

O “Vale do Turismo”: o processo de turistificação no município de Olímpia-SP.

DOI: 10.2436/20.8070.01.200

Luana Gonçalves Zaccarelli.

Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – Brasil.
E-mail: luanagzaccarelli@gmail.com

Rúbia Elza Martins de Sousa.

Doutora em Geografia pela Universidade Federal de Goiás. Professora efetiva do curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, unidade Dourados – Brasil.
E-mail: rubiaelza@gmail.com

Resumo: A atividade turística, assim como outras atividades econômicas, apresenta no bojo de seu desenvolvimento uma série de complexidades as quais se inter-relacionam ao longo de suas práticas, intervindo nos diversos ambientes em que o turismo é instituído. O processo de turistificação, resultado das relações complexas que envolvem o turismo, ocorre quando um território se volta intensamente para a prática turística, o que pode ocasionar uma série de impactos positivos e negativos para a localidade. Tomando como premissa a compreensão do conceito, este artigo tem por objetivo central analisar o processo de turistificação do Vale do Turismo, localizado no município de Olímpia-SP, de modo a compreender as transformações e a reestruturação territorial à qual a localidade está sendo submetida. Para atender ao objetivo geral, delinearam-se três objetivos específicos: realizar o levantamento das empresas ligadas ao *trade* turístico; analisar o processo de especulação imobiliária; analisar a visão dos moradores do Vale do Turismo em relação às transformações ocorridas na localidade. Os procedimentos metodológicos utilizados para alcançar os objetivos foram: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e pesquisa de campo, que foi caracterizada pela realização de entrevistas semiestruturadas, sendo que foram entrevistados dez moradores do Vale do Turismo e dois proprietários de imobiliárias. Os resultados apontam aspectos convergentes e divergentes com relação à percepção dos impactos gerados pelo turismo no Vale do Turismo e na cidade.

Palavras-chave: Vale do Turismo; turistificação; especulação imobiliária; impactos do turismo; Olímpia-SP.

1 INTRODUÇÃO

O processo da globalização contribuiu para o desenvolvimento de transportes e meios de comunicação, elementos estes essenciais para o desenvolvimento da atividade turística, pois dinamizou as possibilidades de ir e vir favorecendo a consolidação de destinos turísticos.

A atividade turística, por essência, se desenvolve no espaço, adentrando ao território da população local e, por conseguinte, utilizando dos equipamentos e serviços utilizados por estes, além de promover o confronto entre crenças, valores e tradições. A chegada da atividade turística pode afetar a economia local com a geração de emprego, com a especulação imobiliária, assim como o encontro do turista com o anfitrião é capaz de fortalecer a cultura local ou causar sérios impactos negativos.

A relevância do setor turístico vem acompanhada da capacidade de gerar renda que carrega consigo, sendo que essa característica impacta um local de maneira direta e indireta, através da criação de postos de empregos e possibilidades de melhorias nas condições de vida da população local. Os impactos também podem ser negativos quando o turismo causa danos ao território, como o excesso de turistas, promovendo a degradação ambiental, a poluição, problemas com o abastecimento de água ou energia, trânsito conturbado e *stress* na vida do morador local.

O presente artigo tem como objetivo geral analisar o processo de turistificação no “Vale do Turismo” – Olímpia/SP, de modo a compreender as transformações e a reestruturação territorial à qual a localidade está sendo submetida. Para responder a este objetivo, foram delineados três objetivos específicos, a saber: realizar o levantamento das empresas ligadas ao *trade* turístico que estão instaladas no “Vale do Turismo”; analisar o processo de especulação imobiliária decorrente do processo de turistificação; e analisar a visão dos moradores do “Vale do Turismo” acerca das transformações ocorridas na localidade.

O recorte geográfico desta pesquisa se deu, pois, o “Vale do Turismo” vem passando por um processo de turistificação, uma vez que parte significativa da infraestrutura turística do município concentra-se nessa localidade, como será possível verificar nos dados que serão apresentados ao longo do artigo.

O “Vale do Turismo”, abarca parte de cinco bairros, sendo eles: Jardim Santa Efigênia, Jardim Glória, Conjunto Habitacional Paulo Furquim, Parque das Águas e Distrito Industrial II. “Vale do Turismo” é o nome que foi criado e é muito utilizado pelos moradores de Olímpia. Esta designação originou-se pelo fato de que nesta localidade concentra-se a maioria dos empreendimentos turísticos, como outrora mencionado.

O estudo mostra-se relevante, uma vez que há poucas pesquisas que tratem sobre o município de Olímpia, cidade que tem se consolidado enquanto importante destino nacional e que, portanto, necessita de pesquisas acadêmicas que tragam o turismo, enquanto fenômeno econômico e social, para a centralidade da análise, promovendo assim uma mensuração acerca de como a atividade se apresenta hoje.

