de turista e de serviços turísticos. Em Poços, o apogeu do turismo foi justamente na época em que a cidade estava em alta no mercado turístico, e o fluxo turístico era intenso.

Figura nº 2.3: Ciclo de vida do turismo



Fonte: BUTLER apud RODRIGUES, (1998:90).

Hoje, Poços de Caldas, se analisada pelo modelo de Butler, corresponderá à fase da estabilidade que, conforme Rodrigues (1998:89), é uma fase: “marcada por um crescimento absoluto mais lento, enquanto os valores relativos decaem consideravelmente”.

Os moradores acham que o turismo em Poços está na fase de declínio e em crise. Arguem que caiu o nível do turista que visita a cidade, pois antes os turistas que se apropriavam de Poços na fase inicial do turismo faziam parte de uma classe social privilegiada e, assim, injetavam mais capital na cidade.

Hoje, por mais que o município tente investir para obter uma posição privilegiada no mercado turístico, o declínio¹² do turismo, sob a percepção dos moradores, justifica-se devido à qualidade do turista que visita a cidade e pela falta de investimentos nos equipamentos turísticos, sendo que esses turistas são baixos consumidores, fazendo parte da camada social média e média baixa.

Para esses moradores que foram entrevistados, os grandes fluxos de visitante de um dia e a ausência de exploração turística em Poços são fatores que também contribuem para a queda de Poços no mercado turístico, como também, “o turista que hoje

¹² Cabe lembrar que Poços também teve um declínio turístico na época considerada como apogeu turístico. A crise econômica devido a Revolução de 30 e a queda da Bolsa de Valores de Nova York refletiram na queda de turistas em Poços de Caldas, assim como a proibição dos cassinos no Brasil em 1945, que foi uma verdadeira “bomba” na economia da cidade. E também cabe ressaltar que, com o avanço da medicina, as pessoas passaram a procurar menos as fontes termais para tratamento de doenças, (POZZER, 2001).

visita Poços de Caldas não gasta tanto na cidade, deixando lixo e não respeitando os moradores do local, diferente dos turistas que visitavam Poços há vinte anos atrás”, (relato de um morador¹³).

Mas a realidade essa discussão é um pouco contraditória no caso de Poços de Caldas. O turista de um dia ou o turista que permanece mais tempo em Poços, sendo ele de uma classe social mais baixa, também gasta na cidade, seja no comércio ou nos equipamentos turísticos. O maior problema é que Poços não está oferecendo serviços turísticos de alta qualidade para atender um outro tipo de demanda, como aconteceu antigamente.

Mas outro processo que também deve ser avaliado são os investimentos e incentivos voltados para o turismo e para o turista. A prefeitura através da secretaria de turismo de Poços tenta incentivar o turismo por meios de propagandas televisionadas na região do Sul de Minas Gerais e Centro Oeste do Estado de São Paulo. O governo municipal tenta também passar uma imagem de investimento turístico aos moradores, através da inserção de Poços de Caldas em uma nova etapa do turismo, o turismo de aventura, ainda pouco procurado, mas que reuniu vários esportes radicais em um evento ocorrido em setembro de 2004 e também iniciando um projeto de recuperação da trilha de acesso ao Cristo Redentor, nomeada trilha da Serra de São Domingos, bastante visitada por turistas e praticantes de esportes de aventura.¹⁴

Portanto a demanda que se encontra hoje em Poços é relativa ao que a cidade oferece: se os hotéis, por exemplo, continuam com o mesmo padrão e o mesmo tipo de serviço, é evidente que os preços tendem a abaixar, e locais passam a ser freqüentados por um outro tipo de público. Atualmente, devido a grande competitividade no mercado turístico, a exigência do turista vai ser cada vez maior em relação ao produto que ele está adquirindo, principalmente por aqueles turistas que têm uma posição econômica mais elevada.

Hoje esses turistas que vão a Poços têm motivações diferentes, continuam usufruindo das águas termais como antigamente, mas também querem o lazer e o

¹³ Entrevista realizada no dia 05 de julho de 2004.

¹⁴ Esse projeto visa: impedir processos erosivos, limpeza, sinalização e implantação de bebedouro num ponto da trilha, como também fazer um monitoramento através da guarda verde.
Fonte: Assessoria de Imprensa de Poços de Caldas.

descanso. Incluo também nas atividades do turista as compras de produtos derivados do leite, cristais e malhas, produtos estes fabricados em Poços de Caldas.

Há nos traçados roteiros guiados por guias de turismo rotas que contêm os principais atrativos e a visitação dos locais de fabricação desses produtos, já estimulando o turista a comprar, lembrando que compras nas destinações turísticas também contribuem como experiência prazerosa.

Mas esse sentimento negativo que o morador tem com esse “novo turista” que vai a Poços acontece porque, na época do apogeu do turístico, a cidade era visitada por uma classe social que levava objetos, hábitos e costumes diferentes para o olhar dos moradores poçoscaldenses.

Essa dinâmica, que muda o tipo de visitação em um local, acontece naturalmente em qualquer destinação, porque são sofridas influências de mercado, de modismo e da mídia. Toda destinação turística é apropriada por um certo grupo social, e depois, devido às influências do mercado, é ocupada por outros tipos de turistas.

Esse movimento pode também ser presenciado na história do turismo. Os balneários eram os destinos mais procurados por uma classe social privilegiada, tanto inglesa como francesa, que ditavam a moda dos “resorts” à beira mar. À medida que outras classes sociais iam surgindo, a elite passava a ocupar outros destinos.

Percebe-se, então, que esse tipo de turista do início do século XX teve uma participação na imagem áurea de Poços de Caldas no início do processo de turistificação, ficando na memória dos moradores.

A mudança do tipo de turista não influencia na principal motivação que leva as pessoas a Poços de Caldas, no caso as águas, recurso que diferencia a cidade de outros destinos e a caracteriza como uma estância hidromineral.

Toda estância hidromineral, como é o caso de Poços, deve “possuir uma fonte de água mineral, natural ou captada por meios artificiais devidamente localizada por decreto de concessão de lavra expedido pelo governo federal, com vazão mínima de 96 mil litros por 24 horas. Além disso, o município deve possuir um balneário de uso público

para tratamento crenoterápico¹⁵, segundo a natureza das águas e de acordo com os padrões fixados pelo regulamento” (Aulicino, 2001:69).

Segundo Megale (2002:42), “Poços de Caldas, já em 1967, com autorização da assembléia legislativa, foi nomeada como estância hidromineral e zona de segurança nacional”.

Cabe lembrar que todo município estância recebe do governo do Estado uma dotação orçamentária especial para investir na conservação e manutenção de suas fontes termais. Segundo a Constituição Estadual de Minas Gerais, o artigo 242 rege que “o Estado apoiará e incentivará o turismo como atividade econômica, reconhecendo-o como forma de promoção e desenvolvimento social e cultural”. A Lei nº 13437, de 30/12/1999 preconiza o “apoio a programas de orientação e divulgação do turismo regional e ao desenvolvimento de projetos turísticos municipais; criação de fundo de assistência ao turismo, em benefício das cidades históricas, estâncias hidrominerais e outras localidades com reconhecido potencial turístico desprovido de recursos e também a manutenção e aparelhamento das estâncias hidrominerais”.

Poços de Caldas dispõe também da criação do Fundo Municipal Pró-Turismo¹⁶, aprovado pela câmara municipal na qual preceitua a lei nº 6.981, artigo 1º - “fica o poder executivo autorizado a criar e instituir o Fundo Municipal Pró-Turismo, instrumento de capacitação e aplicação de recursos, com a finalidade de proporcionar apoio e suporte financeiro às ações municipais às áreas de responsabilidade da secretaria municipal de turismo”.

Os recursos obtidos através desse FMPT serão aplicado na execução de programas e projetos específicos do setor do turismo; aquisição de material para o desenvolvimento dos programas; construção reforma e ampliação das instalações administradas pela secretaria de turismo; financiamento de programas de turismo através de convênios; desenvolvimento de programas de capacitação e aperfeiçoamento de recursos humanos na área de turismo.

¹⁵ Tratamento pelas águas termais.

¹⁶ A origem das receitas e rendas, constituída para o Fundo Municipal Pró-Turismo, está em anexo.

Mas, mesmo obtendo este FMPT, as termas, como os demais atrativos em Poços de Caldas, devido ao baixo investimento da administração pública municipal, deixam a desejar aos turistas.

Sob a percepção dos moradores, a prefeitura junto com a secretaria de turismo, está incentivando o turismo na cidade, mas esses mesmos moradores discordam que está havendo uma melhora na estrutura para receber os turistas.

Um investimento turístico necessário em Poços seria a manutenção de seus atrativos, um plano de marketing para incentivar o receptivo, como também maior incentivo de atividades culturais e de lazer.

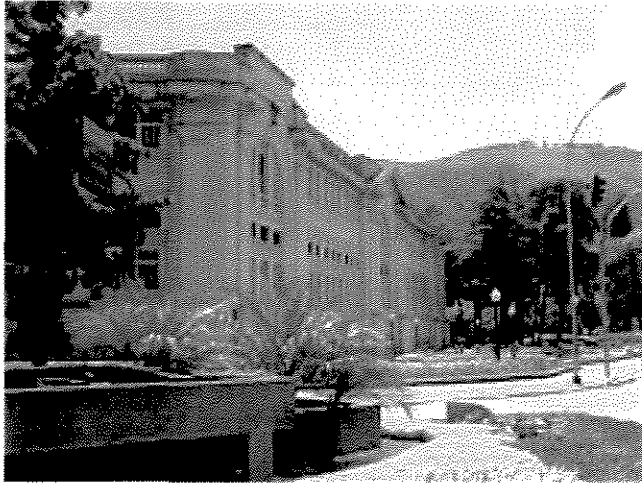
A insatisfação dos moradores vem da falta de estrutura para receber uma quantidade maior de turistas e uma oferta turística de qualidade. Essa opinião justifica-se devido à importância histórica na qual o turismo tem uma grande participação.

Os moradores locais têm em sua memória um outro tipo de turismo, aquele que fez com que a cidade erguesse edificações imponentes, muito procuradas na época, transformando-a numa estância turística valorizada no mercado.

Hoje essas fontes de águas termais ainda existem em Poços de Caldas, mas sua estrutura está em declínio, sendo ainda o elemento de atração turística, como a Termas Antônio Carlos, onde o turista pode desfrutar de banhos termais, que curam e relaxam, além de oferecerem serviços de limpeza de pele e massagem. Há também o Balneário Dr. Mário Mourão¹⁷, que está localizado na Praça Dom Pedro II, destinado também para banhos de imersão. Nesses dois locais são cobradas taxas para os serviços oferecidos.

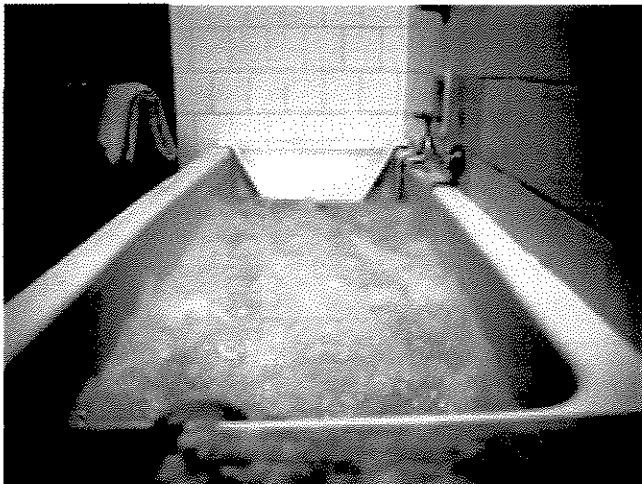
¹⁷ Considerado um grande atrativo da cidade, mas permaneceu fechado, para reforma, durante a pesquisa de campo.

Foto 2.4: Termas Antônio Carlos



Fonte: www.pocosdecaldas.mg.gov.br

Foto2. 5: Banho de Imersão



www.pocosdecaldas.mg.gov.br

As fontes de águas sulfóreas que se encontram em locais públicos, são: Fonte da Vila Cruz (bairro Vila Cruz); Fonte das Rosas, com 40 combinações de água e luz situada na Praça Brasil; Fonte Mojolinho (bairro Mojolinho); Fonte dos Macacos e Fonte Martinico Prado (as duas na região central da cidade), consideradas as fontes mais visitadas devido a sua localização. Há outras também de grande importância como a Fonte Fraya, a Fonte Pedro Botelho, a Fonte Santa Therezinha e a Fonte Santana, todas com características curativas de doenças.

Foto 2.6: Balneário Dr. Mário Mourão



Fonte: www.pocosdecaldas.mg.gov.br

Foto 2.7: Fonte das Rosas



Fonte: www.pocosdecaldas.mg.gov.br

Foto 2.8: Fonte dos Macacos



Fonte: www.pocosdecaldas.mg.gov.br

A fase de transição que Poços de Caldas começou a passar aconteceu durante as décadas de 70 e 80, devido ao processo de industrialização¹⁸ que estimulou o crescimento da cidade, modificando também os tipos de turismo, aumentando o fluxo de turismo de um dia.

Antes, como já dito, os turistas passavam mais tempo na cidade para tratamento nas fontes termais e para os jogos nos cassinos. Com o crescimento da cidade, a paisagem urbana da zona central recebeu um incremento da arquitetura contemporânea, construindo-se um monotrilho turístico, que corta o centro da cidade, passando por alguns atrativos, e a construção do terminal de ônibus urbano, modificando a estrutura do “glamour” turístico que a cidade obteve em função do termalismo e dos jogos.

Como ressalta Pozzer (2001:127), “a cidade que antes acolhia a oligarquia nacional recebia agora segmentos da classe média paulista, excursões rodoviárias e os chamados “farofeiros”. A memória da cidade do deleite da oligarquia nacional ainda se revelava através da preservação dos monumentos construídos. Mas os novos turistas percorriam a cidade de forma extremamente rápida, visitavam os novos pontos turísticos, tomavam banhos rápidos na termas, faziam compras, andavam no monotrilho e no

¹⁸ Em Poços de Caldas foi a expansão das indústrias mineradoras, que ainda têm grande participação na economia da cidade.

teleférico, e partiam levando em sua memória apenas fragmentos dessa nova cidade transformada pelo processo de urbanização”.

Pode-se falar também que hoje existe um fragmento de identidade dos moradores poçoscaldenses: eles têm em sua memória um tipo de movimento turístico que não faz parte do presente. Essa identidade que os moradores têm com o turismo do passado pode dificultar cada vez mais a melhora na estrutura turística do município, dificultando também a inserção e a volta de Poços de Caldas no *trade* turístico termal do Brasil.

O CENTRO DE POÇOS DE CALDAS: O TERRITÓRIO DE USO TURÍSTICO

CAPÍTULO 3

Cap 3: O centro de Poços de Caldas: o território de uso turístico

A área central de Poços de Caldas foi definida como a base empírica do presente estudo por apresentar concentração de equipamentos e de infra-estrutura turística e, conseqüentemente, por receber, de modo concentrado, o maior fluxo turístico da cidade. Esta condição, as características arquitetônicas e sua própria configuração tornam a área central um território diferenciado. Nos demais bairros, a presença de atividades de comércio/serviços encontram-se em micro-pólos voltados quase que exclusivamente para a conveniência dos moradores locais.

O território, para Raffestin (1993:143), “é formado a partir do espaço, sendo resultado de uma ação conduzida por um ator, o ator “territorializa” o espaço. O território é produzido, a partir do espaço e de todas as relações que o envolvem, como um campo de poder”.

O centro de Poços de Caldas, como território de uso turístico, tem suas ações voltadas para a atividade turística, e assim, para o turista. O turismo, pelas ações dos turistas, dos empresários e da administração pública, é, desta maneira, um sistema que exerce um poder no centro da cidade, diferenciando-o de outros setores, constituindo-se no uso do território pelo poder. É possível, portanto, definir-se um território, não só pela sua configuração e uso, mas pelas decorrências desta forma particular de poder sobre parcela do espaço urbano.

O poder, que se visualiza na ação dos elementos do sistema turístico, é o desvendamento da relação de ganhos e custos da estrutura pública e privada do turismo em Poços. Essas duas estruturas têm como objetivo real o lucro vinculado ao turismo, um superávit na balança de pagamentos. Neste território os investimentos são voltados para a atividade turística, fazendo deste um espaço fragmentado, que possui características próprias, diferenciando-o de outros lugares da cidade. São as características próprias que condicionam a produtividade da atividade turística.

Portanto o território de uso turístico tem um outro tipo de comando e de organização, composto por lugares turísticos.

Esses lugares têm uma dinâmica diferente, em função da presença dos atrativos e de equipamentos turísticos, que induzem a um tipo de uso, como também a uma diferença de valor.

Em Poços de Caldas, os objetos turísticos foram criados desde o início do século XX para atender os desejos e as necessidades dos turistas, edificando-se termas e construindo-se cassinos e hotéis, estes existem até hoje, mas alguns exercendo outras funções.

O território de uso turístico tem uma organização diferente, tem um campo de poder diferente, é comandado por uma superestrutura turística, havendo uma hierarquia na estrutura administrativa do turismo, tanto em nível federal, como também estadual e municipal. A superestrutura, para Beni (1998: 250), “é o processo destinado a determinar os objetivos gerais de desenvolvimento do turismo, suas políticas e as estratégias que nortearão os aspectos relativos a investimentos, uso e ordenamento dos recursos utilizáveis para este fim”.

A quantia¹⁹ que Poços recebe do governo faz com que a secretaria de turismo invista em programas e ações para o desenvolvimento e para melhorias na infraestrutura turística da cidade, com o objetivo de atrair uma quantidade maior de turistas e, assim, injetar mais capital na cidade.

Quanto mais a administração pública investe no turismo - e chamando também a atenção da mídia - o município receberá investimentos externos, através de empresas originárias de outros lugares que passam a investir no local, sendo as externalidades próprias do turismo, sendo os agentes de viagens, os quais têm uma grande importância para Poços de Caldas, vendendo a cidade em forma de mercadoria²⁰, assim como o fazem também as locadoras de carros, as redes de hotéis e de alimentação...

O agente externo que tem um grande domínio no centro de Poços é o setor hoteleiro, que, desde do início do turismo na cidade, exerce um campo de poder. A grande maioria dos hotéis está concentrada no centro, chegando a existir até quatro hotéis num

¹⁹ Não é possível obter a quantia exata que o município recebe, devido à complexidade dos dados disponíveis sobre Poços de Caldas.

²⁰ As principais agências de viagens, que emitem turistas a Poços de Caldas, são localizadas no centro-oeste do estado de São Paulo, justificando a grande visitação de paulistas na cidade.

mesmo quarteirão, sendo tanto de administração familiar, mas havendo também a presença de alguns hotéis de rede econômica.

Para os operadores de turismo, aqueles que planejam e vendem as viagens, a hotelaria não é vista como um agente externo, apenas quando entra em discussões de âmbito econômico na qual os investimentos estrangeiros não deixam o total do lucro obtido na localidade onde se instalou, sendo o lucro repartido na cidade ou no país de origem da empresa. Para os organizadores e estudiosos em turismo, a hotelaria significa um segmento que contribui para a qualidade da destinação turística, no valor gerado pelo turismo, na geração de emprego e na satisfação do turista pelo produto adquirido. Ressalta Beni (2003: 170) que, no Brasil, o crescimento nos meios de hospedagem projetam para 2005 um parque instalado de trezentos mil apartamentos e 6.500 estabelecimentos hoteleiros.

O comércio também é um agente que faz parte da estrutura do turismo, além de gerar emprego, principalmente na alta temporada, quando pode gerar externalidades, através de mercadorias vendidas em Poços, mas que vêm de outros locais, como camisetas com o nome da cidade ou com fotos dos atrativos, que não são fabricadas em Poços de Caldas.

Cabe lembrar também que tanto os hotéis, como as lojas, não necessariamente trabalham com a mão-de-obra local, fazendo circular pessoas e objetos de outros lugares.

Mas os principais agentes da dinâmica do território de uso turístico são os turistas e a população anfitriã. Os turistas são os que valorizam, que consomem e que usam a parcela do espaço produzida para o turismo e a população anfitriã é a que revela a identidade e a autenticidade do local para esse uso turístico.

Todos os agentes citados formam o campo de poder no território de uso turístico de Poços de Caldas acontecendo um uso do território pelo poder, gerando uma disputa de poder, uma disputa de território.

Conforme Raffestin (1993:53), “o poder se manifesta por ocasião da relação, é um processo de troca ou de comunicação, os dois pólos fazem face um ao outro ou se confrontam. As forças de que dispõem os dois parceiros criam um campo: o campo de poder”.

Essa disputa é uma disputa de territorialidade entre turista e população local. Dois atores que usam o mesmo território e têm com ele uma interação, uma identidade e uma compartimentação diferente no mesmo espaço.

Ainda para Raffestin (1993:160), “a territorialidade é dinâmica e varia no tempo, pode ser definida como um conjunto de relações que se originam num sistema tridimensional, sociedade-espaço-tempo em vias de atingir a maior autonomia possível, compatível com os recursos do sistema”.

A população local, aquela que mora no centro de Poços, exerce uma territorialidade de identidade, de significado da sua própria história, de integração. A territorialidade para estes é a “face vivida” no território de uso turístico.

Já o turista se desterritorializa do seu lugar de moradia, e esse desejo de desterritorializar-se é suscitado pela imagem que o turismo cria, através da propaganda que lhe dá corpo e pelos meios turísticos e financeiros que permitem sua concretização, (Almeida, 1998:21).

Existe então um confronto de duas territorialidades, sendo “a territorialidade sedentária dos que vivem freqüentemente, e a territorialidade nômade dos que só passam, mas que não têm necessidade de se apropriar, mesmo fugitivamente dos territórios que frequentam” (Knafou, 1999:21).

As atividades, ou até a relação que os turistas têm nesse território é de passagem. A maioria dos turistas que visitam Poços vai à procura de desfrutar as águas termais e da contemplação da paisagem e das edificações antigas, que ainda resistem, desde a época do glamour da cidade balneária.

Mas a disputa dessa territorialidade, entre território de imagem para os turistas e território de vivência para os moradores, causa alguns efeitos que podem ser identificados através dos moradores que ali exercem uma relação de trabalho ou de moradia. Os efeitos são diferentes, pois o morador e o trabalhador têm relações diferentes com este espaço.

O solo e as benfeitorias no centro também justificam essa disputa para cada grupo, seja morador, corretor, proprietário, incorporador, o valor do uso do solo é diferente, pois o que é valor de uso para um é valor de troca para outro. O interesse do solo

e moradia são mercadorias diferentes, para um é valor de uso e para o outro é valor de troca.

Conforme Harvey (1980), o valor de uso é a utilidade de algum objeto particular e o valor de troca é o poder de compra de outros e a posse que o objeto transmite. Mas o valor de uso e de troca se relacionam, pois a mercadoria é valor de uso para o possuidor somente na medida em que é valor de troca.

Os equipamentos turísticos e o comércio “invadem” cada vez mais este espaço, disputando com as residências, que também têm o seu terreno valorizado, por estarem no espaço privilegiado da cidade, o espaço de fluxo turístico, no qual ao mesmo tempo e cada vez mais são invadidos pela verticalização e pelo comércio, submetendo-se ao jogo do mercado imobiliário dos empreendedores, que obtêm o valor de troca através da compra, venda e cobrança de custo devido aos seus serviços. Já as instituições financeiras são interessadas em obter o valor de troca por meio de financiamento para aquisição de valores de uso, financiando o solo para o uso urbano e para instituições que produzem o valor de uso através da ação pública, obtendo o valor de troca através de impostos.

Segundo Carlos (2001:175), o valor de troca impresso no espaço-mercadoria se impõe ao uso do espaço na medida em que os modos de apropriação passam a ser determinados pelo mercado, implicando profundas mudanças nos modos de uso. No caso de Poços de Caldas, o centro sempre foi um território apropriado pelo turístico, a única mudança é a crescente verticalização, mas isso interfere em todas as dinâmicas do fluxo.

Foto 3.1: Verticalização em Poços de Caldas



Fonte: RODRIGUES, C.B; (2004).

Foto3. 2: Centro de Poços de Caldas

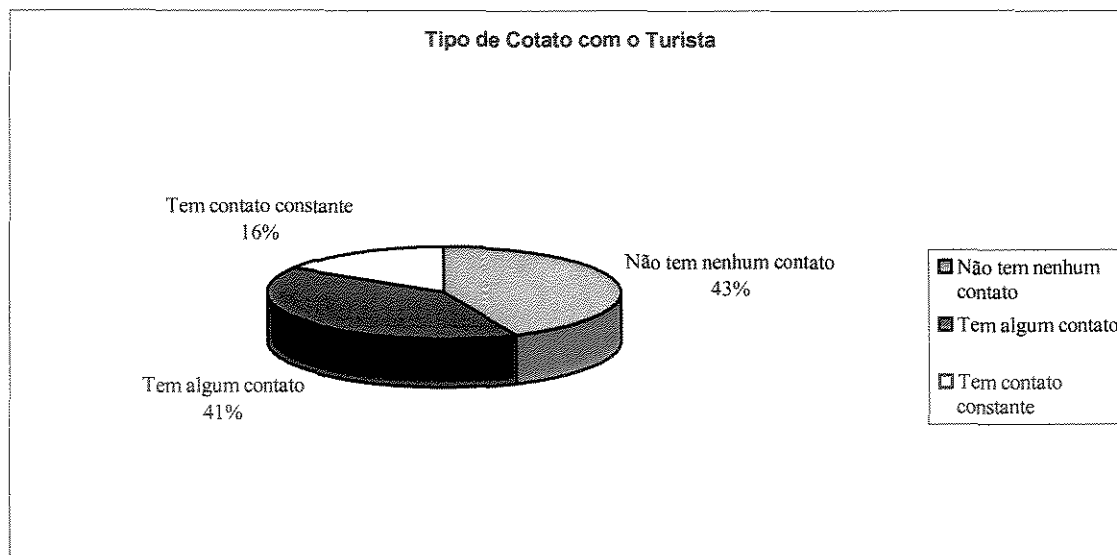


Fonte: RODRIGUES, C.B; (2004).

Constata-se, porém, que os moradores do centro não têm contato direto com o turista, mesmo morando no território usado pelo turismo. A pesquisa mostra que o contato direto com os turistas é feita apenas por aqueles que trabalham diretamente no

setor, seja na hotelaria, no comércio e nos estabelecimentos de alimentação e entretenimento, sendo um contato de influência econômica.

Gráfico 3.1: Contato do Morador com o Turista



Fonte: RODRIGUES, C.B. (2004).

Na maioria das obras sobre turismo, como no presente estudo, fica evidente que a atividade turística não beneficia toda a população de uma destinação, como também é perigoso afirmar que o turismo aumenta a renda do local.

A medição dos efeitos econômicos positivos do turismo deve ser mensurada com muita cautela, pois na maioria das vezes eles são superestimados. Deve-se contabilizar o que entra com o turismo e o que se gasta para o turismo, sendo uma análise de custo-benefício.

Segundo Cooper (2001:164), “os estabelecimentos que recebem os gastos dos turistas também precisam adquirir mercadorias e serviços de outros setores da economia local, por exemplo, os hotéis irão contratar o serviço de empresas de construção, contadores, bancos, fornecedores de alimentos e bebidas, eletricidade, água etc. Além disso, os fornecedores destes estabelecimentos de “linha de frente” precisarão adquirir mercadorias e serviços de outros estabelecimentos da economia local e assim o processo se desenvolve”.

Em Poços há uma diversidade de atividades que contribuem para a economia do município. O turismo contribui apenas com 20%; as maiores contribuições são de outras indústrias, principalmente a da mineração, mostrando que a realidade é bem diferente da percepção que os moradores têm. Nas entrevistas, eles relataram que a cidade depende economicamente do turismo e que o turismo é a maior fonte de renda local.

Como já discutido, deve-se tomar cuidado com o cálculo de arrecadação do turismo, pois na maioria das vezes, como acontece em Poços, se contabiliza apenas a arrecadação hoteleira²¹.

Em uma breve entrevista²² com o secretário de turismo, o Sr. Alberto Narcizo Pereira, constatou-se que o cálculo de fluxo de entrada de turistas é contabilizado pelo número de diárias vendidas. Em julho de 2004, foram vendidas 150 mil diárias, que geraram 15 milhões de reais. Já na baixa temporada, o setor hoteleiro teve uma ocupação de 60 mil diárias, arrecadando 6 milhões de reais, o equivalente a 30% da rede hoteleira da cidade.

Nota-se que, no turismo, contabilizar a contribuição e os gastos é uma tarefa bastante difícil, pois é uma atividade que abrange o setor de serviço, de construção, de alimentação, da agricultura, do transporte, do artesanato e do comércio como um todo.

Essa insuficiência de dados concretos faz gerar mitos econômicos que camuflam a realidade e dificultam a interpretação para futuras análises e pesquisas sobre turismo.

O turismo pode vir a ser uma alternativa de crescimento econômico, mas não de desenvolvimento. A atividade aumenta a produção de bens e serviços, e que irá redundar no aumento do Produto Interno Bruto.

Em Poços de Caldas, o PIB tem um crescimento anual de 1,6%, como mostra a tabela abaixo. A maior contribuição é do setor industrial e depois do setor terciário, sendo este o que mais emprega, principalmente o setor de prestação de serviços, de grande contribuição na atividade turística, gerando emprego para uma grande parte da população poçoscaldense.

²¹ Em 2002 os hotéis arrecadaram R\$ 300.140.000,00; já no ano de 2004 o total até o final do mês de julho foi de R\$ 500.045.000,00, lembrando que julho é considerado alta temporada no município.

²² Entrevista realizada durante o trabalho de campo em Poços de Caldas, no dia 07 de julho de 2004.

Tabela 3.1: Produto interno bruto

Local	Valor PIB (R\$ x milhões)				PIB por habitante (R \$ x mil)	Taxa de crescimento anual do PIB (%)
	Agropecuária	Indústria	Serviços	Total		
Poços de Caldas	13,9	619,0	402,9	1.035,8	8,3	1,6
Minas Gerais	6.923,2	33.935,5	40.574,6	81.433,3	4,8	3,3
% no Estado	0,20	1,82	0,99	1,27	-	-

Fonte: Fundação João Pinheiro, disponível no site <http://www.pocosdecaldas.mg.gov.br>

Tabela 3.2: Distribuição de Pessoas Economicamente Ativa

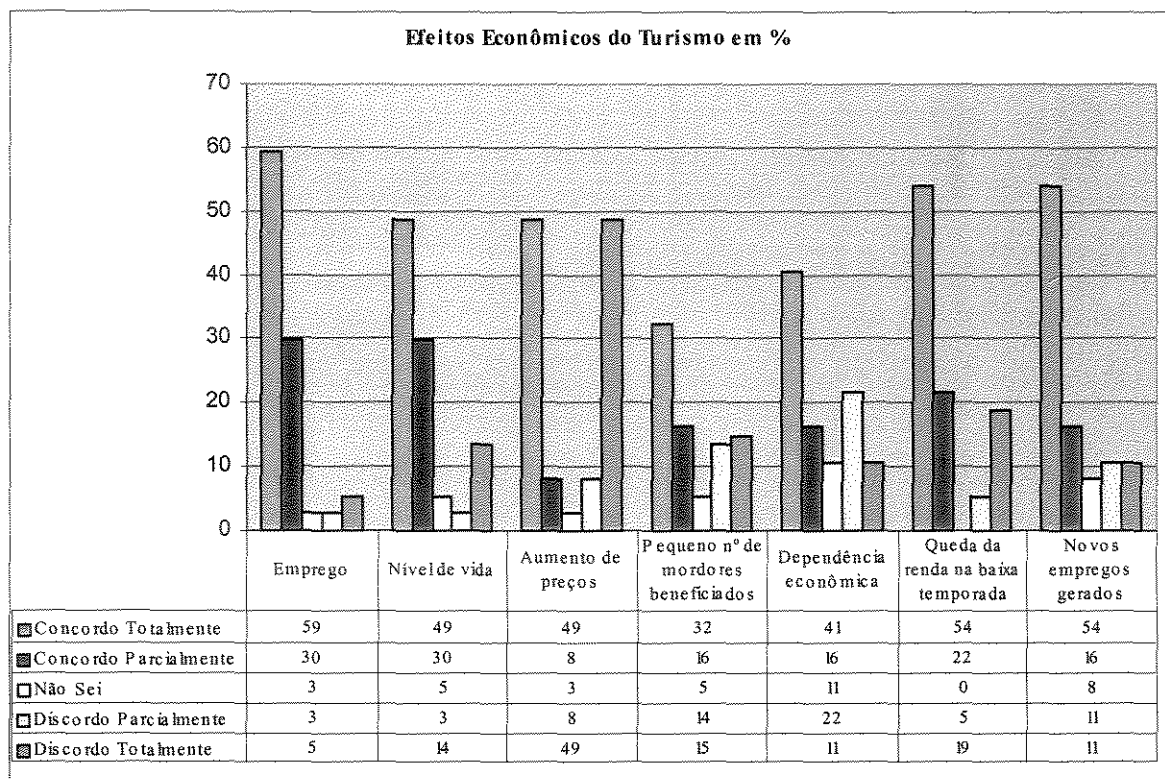
Setores	Quantidade	%
Primário	2.648	7.4
Secundário	14.173	39.8
Terciário	18.852	52.8
Comércio	4.216	11.8
prestação de serviço	8.037	22.5
administração pública	1.280	3.6
outras atividades	3.677	10.3
Total	35.673	100.0

Fonte: <http://www.pocosdecaldas.mg.gov.br>

A análise dos efeitos econômicos a partir dos dados obtidos no questionário com os moradores do centro de Poços teve uma repercussão positiva. Para a maioria deles, o turismo é indicador de crescimento de nível de vida na cidade, como também, segundo as respostas obtidas, há a geração de novos empregos gerados pela atividade. Segundo o diagnóstico do Sebrae, o turismo em Poços é capaz de gerar 1.200 postos de trabalho diretamente nos 55 estabelecimentos hoteleiros²³.

²³ Cabe lembrar que essa estimativa foi calculada apenas com os hotéis associados ao sindicato de hotéis, restaurantes, bares e similares de Poços de Caldas, não contabilizando outros estabelecimentos de hospedagem, que também são utilizados pelo turista.

Gráfico 3.2: Efeitos Econômicos do Turismo



Fonte: RODRIGUES, C.B. (2004).

Mas os novos empregos gerados pelo turismo são aqueles empregos que se multiplicam na alta temporada, ou melhor, empregos indiretos, como serviço de garçom, vendedores, cozinheiros, enfim, empregos para suprir a grande quantidade demandada pelo turismo na alta temporada. Esses indivíduos também fazem parte do que é indicado e valorizado como mobilidade social do turismo, principalmente aqueles que se deslocam de cidades vizinhas para trabalhar no turismo em Poços de Caldas.

Nota-se que esses empregos diminuem na baixa temporada, isso significando que o turismo é uma atividade instável, sazonal, com a qual os moradores não podem contar com a estabilidade empregatícia no ramo. Se na baixa temporada a renda diminui é porque há pouca entrada de receita da comercialização dos bens e serviços e, assim, dificilmente os donos dos estabelecimentos conseguem manter essas novas contratações.

O turismo não é uma atividade que atende a todos como é tratado em propagandas políticas²⁴. Ele atinge uma pequena parcela da população excluindo outra dos benefícios gerados pela atividade. A parcela excluída também vive e tem identidade com o lugar que é transformado pela prática, e que, na maioria das vezes mostra que, o turismo incomoda o movimento e a vida dessas pessoas.

Todos os moradores, ou a grande maioria deles têm uma identidade com o lugar de moradia e vivência. Para Yázigi (2002), a identidade é a nacionalidade, o pertencimento, o fundamento à existência.

Mas esse sentimento de pertencimento, que os moradores do centro têm com o território que habitam, é interrompido pelo uso turístico, pois o turismo exclui a multifuncionalidade de um lugar. Um território usado pelo turismo também motiva o que é chamado de ‘gentrificação’, que é a busca de melhorias para um determinado lugar que acaba por inviabilizar a presença de população de renda mais baixa, muitas vezes, de qualquer forma de habitar estes lugares, fazendo com que essa população se desterritorialize, buscando uma identidade em outro local da cidade.

A gentrificação, conforme Meneses (2002:58), “é um processo de nobilitação que significa também a reabilitação urbana de áreas de interesse cultural onde o investimento que se espera reflita no valor cultural agregado”. Mas a gentrificação preocupa-se em vender a cidade, ou melhor, a imagem que se construiu de cidade-espetáculo.

Mas as melhorias na infra-estrutura urbana, como benfeitorias, não são consideradas como investimento para o turismo, porque no entendimento dos governantes o investimento turístico é aquele que além de envolver a participação da iniciativa privada tem um retorno lucrativo. Os investimentos turísticos têm como objetivo gerar lucro, que é advindo do pagamento feito pelos turistas pelo uso do local.

Conforme Rodrigues (2000: 174), a “infra-estrutura ou equipamentos de uso coletivo, quando destinada à população local não é considerada investimento público, mas “despesa”. Essa despesa, afirma-se com frequência, onera nos cofres públicos pois

²⁴ “O turismo é um fator de desenvolvimento socioeconômico e de inclusão social em todo o território brasileiro”, disse Mares Guia na entrevista da Folha de São Paulo no dia 25/08/2004.

aparentemente não tem retorno contábil, o que demonstra que o que conta para o chamado desenvolvimento é o que pode ser contado”.

O resultado da pesquisa com os moradores do centro mostrou a melhora nos sistemas de saneamento básico, moradia, educação, energia elétrica e o transporte coletivo da cidade, (consultar o gráfico dos efeitos sociais). Todos os moradores entrevistados têm consciência que esse avanço não foi para o turismo, mas para contribuir na qualidade de vida dos cidadãos poços caldenses, justificando a posição do município em 1º lugar no ranking do Índice de Desenvolvimento Humano de 2000, em relação a demais cidades do estado de Minas Gerais.

O IDH²⁵ tem como objetivo oferecer um contraponto a outro indicador muito utilizado, o Produto Interno Bruto (PIB) per capita, que considera apenas a dimensão econômica do desenvolvimento. Além do PIB, o IDH também leva em conta dois outros componentes: a longevidade e a educação. Para aferir a longevidade, o indicador utiliza números de expectativa de vida ao nascer. O item educação é avaliado pelo índice de analfabetismo e pela taxa de matrícula em todos os níveis de ensino. A renda é mensurada pelo PIB per capita, em dólar PPC (paridade do poder de compra, que elimina as diferenças de custo de vida entre os países). Essas três dimensões têm a mesma importância no índice, que varia de zero a um.

Durante o estudo de campo, detectaram-se algumas obras que estavam sendo realizadas no município, como a retirada de esgoto pela DMAE (Departamento Municipal de Água e Esgoto) jogado no ribeirão do centro da cidade.

Esse esgoto e dejetos são lançados pelos equipamentos turísticos que estão concentrados no centro da cidade na margem desse ribeirão, como o Palace Hotel, Palace Cassino, Café Concerto, Teleférico, carrinhos de lanche, que são em grande número concentrados num mesmo espaço em forma linear, atendendo a uma grande demanda de turistas na alta temporada e nos finais de semana.

Além dessa intervenção no centro, o DMAE está trabalhando na Represa Bortolan²⁶ e nas imediações do córrego Vai e Volta fazendo a ligação de cada casa com a

²⁵ O IDH pode ser acessado no site: www.pndu.org.br

²⁶ Represa Bortolan também é considerada atrativo turístico, mas não está localizada no centro da cidade de Poços de Caldas, ela está situada na entrada da cidade, sendo uma das primeiras paisagens que podem ser apreciadas na chegada do turista.

rede coletora. Outro fator de grande destaque em Poços é a ausência de favelas na cidade e a existência de vagas nas escolas para crianças de 4 a 14 anos.

Todas essas políticas públicas são essenciais para o desenvolvimento humano no município, e acredito que isso resulta na satisfação dos moradores que estão sendo supridos pelas necessidades básicas necessárias para o exercício da sua cidadania.

Mas houve controvérsias na interpretação dos resultados socioeconômicos: ao mesmo tempo em que acontece benfeitoria urbana para melhorar a qualidade de vida dos cidadãos, outros indicadores sofrem carência, como a segurança.

Qualidade de vida definida por Sen apud Herculano (1998:82) “não deve ser entendida apenas como mero conjunto de bens, conforto e serviços, mas, através destes, das oportunidades das quais as pessoas dispõem para ser”. Os indicadores sociais básicos à vida humana seriam o *ter* referente às condições materiais e o *ser* à necessidade de integração e de harmonização com a sociedade.

A criminalidade na cidade vem aumentando, e os moradores, principalmente aqueles que residem no centro da cidade, vivenciam essa realidade de perto. O centro como lugar turístico em Poços tem um grande fluxo e movimento de pessoas, tanto na alta temporada como nos finais de semana²⁷. O aumento no fluxo turístico eleva dados estatísticos de roubo e assalto em estabelecimentos comerciais, automóveis e cidadãos, perdendo um pouco da harmonia que o centro de Poços tinha, mas que ainda é preservada na memória dos moradores.

Esses moradores do centro sentem-se ameaçados e justificam esse aumento na criminalidade devido ao turismo, alegando que mudou o tipo de turista que visita a cidade. O turista que visita hoje Poços de Caldas tem um nível socioeconômico inferior àqueles que ocupavam a cidade no período do seu apogeu turístico, ficando esse tipo de turista guardado na memória da população anfitriã.

Essa substituição de tipo de turista faz com que “os núcleos produzidos, baseados em parâmetros assentados sobre modismo e veiculados pela mídia, ao longo do processo vão sendo abandonados e substituídos por outros, à medida que mudam os valores ou que os espaços se tornam saturados pela ocupação desenfreada. As camadas

²⁷ A visitação em Poços de Caldas nos finais de semana é intensa por ser uma cidade que demanda o turismo de um dia /excurssionismo.

sociais privilegiadas procedem à ocupação e, como verdadeiras frentes pioneiras, vão se deslocando em busca de novos espaços; núcleos anteriores, considerados degradados, perdem o valor de mercado e são ocupados por elementos das camadas sociais menos favorecidas” (Fontes & Lage, 2003:92).

A criminalidade, como também o vandalismo, influencia e incomoda a vida dos moradores do centro da cidade, passando a ter atitudes de constrangimento, mas não é apenas o turismo o grande causador desse fato: o aumento da criminalidade vem da desigualdade econômica que abrange todo o país.

O exemplo de vandalismo mais relatado nas entrevistas acontecia quando os ônibus de excursão ficavam parados nas ruas que descem para o Parque José Afonso Junqueira e Praça Pedro Sanches, lugares que concentram os principais atrativos turísticos.

Os moradores dessas ruas sentiam-se “invadidos” pelos turistas, que faziam algazarras, barulho, deixavam lixo e desrespeitavam-nos através do mau comportamento e dos termos grosseiros.

Hoje o problema foi minimizado, os ônibus entram na cidade, deixam os turistas nos atrativos ou nos hotéis e estacionam na garagem da rodoviária, esta construída especialmente para os ônibus de fretamento.

Essa iniciativa melhorou o tráfego na cidade e, sem a circulação desses ônibus de turismo pelas ruas e avenidas, voltou a tranquilidade em frente às residências onde esses ônibus ficavam parados.

Essa ação foi tida como efeito positivo pelos moradores do centro, durante as entrevistas. Eles alegam que o turismo não incomoda mais o seu cotidiano, porque não existem mais ônibus parados nas ruas, e os turistas permanecem pouco tempo nos atrativos.

Para o deslocamento dos turistas até os atrativos é utilizado o serviço de vans, que, em parceria com a secretaria de turismo, agentes de viagens e hotéis, levam os turistas até os atrativos mais visitados. Esse passeio é traçado por um roteiro definido, no qual os turistas permanecem um tempo mínimo para observar e tirar fotos, não tendo nenhum contato direto e real com o lugar, com exceção das termas, que para serem usufruídas exigem um contato mais direto da pessoa.

Foto 3.3: Serviços de Vans para Turistas



Fonte: RODRIGUES, C.B; (2004).

O transporte coletivo da cidade teve uma avaliação positiva pelos moradores, suprimindo suas necessidades devido o aumento de ônibus nas linhas, diminuindo o tempo de espera nos pontos.

Mas o sistema de saúde deixa a desejar: os moradores reclamam que a oferta dos hospitais e número de leitos é menor que a quantidade demandada pelo município: “os serviços estão precários e há lentidão no atendimento”, relato de um morador²⁸.

Em Poços de Caldas esse problema poderá ser minimizado, pois o Programa de Fortalecimento e Melhoria da Qualidade dos Hospitais do Sistema Único de Saúde em Minas Gerais, o Pró-Hosp, vai liberar R\$ 44 milhões²⁹ para investimento nos serviços de saúde do Estado. Poços de Caldas está entre os municípios que irão receber essa verba.

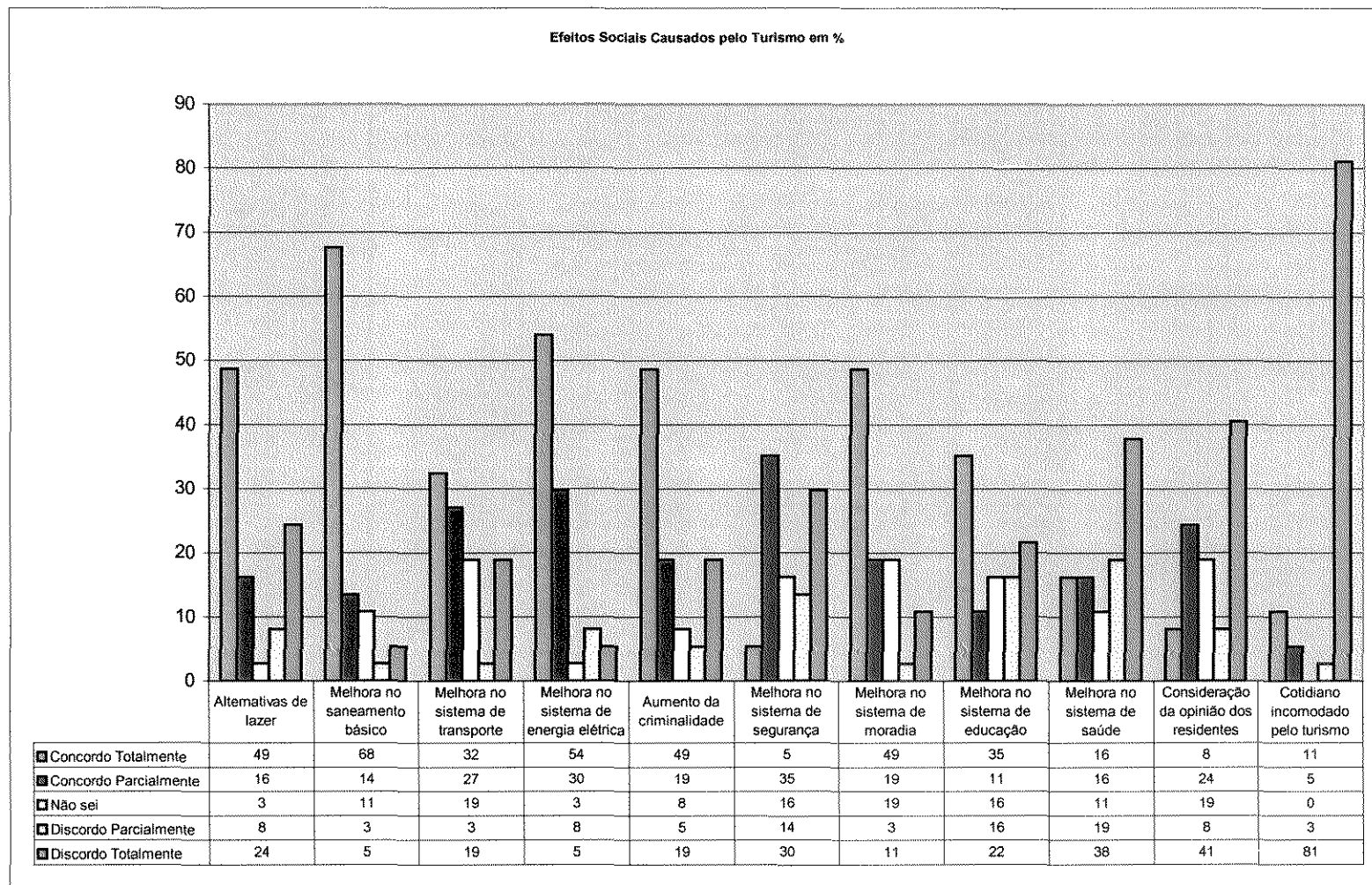
Mas tanto os efeitos sociais como os econômicos gerados pelo turismo devem ser avaliados através de fatores endógenos e exógenos do desenvolvimento. Como afirma Silva (2003:22), “hoje o desenvolvimento deve ser visto em seu sentido amplo,

²⁸ Entrevista realizada no período de 05 a 29 de julho de 2004.

²⁹ Dados cedidos pela Assessoria de Imprensa de Poços de Caldas em julho de 2004.

valorizando o crescimento com efetiva distribuição de renda, com superação significativa dos problemas sociais, o que só pode ocorrer com profundas mudanças nas estruturas e processos econômicos, sociais, políticos e culturais de uma determinada sociedade”.

Para que haja uma relação favorável entre turismo e desenvolvimento social, é importante integrar a dinâmica dos fatores e setores que abrangem a territorialização turística com as necessidades básicas do cidadão. O desenvolvimento, para ser definido como social, deve ter o homem como protagonista do processo de desenvolvimento, optando e participando das ações do seu entorno, construindo assim, sua cidadania.



Fonte: RODRIGUES, C.B; (2004).

3.1- A diferença de sentido do lugar turístico entre moradores e turista.

Quando se estuda o turismo deve-se também considerar a dimensão cultural, principalmente quando se fazem análises em núcleos receptores, lugares estes que, considerados por aqueles que organizam o turismo, dispõem de equipamentos, infraestrutura e serviços próprios para receber o turista.

Uma grande parte dos estudos turísticos sobre núcleos receptores tem um enfoque na dimensão econômica e mercadológica provindas da atividade, deixando de lado a maioria das vezes o aspecto cultural do turismo.

A cultura participa da invenção do objeto turístico, tanto como atrativo turístico, no qual determina a escolha da destinação pelo turista, como meio de interpretação de uma localidade, através dos atos e dos valores considerados pela população no seu local de moradia.

Na atividade turística, a população local e a cultura passam a ser um referente básico e um caminho para se entender a prática social de um núcleo receptor.

A cultura sendo complexa e dinâmica é um conceito que está sempre em construção, sendo ampliado para que possa ser entendido.

Para Martins (2003:103), “a cultura está constituída por aqueles mecanismos pelos quais o indivíduo adquire características mentais, como valores, crenças ou hábitos, que lhe possibilitam participar da vida social”. Já para Ortiz (2000:73), “a cultura é antes de mais nada um todo integrado, uma totalidade na qual se encontram organicamente articuladas diferentes dimensões da vida social”. E ainda acrescento que o processo histórico e o processo de homogeneização têm grande influência nos valores culturais e nos atos da população anfitriã de núcleo receptor de turismo.

No turismo, conforme Pires (2002), a cultura é considerada como um produto turístico que oferece ao mercado os objetos físicos (edificações antigas), serviços, pessoas, lugares, idéias. A cultura se transforma em um segmento no turismo, em forma de lazer cultural, nomeado como turismo cultural.

O turismo cultural é a viagem relacionada ao interesse cultural, visitas motivadas por interesse na oferta histórica, artística, como também no estilo de vida,

tradições, religião, costumes, culinária, crenças dos habitantes de uma destinação turística (Pires, 2002:67).

A cultura, como um segmento do turismo, passa a servir de álibi para a lógica de mercado, mesmo para aquelas pessoas que viajam por motivos diferentes, não tendo particular interesse na cultura, e acabam visitando as atrações culturais, se tiverem facilidades para tanto.

Mas o turismo cultural é visto por aqueles que organizam o turismo como um fator auxiliar na proteção dos bens culturais, proteção que não é oferecida somente ao turismo, mas a toda a coletividade. Para Pellegrini (1997:142), os recursos culturais estão na dinâmica de aproveitamento realizado pelo turismo, a preservação evita os impactos que venham a prejudicar a continuidade da existência do atrativo cultural que são tão importantes tanto para a população anfitriã como para o próprio turista.

Poços de Caldas é uma cidade que teve sua organização sociocultural em função do turismo. A atividade turística é um objeto presente em todo o processo histórico da cidade, ela é ativa na memória da população anfitriã, que sempre conviveu com o turismo no seu dia-a-dia, desde na época em que Poços passava pela fase de apogeu turístico. A população anfitriã tem em sua memória uma cultura turística, sempre foi estimulada a viver com o turismo, objeto presente na cultura poçoscaldense.

O espaço de Poços de Caldas foi organizado em função do turismo e, conseqüentemente em função dele que a população anfitriã interpreta a cidade.

As edificações¹, por exemplo, que participaram da formação e organização da cidade, hoje ainda são os objetos que atraem o olhar do turista para Poços e que formam a paisagem da cidade, mesmo que atualmente algumas edificações tenham tido sua função alteradas.

¹ Termas Antônio Carlos, Palace Cassino, Complexo da Urca, Café Concerto, Balneário Mário Mourão, Casa da Cultura, Cristo Redentor, Monotrilho, Praça Pedro Sanches, Relógio Floral entre outros.

Foto 3.4: Museu Histórico e Geográfico de Poços de Caldas



Fonte: RODRIGUES, C.B; (2004).

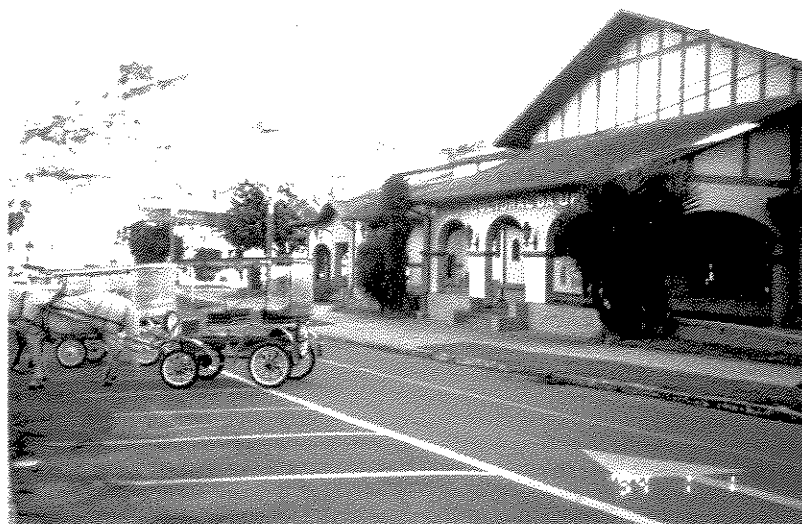
Todo o patrimônio edificado tem um elo na história, na cultura e no turismo da cidade de Poços. A população anfitriã tem uma identidade com o patrimônio, com a paisagem da cidade.

A paisagem de Poços tem sua natureza cultural voltada para o uso turístico, ela sempre foi usada em função da atividade. O turismo introduz a dimensão de poder na paisagem de Poços, principalmente no centro, como foi discutido. A paisagem para Meneses (2002:42), “sempre constituiu, e ainda hoje constitui, um espaço privilegiado para se pesar o passado e o futuro da nação, como também uma vasta gama de questões, que vão da história à modernidade e à tradição, da cidadania ao corpo e à cultura do lazer”.

O olhar turístico é ávido para o consumo: do autêntico, do típico, do novo, do histórico. Tanto a paisagem como a cultura passam a ser mercadoria, reduzindo o seu real significado em meros símbolos que são selecionados e consumidos segundo interesse predominante do mercado.

Em Poços as atividades culturais e de lazer são incentivadas e transformadas em símbolos para atrair turistas, mas também satisfazem a população anfitriã, como o carnaval, a Festa do Uai, a Julho Fest...

Foto 3.5: Espaço Cultural da Urca



Fonte: RODRIGUES, C.B; (2004).

A festa mais tradicional de Poços de Caldas é realizada desde do século XIX, nomeada Festa de São Benedito, que acontece no meio do ano. Existe também a Festa do Uai, realizada há mais de dez anos, atraindo uma grande quantidade de turistas, contendo shows e comidas típicas mineiras, uma festa que faz parte do produto turístico de Poços de Caldas, vendida como mercadoria, atraindo um grande fluxo de turistas para a cidade.

Outra festa de grande importância para a cidade é a Festa das Nações, festa esta realizada por instituições de caridades no mês de abril.

Já, em julho, época da alta temporada turística, acontece a Julho Fest, um festival de inverno que abrange o mês todo. A programação do festival acontece durante todo o dia, contendo exposições, shows, teatros, danças... Todas as atividades são realizadas nos parques e praças do centro da cidade, local de grande fluxo turístico. Portanto são atividades que mobilizam tanto os turistas como a população local. Importante também ressaltar que, na Julho Fest, a secretaria de cultura mapeou e cadastrou todos os artistas da cidade, incentivando ainda mais a cultura de Poços.

As festas vêm ocorrendo há muitos anos periodicamente e, a cada ano, é investido mais na organização e na promoção para satisfazer os turistas e a população poçoscaldense. Portanto a convivência do cidadão poçoscaldense com o

turismo faz com que essa população, principalmente os moradores do centro, manifeste uma cultura de hospitalidade, acostumada a receber turistas. O turismo passa a ser uma atividade previamente determinada como cultural.

Como afirma Ortiz (2000: 72), “a cultura seria responsável pelo conteúdo da personalidade, a identidade pessoal se caracterizando como decorrência de uma estrutura, de um universo, que envolveria igualmente os membros de uma comunidade. Cada cultura representaria, portanto, um padrão”.

Em Poços de Caldas, é cultural a relação que o anfitrião tem com o turismo, eles se identificam com a atividade e com os lugares que foram construídos e usados pelo turismo, tendo-o em sua memória.

Essa memória faz com que os efeitos negativos do turismo não sejam percebidos pelos moradores poçoscaldense. A memória, conforme Yázigi (2001:47), é o sustentáculo da identidade, reconstrução permanente. É a ideologia.

Ainda para o mesmo autor, a identidade é a nacionalidade; é o pertencimento a qualquer agrupamento humano; é a forma que dá fundamento à existência; a identidade redefine nossa relação com outras pessoas, grupos, lugares e coisas.

O turismo faz parte da cultura de Poços de Caldas, o anfitrião se identifica com a prática e estão acostumados a conviver com ela. O turismo é sustentado na memória desses moradores.

Esses moradores do centro já estão acostumados com o fluxo turístico no seu bairro de moradia e, para eles, os costumes não são alterados com o turismo, como indica o gráfico nº3.5.

Tanto o turista, como a própria atividade turística, fazem parte do cotidiano dos moradores desse bairro, pois são objetos de repetição na sua cotidianidade. Esses objetos podem não alterar o cotidiano dos moradores, mas podem dificultar o seu movimento, principalmente na alta temporada, aumentando o trânsito de automóveis às ruas, o fluxo no comércio e nos espaços públicos da cidade.

O centro, mesmo sendo o território que concentra os atrativos turísticos, é local de moradia, de convivência e de solidariedade para os moradores que lá habitam. Para Mayol (1996:39), o bairro é o lugar onde se manifesta um engajamento social, ou noutros

termos, uma arte de conviver com parceiros (vizinhos, comerciantes...) que estão ligados a você pelo fato concreto, pela proximidade, pela repetição.

Ao mesmo tempo, o centro, como um bairro em Poços de Caldas, é um espaço privado, de residência para os moradores, mas também um espaço público, de passagem para o outro, o turista neste caso. Esse movimento no centro é devido à apropriação do espaço pelo turismo, devido à presença dos atrativos e dos equipamentos turísticos neste território.

Como o presente estudo valorizou as residências ao redor dos principais atrativos situados no centro, consta que esses lugares para os moradores são lugares de existência do mundo vivido, da identidade, da familiaridade, da singularidade, dando ênfase ao significado, aos valores, à experiência do cotidiano, formando sua personalidade e sua existência.

Mas existe um hábito de cotidianidade e convívio entre moradores de Poços e turistas?

O cotidiano, para Certeau (1996:31), “é aquilo que nos é dado a cada dia, que nos pressiona dia após dia, é aquilo que nos prende intimamente a partir do interior”. O cotidiano é o hábito, a repetição, o dia-a-dia. Na destinação turística, os moradores não deixam de realizar as atividades do seu cotidiano, da sua rotina, como o acordar, o comer, o trabalhar, o estudar...O turismo apenas pode incomodar ou dificultar a realização dessas atividades cotidianas.

Em Poços existe uma integração, que é parcial, apenas entre aqueles que trabalham diretamente com o turismo (como foi discutido), sendo um contato fruto de uma dependência econômica, uma integração subjetiva e de oportunidades.

Para as pessoas que são envolvidas diretamente com a atividade, o turismo não incomoda o cotidiano, ele faz parte desse cotidiano, como por exemplo, o padeiro que produz pão para vender para o turista, o hoteleiro que trabalha exclusivamente com o turista, o taxista, o vendedor das lojas de cristais e de queijos etc.

Mas para aqueles que não têm contato com o turista, dificilmente haverá uma integração, uma troca de valores, de experiências e de significados. Esses moradores discordam que houve vulgarização nas manifestações culturais. Mas esse efeito cultural

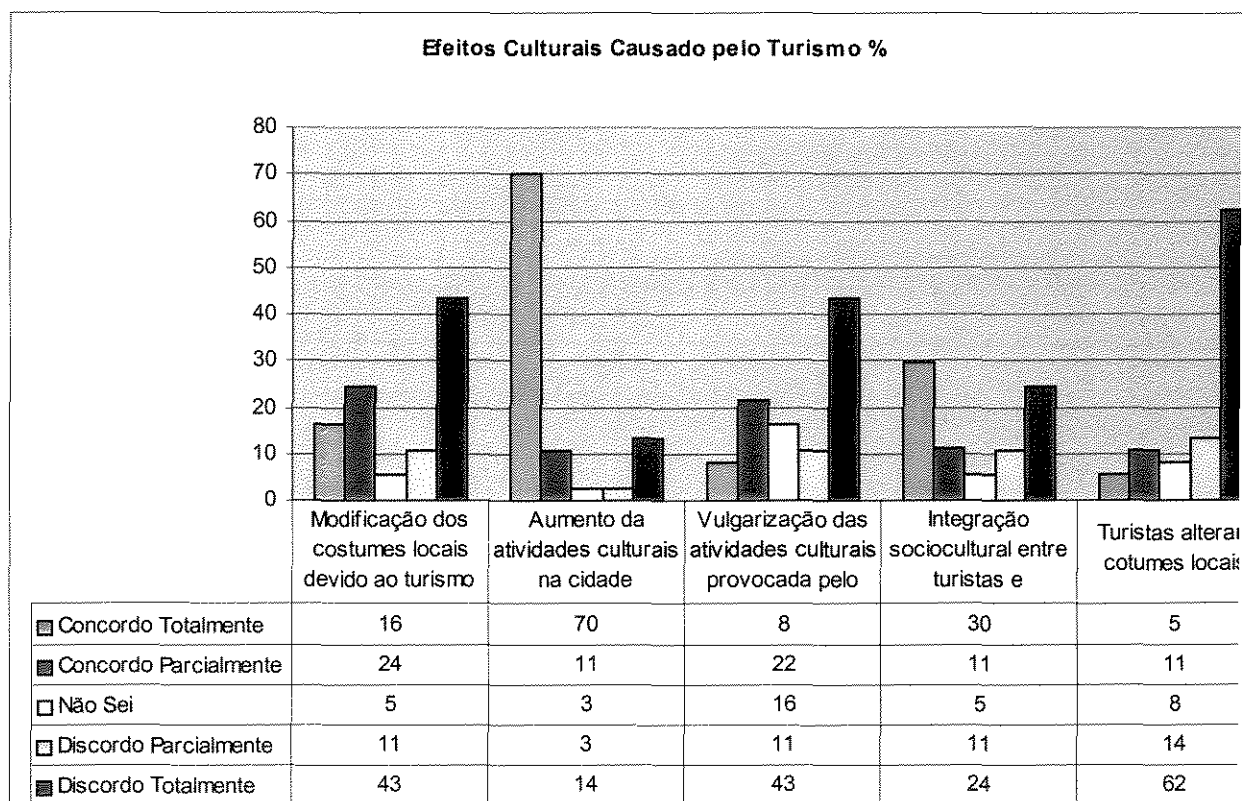
positivo reflete na ausência de integração entre o anfitrião e o turista, pois se houvesse maior integração conseqüentemente haveria vulgarização.

Cabe também destacar que Poços por ser uma destinação apropriada pelo turismo de massa; os turistas não vão à busca de conhecer ou presenciar a realidade e a história do local, ficando também impossibilitada a integração.

Os atrativos que são lugares turísticos, inseridos no território de uso turístico, são um lugar de imagem, de experiência e de representação para os turistas. O turista buscando o diferente e não a realidade do local, seu contato com o lugar visitado, acaba sendo superficial e indireto: “o viajante constrói sempre uma visão fragmentada daquilo que vê, são instantâneos parciais organizados fragmentariamente em sua memória” (Carlos, 1996:111).

Já para os moradores é um lugar de identidade, de significado, de história. As pessoas que moram em lugares turísticos seguem nesse lugar uma ordem local de cotidiano, tendo uma relação direta e de identidade com o lugar.

Gráfico nº3.4: Efeitos culturais causados pelo turismo



Fonte: RODRIGUES, C.B. (2004).

O lugar, como uma categoria de grande importância para a geografia e para o turismo, “é, ao mesmo tempo, objeto de uma razão global e de uma razão local, convivendo dialeticamente” (Santos, 2002: 339).

Todo lugar está engendrado no processo de globalização, assim como o global está no local.

Estudar a relação do lugar turístico, para os turistas e para residentes de Poços de Caldas é mostrar que o lugar tem diferente significado para esses atores. O turismo seguidor de uma ordem global faz dele uma atividade que, dependente de fatores externos, muda à característica do lugar. Já a ordem local funda a escala do cotidiano; seus parâmetros são a co-presença, a vizinhança, a intimidade, a emoção, a cooperação e a socialização com base na contigüidade.

Os agentes externos, como os próprios turistas, as agências e operadoras de turismo, a especulação imobiliária, o comércio formal e informal, circulação de capital, de mercadorias, de indivíduos, de idéias e de culturas, atuam cada vez mais nos lugares turísticos introduzindo novas funções e estruturas demandadas pelo turismo, como a infraestrutura necessária para atender as necessidades e anseios dos turistas. Conforme Rodrigues (1997), o turismo transforma os lugares para serem comercializáveis, nos padrões de conforto e padrões de vida do mundo moderno, retirando a curto espaço de tempo a característica do local.

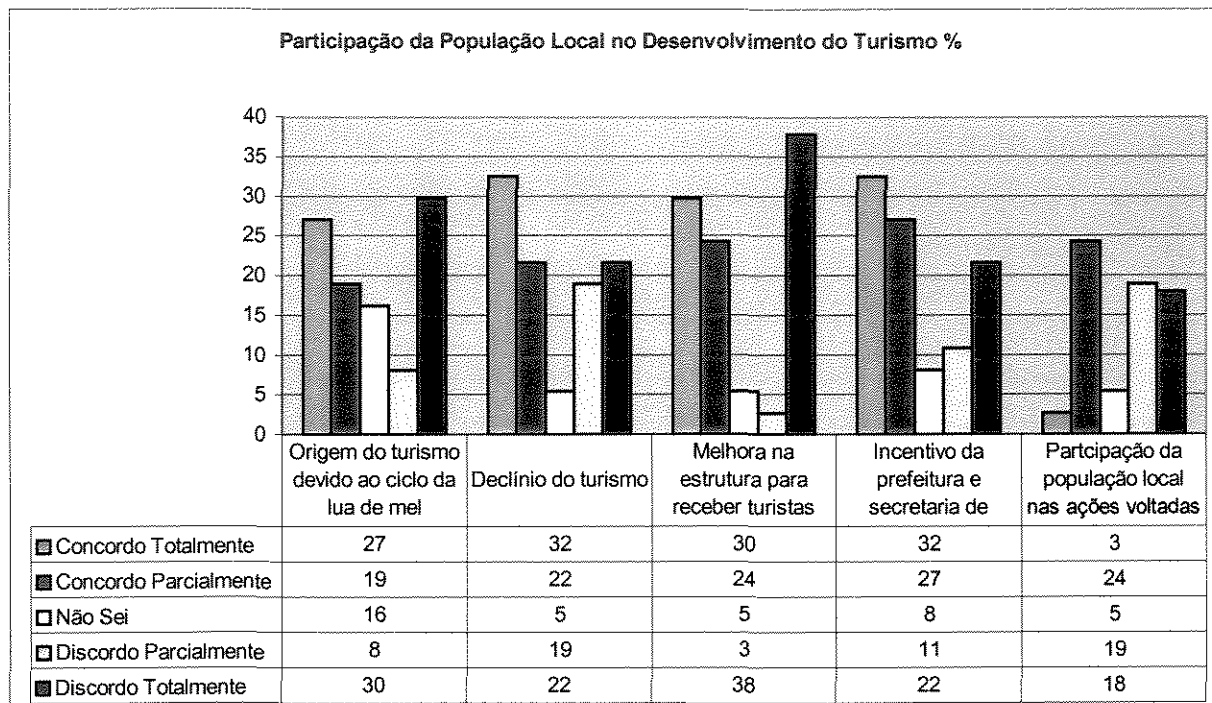
Mas não podemos também esquecer que essas inovações podem melhorar o lugar tanto para os turistas como para os residentes, fato este que é pouco considerado na opinião dos moradores mais antigos de Poços de Caldas. Pode-se destacar também, que a população poçoscaldense não tem um sentimento de estranhamento nesses lugares ocupados pelo turismo, pois ao longo de todo o tempo sempre tiveram que conviver com a atividade.

O lugar turístico evoluindo e se transformando por necessidades imposta pelas transformações do mundo vai ganhando novos significados dados pelo seu uso. O espaço em torno dos atrativos de Poços, passando por essas transformações, não significa que a cidade perde sua personalidade; a população local deverá buscar a personalidade do lugar, através da resistência, da busca da essência e da identidade deles com o lugar.

Mas o maior problema em Poços é que essas transformações nos lugares turísticos estão em falta, na opinião dos moradores entrevistados. Para eles, a cidade não está melhorando a estrutura para o receptivo. Mas na realidade houve um investimento, como por exemplo, a realização do Centro Vivo, um projeto de revitalização do centro de Poços de Caldas, melhorando a paisagem urbana através de intervenções urbanísticas.

O início desse projeto foi em novembro de 1993 através de um concurso nacional realizado entre Prefeitura e Instituto dos Arquitetos do Brasil, tendo como objetivo “a obtenção de soluções de planejamento, desenho urbano e paisagismo, dinamizando o uso e ocupação no centro da cidade” (Pozzer, 2001:131).

Gráfico nº 3.6: Participação da população local no desenvolvimento do turismo



Fonte: RODRIGUES, C.B. (2004).

As realizações foram obras viárias: restauração do Cassino da Urca, demolição da antiga rodoviária, transformação da área numa praça e a transferência e a padronização das barracas da feira de artesanato da Praça Pedro Sanches para outro local da área central.

Essa ação, além de melhorar a qualidade de vida e atrair a população de Poços para a área central, tinha também o objetivo de atrair um número maior de turistas

para a cidade. Mas esse investimento foi relativo para atividade turística, foi um projeto que se preocupou em melhorar a forma, a estética do centro, não sendo funcional para aumentar, melhorar e/ou qualificar os equipamentos turísticos.

Mesmo o poder público investindo na imagem, como tentativa para melhorar a qualidade do fluxo turístico, não mudou a opinião dos moradores do centro que, convivendo de perto com a prática turística, têm consciência e entendimento de que há carência no desenvolvimento do turismo em Poços. Os moradores arguem que há falta de investimento direto nos equipamentos turísticos, principalmente nos meios de hospedagem e nos atrativos mais visitados.

Arguem também que os hotéis, principalmente aqueles de administração familiar, não investem na sua estrutura, continuam limitados e com o mesmo padrão oferecido no início do processo turístico em Poços, ganhando espaço a hotelaria de rede na qual o capital arrecadado pelo turismo não fica somente no município, é distribuído em todas as localidades onde estão inseridos estes hotéis.

Os atrativos, principalmente os da área central, foram revitalizados pelo projeto Centro Vivo, mas deixam a desejar, porque ficam fechados em alguns finais de semana, períodos de alta visitação, refletindo na insatisfação do turista com o produto.

Todos esse efeitos negativos na estrutura turística da cidade, que são percebidos pelos moradores, poderão ser minimizados com a participação e a interpretação deles no planejamento turístico da cidade. Como afirma Goodey (2002: 93), a interpretação pode ser usada para conciliar a preservação de valores tão importantes como a renda proveniente do uso turístico.

Interpretar o lugar é analisar a utilização dele pela comunidade local e através dessa utilização que se deve formar o lugar turístico, considerando os valores e as relações sociais que a comunidade tem com o lugar, levando à possibilidade de um turismo desejável, que tem como objetivo “colocar em destaque as comunidades receptoras como importantes protagonistas no jogo do turismo, capazes de identificar o turismo desejável para suas localidades e trabalhar em prol de sua concretização (Seabra, 2003:103)”.

Essa participação da comunidade não pode ser confundida com consulta, ou participação seletiva, em que apenas os grupos que trabalham diretamente com

a atividade são, como no caso de Poços de Caldas, os que participam de reuniões, como artesões e donos dos estabelecimentos de hospedagem e alimentação².

A participação deve ser aberta para a comunidade na sua totalidade, com objetivo voltado para o planejamento e gestão do turismo, e também na identificação do tipo de turismo que os moradores desejam no local.

O reconhecimento de o atrativo turístico por parte da comunidade local também é importante para a sua valorização e conservação.

A comunidade local deve entender que o atrativo turístico é parte de sua história e um elemento de sua auto-estima, por isso são os mais autorizados a conservá-los, devendo ter consciência de que são objetos que fazem parte da sua identidade, podendo garantir sempre a fonte de renda provinda do turismo (Seabra, 2003:114).

As ações voltadas para o turismo deveriam levar em consideração a comunidade do local no desenvolvimento da atividade através de um planejamento interpretativo, consolidando a identidade dos moradores com o turismo que desejam.

Mas na realidade de qualquer destinação turística é muito difícil encontrar comunidade local atuando diretamente nas ações voltadas para a atividade. Elas não participam, são usadas apenas como “caricatura” ou como elementos culturais servindo de atrativo para os turistas e vendidas como mercadorias.

² Cabe lembrar, que só participam aqueles que são associados ao sindicato dos hotéis, restaurantes, bares e similares de Poços de Caldas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerações Finais

O estudo do turismo exige a superação de árduos obstáculos, uma vez que por ser um campo do saber inserido na dinâmica territorial global, ainda não possui métodos de análises apropriados, assim como apresenta alguns problemas epistemológicos a serem resolvidos.

Dessa forma o grande desafio surge quando percebe-se que para uma compreensão mais abrangente, o turismo depende da integração de outras áreas do conhecimento, tanto para a interpretação do objeto em estudo, como para tentar encontrar soluções aos problemas detectados. É nesse sentido que a geografia pôde trazer importante contribuição para o desenvolvimento da presente pesquisa sobre o turismo no município de Poços de Caldas.

Geralmente as pesquisas sobre turismo, principalmente àquelas vindas de outras áreas do conhecimento, mas sem uma perspectiva de integração, na sua grande maioria tem-se voltado apenas aos problemas causados pela prática, mas não mostram os caminhos para solucioná-los, sendo este o aspecto mais urgente na atualidade.

Na tentativa de buscar integrar diferentes saberes, o do turismo com o da geografia, interpretando a problemática de Poços de Caldas, através da contextualização histórico-espacial, constatou-se a ligação entre esses dois campos mostrando toda a dinâmica que envolve o fenômeno turístico no município.

A análise da prática turística em Poços de Caldas mostrou também que alguns aspectos negativos devem ser reestruturados em função da satisfação, convivência e aceitação da população anfitriã para com os aspectos positivos apresentados, os quais deverão por sua vez ser mantidos.

A análise realizada na pesquisa procurou confrontar a opinião dos moradores, do centro de Poços com a realidade da cidade inserida na dinâmica sócio-espacial do turismo.

O centro, historicamente pode ser compreendido como território de uso turístico, possuidor de lugares e equipamentos turísticos, e que trata-se de uma área que teve a exploração turística dominando seu campo de poder, desde o início do século XX.

Esse domínio levou a cidade a ser a pioneira no turismo de saúde no país e na América Latina. O termalismo e os cassinos sempre estiveram presentes na imagem da cidade de Poços de Caldas. Hoje a cidade passa por um período de estagnação, mas a “*belle époque*” do turismo ainda está presente na memória dos moradores, o que dificulta a aceitação deles com o tipo de turismo que hoje explora a cidade.

Essa estagnação do turismo não é devida à quantidade de turistas que visita Poços de Caldas, mas sim a má qualidade dos serviços turísticos oferecidos (hotelaria, atrativo...). A população anfitriã tem consciência que essa queda do turismo é devida à oferta turística da cidade e, que o tipo de demanda turística é compatível ao tipo de oferta.

Mas mesmo tendo programas, ações de incentivo ao turismo e contribuição do Fundo Municipal Pró-Turismo, as melhorias do poder público local, na percepção dos moradores, não estão resgatando Poços de Caldas no mercado turístico do termalismo brasileiro, justificando a ausência da cidade na competição com outros destinos.

Para tentar solucionar todos os aspectos negativos que foram detectados, seria importante a tentativa de inserir no desenvolvimento turístico local uma participação popular cidadã, onde a população anfitriã passasse a ser um dos agentes ativo desse processo, ou melhor, um agente do próprio desenvolvimento, sem necessariamente para isso precise descartar os setores empresariais e político que são de fundamental importância para o desenvolvimento da atividade.

Será então que um outro turismo é possível³?

Uma regionalização turística integrada entre os municípios do circuito da águas do sul de Minas Gerais deveria ser repensada em função da própria dinâmica da atividade e da reformulação das estratégias de desenvolvimento, impondo as principais dificuldades e obstáculos que esses municípios passam em relação ao turismo.

³ Título da obra organizada por Marutschka M. Moesch e Susana Gastal, na qual se encontram ricas idéias registradas por grandes acadêmicos que cada vez mais se dedicam à reflexão sobre o turismo.

A integração entre os municípios acontece parcialmente. Poços de Caldas, em relação aos outros municípios, tem um desenvolvimento turístico mais independente, é uma cidade mais industrializada, mais modernizada, incorporando novas funções.

Mas a integralização de Poços de Caldas com os demais municípios pode vir a retomar o lugar da cidade no mercado turístico do termalismo. Conforme Beni (2004:13), “um sistema integrador ágil e instrumentalizado deve ser capaz de conciliar as diversidades territoriais e as rivalidades intermunicipais numa mesma região, para a obtenção de maior equilíbrio e competitividade regional e para assegurar a correta aplicação dos investimentos públicos na super e na infra-estrutura de apoio ao turismo, para a promoção de um desenvolvimento ambiental, econômico, social e cultural, juntamente com a conseqüente e necessária orientação aos empreendimentos da iniciativa privada”.

A área central de Poços de Caldas, um território usado pelo turismo é ao mesmo tempo explorado por agentes externos e lugar de vivência da população anfitriã. No território de uso turístico, todo investimento é voltado para o turismo, tendo um outro tipo de comando, um outro tipo de uso, uma diferença de valor, uma disputa de poder.

A disputa entre os agentes do turismo e a população local gera a desterritorialização por parte de alguns moradores, pois o sentimento que os moradores têm com o centro é interrompido pelo uso turístico. A maior aceitação desse uso é por parte daqueles que trabalham diretamente com o turismo, dependendo economicamente da atividade.

A maior participação da população anfitriã como agente, e não apenas beneficiária do turismo, poderá contribuir para que Poços de Caldas tenha um melhor posicionamento no mercado turístico brasileiro.

Essa participação deve ser entendida como fortalecimento e habilidade de uma coletividade que tem interesse comum em um mesmo território. Esse processo envolverá a competência e a solidariedade existente entre a população, que tem do centro o seu lugar de existência e identidade. Estes passarão a ser agentes internos agenciando e gerenciando o uso turístico do território junto com os agentes externos que já atuam no campo de poder.

A população anfitriã tem um outro tipo de turismo em sua memória que é diferente do turismo praticado hoje em Poços de Caldas. Esse turismo que explora hoje a

cidade não incomoda o cotidiano desses que moram no território de uso turístico, pois essas pessoas têm uma cultura turística originada do processo histórico e da organização e formação sócio-espacial, na qual o turismo tem uma importante participação. Como ressalta Turra (2003:384), “a formação social é a condição da realização, sempre relativa ao lugar da história e, em idêntico sentido, do modo de produção”.

A população anfitriã identifica-se novamente com o turismo de Poços de Caldas, ao tentar resgatar um pouco das características que a cidade tinha na época do seu apogeu turístico. E isto poderá contribuir para a possibilidade de um turismo desejável.

Em primeiro lugar, foi detectado que é necessário melhorias a qualidade dos seus equipamentos turísticos. Os moradores conseguem ter essa visão perante a má conservação e a falta de modernização dos equipamentos de hospedagem, diferentes da opinião dos hoteleiros, que, na grande maioria, ainda continuam com a hotelaria familiar, não modernizando seu empreendimento, mantendo uma resistência em se libertar de costumes de épocas passadas, sendo que o turista que hoje vai a Poços de Caldas não está procurando o mesmo padrão de hospedagem do início do século XX. Essa resistência condiciona o baixo preço do produto que reflete o tipo de demanda que procura hoje Poços de Caldas.

Os atrativos da cidade passam pela mesma situação: os que não estão desativados ou interditados, estão em péssimas condições, não satisfazendo mais o turista.

A população anfitriã tem interesse no desenvolvimento turístico de Poços de Caldas. Além dos benefícios socioeconômicos gerados pelo turismo, esses moradores têm uma cultura turística, o turismo faz parte da cultura local, por isso, pode-se dizer que a aceitação e a boa convivência deles com a atividade justifica-se devido a todo processo histórico de Poços de Caldas.

Portanto, estabelecer meios que permitirão transformar a realidade do turismo de Poços de Caldas é adequar esses meios aos interesses e aspirações de quem nela vivem.

Pode-se dizer que a participação da população anfitriã no desenvolvimento do turismo não é utópica, pois já existe um programa de turismo nas escolas da rede municipal de ensino de Poços de Caldas que está em conformidade com a lei nº7.359 (consultar o apêndice da presente pesquisa), incluindo conteúdo programático de algumas

disciplinas do ensino fundamental, conteúdos estes que abrangem o entendimento do fenômeno turístico.

Outra possibilidade que poderá contribuir para a participação popular é a inclusão do terceiro setor na organização do turismo em Poços de Caldas. As organizações não-governamentais - ONG'S⁴ são vistas como representantes legítimas dos interesses da sociedade civil, se comprometendo com a sociedade e com a cidadania. Uma ação conjunta ligando ONG'S, Governo Local e Empresas Privadas poderão maximizar o envolvimento dos moradores, criando programas ou planos que valorizam a identidade, a memória e a interpretação que os moradores têm com o turismo. Nesses programas, cabe colocar em destaque os moradores como protagonistas nas ações e decisões no uso do território para o turismo, podendo assim identificar o turismo que é desejável para sua localidade, minimizando os efeitos negativos.

Os efeitos negativos do turismo têm uma grande chance de serem minimizados, quando, a princípio, há entendimento e participação da população anfitriã com a totalidade de fatores que envolvem a atividade turística. Como afirma Santos e Campos (2003:168), “para a redução dos efeitos negativos do turismo deve integrar de forma harmônica as necessidades dos turistas e os desejos da população local”.

A ligação dos agentes externos com uma população local conhecedora, ativa e integrada no processo do turismo abrirá novas possibilidades de retorno de Poços de Caldas no mercado turístico e, se possível, essa atuação da população anfitriã poderá também resgatar o turismo que desejam e que está em suas memórias.

Portanto, os obstáculos ao turismo foram apontados e agora se abrem caminhos para serem superados. A visão integrada da realidade exige que as informações dos entrevistados apontem a demanda das suas necessidades para, assim, poderem ser atendidas. Devem-se, também, integrar numa análise da realidade que contemple os setores como o empresarial e o político, tal como o poder público local.

Uma participação popular cidadã não deve excluir a contribuição de outros setores que envolvem o turismo, mas a participação da população anfitriã deve ser levada em consideração, pois essa participação, provavelmente contribuirá para a solução dos problemas causados pelo turismo. Nas palavras de Trigo (2004:104), “um outro turismo

⁴ Não foi detectada presença de ONG'S que executam tarefas voltadas para o turismo em Poços de Caldas.

será possível apenas em uma sociedade mais participativa. Capital e conhecimento são importantes nessa construção, mas a revalorização do humanismo é fundamental para que a vida seja preservada e dignificada”.

Termino, assim, esta pesquisa, não com uma resposta ou com uma solução definida e efetiva para os problemas do turismo da cidade de Poços de Caldas, mas com questões não respondidas para mim mesma. Espero que este trabalho levante em outros pesquisadores o desejo de avançar nessa busca desafiante de caminhos que possam ser trilhados para que se encontrem idéias, ações, determinações, que possam levar Poços de Caldas a se tornar detentora de um turismo inovador, nem igual ao do passado de jóias, nem igual ao que acontece atualmente, mas novo, com características criativas que contribuam para a estruturação da ainda “quase” ciência que é o turismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, M. G.; Cultura-invenção e construção do objeto turístico. **Espaço Aberto 3 – Turismo e Formação Profissional**. AGB/Seção Fortaleza/CE, 1998.
- ALMEIDA, M.G.; Refletindo sobre o lugar turístico no global. In: CORIOLANO, N.M.T.(Org); **Turismo com Ética**. Fortaleza: UECE, 1998.
- ALMEIDA, M. G.; Lugares turísticos e a falácia do intercâmbio cultural (mimeo).
- AULICINO, M. P.; **Turismo e Estâncias: impactos e benefícios para os municípios**. São Paulo: Editora Futura, 2001.
- BALBIM, R.N.; Região, território, espaço: funcionalização e interfaces. IN: CARLOS, A. F.A. (Org.); **Ensaio de geografia contemporânea Milton Santos: obra revisitada**. São Paulo: Edusp, 2001.
- BARBOSA, Y.M.; **O despertar do turismo: uma visão crítica dos não-lugares**. São Paulo: Aleph, 2001.
- BARRETTO, M.; **Turismo e legado cultural**. Campinas: Papirus, 2000.
- BARRETTO, M.; Produção científica na área de turismo. IN: MOESCH, M.M.; GASTAL, S.(Orgs.); **Um outro turismo é possível**. São Paulo: Contexto, 2004.
- BENI, M.C.; Um outro turismo é possível? A recriação de uma nova ética. IN: MOESCH, M.M.; GASTAL, S.(Orgs.); **Um outro turismo é possível**. São Paulo: Contexto, 2004.
- BENI, M.C.; **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Editora SENAC, 1998.
- BORTOLOZZI, A; **Educação ambiental e o ensino da geografia: bacias dos rios Piracicaba, Capivari e Jundiaí**. Tese de doutorado. FE/Unicamp, 1997.
- BORTOLOZZI, A. & PEREZ, F.A; Crise ambiental e a produção do espaço-lugar do não cidadão. In: **Boletim Paulista de Geografia – AGB**. Ano nº 76. São Paulo: AGB, 1999.
- BORTOLOZZI, A; Educación ambiental y acción social en el espacio urbano brasileño: uno estudio de caso. In: **IV Congreso Ibero Americano de Educación Ambiental**. Habana: Cuba, 2003.
- BOULLÓN, R. C.; **Planejamento do espaço turístico**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

- CARA, R.B.; Territorialidade e identidade regional no sul da província de Buenos Aires. In: SANTOS, M; SOUZA, M.A; SILVEIRA, M.L.(Orgs).; **Território, Globalização e Fragmentação**. São Paulo: Hucitec, 1994.
- CARLOS, A F.A; O consumo do espaço. In: CARLOS, A F.A. (Org): **Novos caminhos da geografia**. São Paulo:Contexto, 2001.
- CARLOS, A.F.A.; **O lugar no/do mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.
- CARLOS, A F.A; **A (re)produção do espaço urbano**. São Paulo: Edusp,1994.
- CASTELLS, M.; **A questão urbana**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- CASTROGIOVANNI, A.C.; Turismo e ordenação no espaço urbano. In: CASTROGIOVANNI, A C.:(Org); **Turismo Urbano**. São Paulo: Contexto, 2000.
- CORIOLOANO, L.N.M.T.; O desenvolvimento voltado às condições humanas e o turismo comunitário. In: CORIOLOANO, L.N.M.T.; LIMA, L.C.(Orgs); **Turismo Comunitário e Responsabilidade Socioambiental**. Fortaleza: EDUECE, 2003.
- CORRÊA, R.L.; Territorialidade e corporação: um exemplo. In: SANTOS, M.; SOUZA, M. A; SILVEIRA, M.L.(Orgs).; **Território, Globalização e Fragmentação**. São Paulo: Hucitec, 1994.
- CRUZ, R. C. A; Turismo, território e o mito do desenvolvimento. **Espaço e Geografia**. vol.3, nº1, jan-jun/1999.
- CRUZ, R. C. A; **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.
- CRUZ,R.C. A .; **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.
- FERRARA, L. A; Lugar na cidade: Conhecimento e Diálogo. In: SOUZA, M.A. (Org).; **Território Brasileiro – Usos e Abusos**. Campinas: Edições Territorial, 2003.
- FONSECA, A. A. M.; A emergência do lugar no contexto da globalização. **Revista de Desenvolvimento Econômico**. Salvador: Ano III, nº5, 2001.
- FONTES, E.O; LAGE, C.S.; Apropriação do espaço pelo turismo em Sauípe e seu impacto no desenvolvimento local. In: CORIOLOANO, L.N.M.T; LIMA, L.C.(Orgs); **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental**. Fortaleza: EDUECE, 2003.
- GOODEY, B.; Olhar múltiplo na interpretação de lugares. In: MURTA, S. M. & ALBANO, C. (Orgs): **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Território Brasília, 2002.
- HARVEY, D.; **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

- HERCULANO,S.; A qualidade de vida e seus indicadores. In: JACOBI,P.R.; FERREIRA,L.C.;LEIS,H.R.; **Ambiente e Sociedade**. Campinas: NEPAM/UNICAMP, Ano 1, nº2, 1º semestre de 1998.
- KNAFOU, R.; Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, A.B.(Org); **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Hucitec, 1999.
- LABATE, B. C.; A experiência do “viajante-turista” na contemporaneidade. In: SERRANO,C.; BRUHNS, H. T.; LUCHIARI, M.T.D.P.(Orgs): **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas: Papirus, 2000.
- LEFEBVRE, H.; **A revolução urbana**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.
- LEMOES, L.; Os sete mitos do turismo: a busca de alguns conceitos fundamentais. In: ALMEIDA. J.A; RIEDL, M. (Orgs): **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, 1998.
- LICKORISH, L.J. & JENKINS, C.L.; **Introdução ao turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- LUCHIARI, M.T.; Urbanização turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: SERRANO,C.; BRUHNS,H.T.;LUCHIARI, M.T.D.P(Orgs): **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas: Papirus, 2000.
- MARTINS, J.C.O; Cultura e cultura organizacional: pressupostos das ações no turismo. In: CORIOLANO, L.N.M.T.; LIMA, L.C.(Orgs); **Turismo Comunitário e Responsabilidade Socioambiental**. Fortaleza: EDUECE, 2003.
- MAYOL, P.; CERTEAU,M.; GIARDE,L.; **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- MEGALE, N. B.; **Memórias históricas de Poços de Caldas**. Poços de Caldas: Editora Sulminas, 2002.
- MENESES, U.T.B.; A paisagem como fato cultural. In: YÁZIGI, E.(Org); **Turismo e Paisagem**. São Paulo: Cotexto, 2002.
- MOLINA, S.; **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.
- MORIN, E.; **Ciência com Consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- NEVES, G.R.; Territorialidade, desterritorialidade, novas territorialidades (algumas notas). In: SANTOS, M.; SOUZA, M.A; SILVEIRA, M.L.(Orgs).; **Território, Globalização e Fragmentação**. São Paulo: Hucitec, 1994.

- OMT.; **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.
- ORTIZ, R.; **Um Outro Território**. São Paulo: Olho d' Água, 2000.
- PAGE, S.J.; **Transporte e Turismo**. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- PEARCE, D. G.; **Geografia do turismo: fluxos e regiões no mercado e viagens**. São Paulo: Aleph, 2003.
- POZZER, C.E.; **Poços de Caldas: a construção da paisagem urbana**. Dissertação de mestrado. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, 2001.
- RAFFESTIN, C.; **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Editora Ática, 1993.
- RODRIGUES, A.B.; Abordagem geográfica do espaço do turismo. In: CORIOLANO, N.M.T.(Org); **Turismo com Ética**. Fortaleza: UECE, 1998.
- RODRIGUES, A.B.; **Turismo e Espaço. Rumo ao conhecimento transdisciplinar**. São Paulo: Editora Hucitec, 2001.
- RODRIGUES, A. M.; Desenvolvimento sustentável e atividade turística. In: RODRIGUES, A.B.(Org): **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1997.
- SANTOS, AC.; CAMPOS, C. A.J.; Estratégias para o desenvolvimento sustentável do turismo. IN: CORIOLANO, M.T.; LIMA, L.C.(Orgs); **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental**. Fortaleza: EDUCE, 2003.
- SANTOS, M.; **Espaço e Método**. São Paulo: Nobel, 1997.
- SANTOS, M.; A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Edusp, 2002.
- SEABRA, L. Monitoramento participativo do turismo desejável uma proposta metodológica preliminar. In: MARINHO, A & BRUHNS, H (Orgs): **Natureza, lazer e turismo**. Barueri: Manole, 2003.
- SILVA, S.B.M.; Turismo como instrumento de desenvolvimento e redução da pobreza: uma perspectiva territorial. In: CORIOLANO, L.N.M.T; LIMA, L.C.(Orgs); **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental**. Fortaleza: EDUECE, 2003.

- SILVEIRA, M.L.; Da fetichização dos lugares à produção local do turismo. In: RODRIGUES, A. B.(Org): **Turismo. Modernidade. Globalização.** São Paulo: Hucitec, 1999.
- TRIGO, L.G.G.; Problemas e possibilidades do turismo brasileiro. IN: MOESCH, M.M.; GASTAL, S.(Orgs.); **Um outro turismo é possível.** São Paulo: Contexto, 2004.
- TRIGO, L.G.G.; NETTO, A. P.; Reflexões sobre um novo turismo: política, ciência e sociedade. São Paulo: Aleph, 2003.
- TRIGO, L.G.G.; **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo.** Campinas: Papirus, 1998.
- TRIGO, L.G.G.; **Turismo e qualidade: tendências contemporâneas.** Campinas: Papirus, 1996.
- TURRA, J.M.T.; Formação sócio-espacial, território e seus usos. IN: SOUZA, M.A(Org); **Território Brasileiro: Usos e Abusos.** Campinas: Edições Territorial, 2003.
- URRY, J. **O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas.** São Paulo: SESC/Studio Nobel, 2001.
- VITULE, M.L.L.; **Guia de viagem: cultura e mundo contemporâneo.** São Paulo: Unimarco Editora, 1999.
- YÁZIGI, E.; **A alma do lugar.** São Paulo: Editora Contexto, 2001.

www.bussolanet.com.br

www.camarapocos.mg.gov.br

www.embrapa.br

www.embratur.gov.br

www.fjp.gov.br

www.ibge.gov.br

www.mg.gov.br

www.planalto.gov.br

www.pocosdecaldas.mg.gov.br

www.stf.gov.br

www.undp.org.br

www.world-tourism.org

CD-ROM

IBGE.; Sistemas de Recuperação de Informações georreferenciadas. Rio de Janeiro, 2002.

Anexo

Questionário aplicado para a obtenção da opinião dos moradores em relação ao turismo em Poços de Caldas

Nome:..... **Idade:**.....

Sexo: Masc() Fem() **Naturalidade:**.....

Estado Civil: Casado() Solteiro() Divorciado() Viúvo() Outro:.....

Nível Escolaridade:..... **Formação:**.....

Ocupação Atual:.....

Endereço:.....

1- Qual é a sua opinião em relação à presença de turistas em Poços de Caldas?

Extremamente favorável ()

Pouco favorável ()

Pouca oposição()

Extremamente contrária()

Nem a favor nem contra()

2- Qual é o tipo de contato que você tem com o turista?

Não tem nenhum contato()

Tem algum contato()

Tem contato constante()

3- O que é turismo para você?

.....

.....

.....

.....

.....

LEGENDA:

CT: Concordo Totalmente
CP: Concordo Parcialmente
NS: Não Sei
DP: Discordo Parcialmente
DT: Discordo Totalmente

4- Opinião quanto aos benefícios econômicos causados pelo turismo?

OPINIÃO	CT	CP	NS	DP	DT
O turismo traz empregos					
O nível de vida cresceu					
Os preços aumentaram com o turismo					
O turismo beneficia um pequeno número de moradores					
Há dependência econômica relacionada ao turismo					
Na baixa temporada a renda diminui					
O turismo traz novos empregos					

5- Qual sua opinião em relação aos efeitos sociais causados pelo turismo?

OPINIÃO	CT	CP	NS	DP	DT
O turismo proporciona alternativas de lazer					
Melhorou o saneamento básico					
Melhorou o sistema de transporte					
Melhorou o sistema de energia elétrica					
Contribuiu para o aumento da criminalidade					
Melhorou o sistema de segurança					
Melhorou o sistema de moradia					
Melhorou o sistema de educação					
Melhorou o sistema de saúde					
As autoridades consideram a opinião dos residentes quando discutem sobre o turismo na cidade					
O turismo incomoda seu cotidiano no lugar onde mora					

6- Opinião dos moradores em relação aos efeitos culturais do turismo.

OPINIÃO	CT	CP	NS	DP	DT
O turismo modifica os costumes culturais					
O turismo incentiva o aumento das atividades culturais na cidade					
O turismo provocou a vulgarização das manifestações tradicionais na cidade					
Há uma integração sociocultural entre turistas e moradores					
Os costumes dos turistas alteram os costumes locais					

7- Opinião dos moradores em relação à participação da comunidade no desenvolvimento do turismo.

OPINIÃO	CT	CP	NS	DP	DT
Você concorda que o turismo teve origem em Poços de Caldas devido ao ciclo da lua de mel a partir de 1946?					
Você acha que o turismo em Poços está em declínio?					
A cidade de Poços vem melhorando a estrutura para receber turistas?					
A prefeitura e a secretaria de turismo tem incentivado o turismo em Poços?					
Você acha que a população local tem participado das ações voltadas para o turismo?					

Apêndice

Proc. 142/2003

Publicada no Jornal Folha Popular, em 12/06/2003.

LEI N. 7.359

Institui nas escolas da Rede Municipal de Ensino de Poços de Caldas, o conteúdo programático de "Turismo" e dá outras providências.

Faço saber que a Câmara Municipal aprovou e eu sanciono e promulgo a seguinte lei:

Art. 1º - As escolas da Rede Municipal de Ensino incluirão no programa das disciplinas de Estudos Sociais, História e Geografia conteúdo relacionado ao "Turismo".

Art. 2º - A inclusão deste conteúdo programático será destinado às crianças da pré-escola e de todas as séries do ensino fundamental.

Art. 3º - No ensino do conteúdo programático "Turismo", evidenciado nos artigos anteriores, devem ser salientados os seguintes aspectos:

- I. Valorização dos aspectos políticos, históricos, sócio-econômicos do Turismo, assim como, dos aspectos que evidenciam a contribuição dos indivíduos para o desenvolvimento do Turismo como fonte de recursos para a construção do País.
- II. Que o enfoque deste ensino seja sob o ângulo social e econômico e seus aspectos históricos, que contextualiza o desenvolvimento sócio-econômico da comunidade.
- III. Que o material didático para esta finalidade seja elaborado com base em dados reais, consultando, sempre que necessário, pesquisadores e organizações culturais.

Art. 4º - Os professores passarão por cursos de qualificação sobre os conteúdos a serem ministrados, organizados pela Secretaria Municipal de Educação.

Parágrafo único - O tema em pauta visa, sobremaneira, fazer com que os estudos sobre o "Turismo" contribuam para o resgate da importância desse fator econômico para a história do Município de Poços de Caldas.

Art. 5º - Revogadas as disposições em contrário, esta lei entra em vigor na data de sua publicação, passando a ser aplicada a partir do ano letivo de 2001.

Poços de Caldas, 27 de dezembro de 2000.

(as) Geraldo Thadeu Pedreira dos Santos
Prefeito Municipal

UNICAMP
BIBLIOTECA CENTRAL
SEÇÃO CIRCULANTE

Proc. 120/00

Publicada no Jornal da Cidade, em 28 de dezembro de 2000

LEI N. 6.981

Dispõe sobre a criação do Fundo Municipal Pró-Turismo, de sua Comissão Coordenadora e dá outras providências.

Faço saber que a Câmara Municipal aprovou e eu sanciono e promulgo a seguinte lei:

CAPÍTULO I

DO FUNDO MUNICIPAL PRÓ-TURISMO

SEÇÃO I

DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º - Fica o Poder Executivo autorizado a criar e instituir o Fundo Municipal Pró-Turismo, instrumento de captação e aplicação de recursos, com a finalidade de proporcionar apoio e suporte financeiro às ações municipais nas áreas de responsabilidade da Secretaria Municipal de Turismo.

Parágrafo único – A Secretaria Municipal de Turismo, em conjunto com a da Fazenda e com o Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, adotarão ações comuns no sentido de:

- I- definir mecanismos próprios de gerenciamento, registro e controle do Fundo Municipal Pró-Turismo;
- II- aplicar os parâmetros da administração financeira pública na execução do fundo, nos termos da legislação vigente.

SEÇÃO II

DA CONSTITUIÇÃO DO FMPT – FUNDO MUNICIPAL PRÓ-TURISMO

Art. 2º - O Fundo Municipal Pró-Turismo será constituído por:

- I- receitas de locação dos salões do Palace Casino;

- II- receitas provenientes das concessões e permissões dos diversos próprios municipais administrados pela Secretaria Municipal de Turismo;
- III- rendas provenientes da cobrança de ingressos para shows artísticos e eventos realizados nas dependências do Palace Casino e Complexo Cultural da URCA;
- IV- participação jamais inferior a 5% (cinco por cento) nas bilheterias em eventos realizados nas dependências do Palace Casino, sejam eles a que título forem, desde que promovidos pela iniciativa privada;
- V- rendas provenientes da cobrança de ingressos nos pontos de visitação turística da Estância.
- VI- rendas provenientes da aplicação de seus recursos no mercado de capitais;
- VII- rendas provenientes das Thermas Antônio Carlos e Balneário Dr.Mário Mourão;
- VIII- produto da arrecadação do ISSQN de bares, lanchonetes, restaurantes e diversões situadas nos recantos turísticos da Represa Bortolan, Represa Saturnino de Brito e Lindolpho Pio da Silva Dias;
- IX- taxas de realização de eventos como campeonatos de motocross, motonáutica, bicicross e no kartódromo municipal, quando houver cobrança de ingresso.
- X- O produto da arrecadação das taxas relativas à utilização do Terminal Turístico.
- XI- Doações, legados, subvenções e outros recursos que lhe forem destinados;
- XII- Dotações orçamentárias consignadas no Orçamento do Município, créditos especiais, transferências e repasses que lhe forem conferidos;
- XIII- Receita relativa à concessão do Terminal rodoviário do Município;
- XIV- 2% sobre a transferência do Fundo de Participação dos Municípios – FPM, feita ao Município pela União;
- XV- O produto da arrecadação do Teleférico e do Restaurante do Cristo Redentor nos seguintes casos:
 - a) a totalidade da arrecadação caso esses serviços passem a ser administrados pelo Município, após a reversão ao patrimônio público;

- b) 50% do valor da venda caso aquele patrimônio seja privatizado;
- c) valor a ser definido em lei própria, se aqueles serviços forem entregues à exploração por terceiros, mediante concorrência pública.

Parágrafo único – Os recursos descritos neste artigo, serão depositados em conta especial a ser aberta e mantida em instituição financeira oficial, sob a denominação de “Fundo Municipal Pró-Turismo”.

Art. 3º - As receitas do FMPT deverão ser processadas de acordo com a legislação vigente, sendo utilizadas em programas e projetos exclusivamente voltados ao turismo, a ser desenvolvidos pela Secretaria Municipal de Turismo.

SEÇÃO III

DA DESTINAÇÃO DOS RECURSOS DO FMPT

Art. 4º - Os recursos do FMPT serão exclusivamente aplicados em:

- I- pagamentos pela prestação de serviços a entidades conveniadas de direito público e privado, para a execução de programas e projetos específicos do setor do turismo;
- II- aquisição de material permanente, de consumo e de outros insumos necessários ao desenvolvimento dos programas diretamente ligados ao turismo;
- III- construção, reforma e ampliação dos próprios municipais administrados pela Secretaria Municipal de Turismo;
- IV- financiar total ou parcialmente programas de turismo através de convênios;
- V- desenvolvimento de programas de capacitação e aperfeiçoamento de recursos humanos na área do turismo.

§ 1º. A aplicação dos recursos do FMPT para quaisquer finalidades, fica condicionada ao comprovado atendimento do disposto no art. 7º, inciso II desta lei. (AC – Lei n. 7901, de 26/11/2003)

§ 2º. Os planos de aplicação dos recursos do FMPT deverão ser elaborados por sua Comissão Coordenadora no final de cada exercício, para vigorarem no subsequente e aprovados por Decreto até 31 de dezembro de cada ano. (AC – Lei n. 7901, de 26/11/2003)

§ 3º. Em decorrência do disposto nos incisos I e IV deste artigo, os convênios cujas previsões não estejam inseridas no orçamento do Fundo Municipal Pró-Turismo, somente serão celebrados mediante prévia abertura de crédito especial na forma e nos termos da legislação pertinente. (AC – Lei n. 7901, de 26/11/2003)

§ 4º. Para efeito do disposto nos incisos I a V deste artigo, nenhuma despesa será realizada se deixar de constar do orçamento do FMPT, nos termos do inciso I do art. 7º desta lei. (AC – Lei n. 7901, de 26/11/2003)

Art. 5º - O saldo positivo porventura existente no final de cada exercício financeiro, será transferido para o exercício seguinte, após sua apuração em balanço, a crédito do mesmo fundo.

Art. 6º - Obedecida a legislação em vigor, quando não estiverem sendo utilizados nas finalidades estabelecidas nesta lei, os recursos do FMPT deverão ser aplicados no mercado de capitais, cujos resultados a ele reverterão.

Art. 7º - Na aplicação dos recursos do Fundo Municipal Pró-Turismo, observar-se-á:

- I- as especificações definidas em orçamento próprio;
- II- os planos de aplicação e respectivos demonstrativos de recursos, por origem, observada a legislação orçamentária.

Parágrafo único – O orçamento e os planos de aplicação do FMPT, observarão rigorosamente as diretrizes traçadas pela Secretaria Municipal de Turismo, ouvida a Comissão Coordenadora.

SEÇÃO IV

DA COMISSÃO COORDENADORA DO FMPT

Art. 8º - Fica criada a Comissão Coordenadora do FMPT, integrada pelos Secretários Municipais de Turismo e da Fazenda, bem como pelo Diretor de Turismo e pelo Conselho Municipal de Turismo, a qual será presidida pelo primeiro.

Parágrafo único – Caberá à Comissão Coordenadora do FMPT, analisar e propor projetos e alternativas de programas, bem como acompanhar os projetos em andamento.

SEÇÃO V

DAS DESPESAS DE IMPLANTAÇÃO E DAS PRESTAÇÕES DE CONTAS

Art. 9º - As despesas decorrentes da implantação do FMPT correrão por conta de receitas oriundas do disposto no art.2º desta lei.

Art. 10 - A prestação de contas relativa à movimentação de recursos do FMPT, será encaminhada trimestralmente à Câmara Municipal, sob a forma contábil, acompanhada de relatórios explicativos.

Parágrafo único – A prestação de contas anual do Município, será integrada, ainda, pela prestação de contas do FMPT, tudo de conformidade com o disposto na Lei 4320/64, ou aquela que vier substituí-la, bem como pela legislação municipal.

Art. 10 A. O procedimento a que se refere o artigo anterior será acompanhado dos respectivos comprovantes de receitas, de despesas, bem como das transferências autorizadas por esta lei. (AC – Lei n. 7901, de 26/11/2003)

Parágrafo único. Os documentos de que trata o caput deste artigo, indicarão a exatidão dos relatórios emitidos, comprovando cada um dos lançamentos contábeis levados a efeito na conta do “Fundo Municipal Pró-Turismo. (AC – Lei n. 7901, de 26/11/2003)

CAPÍTULO II

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 11 - A regulamentação do FMPT e das atividades de sua Comissão Coordenadora, será baixada pelo Prefeito Municipal, por decreto, no prazo de 30 (trinta) dias contados da data de publicação desta lei.

Art. 12 - Revogadas as disposições em contrário, esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Poços de Caldas, 27 de julho de 1999.

@Geraldo Thadeu Pedreira dos Santos
Prefeito Municipal

Proc. 169/98

Publicada no Jornal da Cidade, em 28 de julho de 1999

Regulamentada pelo Decreto n. 6.344, de 31.08.99

Alterada pela Lei n. 7901/2003