O presente artigo está estruturado da seguinte forma: no primeiro tópico tratou-se sobre a globalização e suas implicações no turismo; no segundo tópico o conceito de território foi apresentado, demonstrando sua relação com a prática turística; no terceiro tópico o *locus* da pesquisa é apresentado, de modo que é feito um traçado histórico para compreender como seu deu o processo de turistificação no “Vale do Turismo”; o quinto tópico diz respeito à discussão sobre a especulação imobiliária que vem ocorrendo na

localidade pesquisada; e o último tópico trata sobre o processo de turistificação do “Vale do Turismo”, a partir da ótica dos moradores da localidade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Globalização e Turismo

A globalização abriu um horizonte de estudos para as configurações e movimentos da sociedade contemporânea na medida em que se compreende que as dinâmicas atuais se dão em um cenário global, mas com interfaces do local, com suas respectivas peculiaridades em relação ao meio ambiente natural, aos elementos ligados à cultura, política e até mesmo à tecnologia.

O termo globalização é utilizado frequentemente nos meios de comunicação e passou a ser empregado a partir do final da década de 1980, substituindo as expressões internacionalização e transnacionalização (PRADO, 2003). Este termo, no que tange às suas aplicações práticas, é estudado até os dias de hoje por se tratar de um fenômeno que se apresenta e se efetiva de maneira multifacetada e, portanto, complexa.

Prado (2003, p. 9) define a globalização como “O processo de integração de mercados domésticos, no processo de formação de um mercado mundial integrado. Em vista desta definição, incluímo-nos, portanto, entre os defensores da ideia de globalização como fenômeno socioeconômico”.

Historicamente, o início da globalização se dá na fase conhecida como expansão marítima, iniciada pelos portugueses e, posteriormente, praticada também pelos espanhóis. Esse período é conhecido como grandes navegações, e ocorreu durante os séculos XV e XVI (ARANTES, 2018).

A vida do ser humano, antes da Revolução Industrial, acontecia majoritariamente nos campos, e embora as técnicas de domesticação de plantas e animais fossem frequentes, fazendo parte inclusive dos valores da população, o espaço não sofria grandes alterações decorrentes dessas práticas. Milton Santos (2001) em seu livro “A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo. Razão e Emoção”, define esse período como Natural.

Já no século XVIII, com a Revolução Industrial, o fenômeno da globalização continua ganhando espaço, dados os avanços tecnológicos, a industrialização dos países, a urbanização, dentre outras mudanças no tecido social. Ademais, Arantes (2018) cita a Segunda Guerra Mundial (1939-1945) como um evento que fortaleceu as bases da globalização, visto que promoveu a interligação, de forma mais profunda, dos sistemas de comunicação e informática em todo mundo.

Ainda segundo Milton Santos (2001), com o aprofundamento das dinâmicas inicia-se o período conhecido como Técnico, e os espaços naturais começam a ganhar características artificiais com a presença de maquinários que se sobrepuseram às forças naturais, atribuindo ao ser humano novas possibilidades, como o cultivo do solo, onde os alimentos passaram a ser manipulados por máquinas. O comércio, por sua vez, também se tornou cada vez mais presente e necessário.

Após a Segunda Guerra Mundial, houve um marco que influenciou profundamente a vida da humanidade, que foi a internet. Essa ferramenta foi capaz de conectar o mundo através de redes, além de partilhar conhecimentos e, pela primeira vez, Santos (2000) afirma que, nos anos 1970, os países de terceiro mundo

presenciaram esse fenômeno, diferente dos períodos anteriores, onde as mudanças ocorreram apenas em lugares mais desenvolvidos.

Além da internet, também ocorreram diversas invenções, dentre elas o sensoriamento remoto, que surgiu com a criação de instrumentos de fotografia aérea (aerofotogrametria), sendo estes muito utilizados durante a Segunda Guerra Mundial para mapear a superfície do território inimigo, tornando assim o alvo mais certo. Com esse recurso, áreas como a cartografia, os transportes, o planejamento rural e urbano, a energia, a comunicação e análise de recursos se fortaleceram (PENA (s/d).

Esse período de intensas mudanças no campo tecnológico, Santos (2001, p. 159) denomina como o período Técnico-científico-informacional, descrevendo-o da seguinte maneira:

[...] uma profunda interação da ciência e da técnica, a tal ponto que certos autores preferem falar de tecnociência para realçar a inseparabilidade atual dos dois conceitos e das duas práticas. Essa união entre técnica e ciência vai dar-se sob a égide do mercado. E o mercado, graças exatamente à ciência e a técnica, torna-se um mercado global.

Por meio de pesquisas científicas passou a ser possível a utilização de matérias-primas criadas em laboratório, passou a haver a disponibilidade de novos recursos e segmentos como metalúrgica, automobilística e farmacêutico. Ressalta-se que os avanços no transporte, fruto desse desenvolvimento tecnológico, facilitaram a mobilidade de pessoas, favorecendo a atividade turística.

Os feitos do período Técnico-científico-informacional, além de contribuir com o desenvolvimento e fortalecimento do turismo, no sentido de deslocamento, também facilitou a propagação da informação, segmentando assim os lugares que são ou não turísticos.

As relações sociais também foram afetadas, pois as dinâmicas dos territórios mudaram, passando de lugares naturais, para ambientes industrializados (DIAS, 2016). As empresas e pessoas que detêm o conhecimento de ciência e tecnologia saíram na frente, excluindo muitas vezes os mais desfavorecidos.

O turismo está implicado nesse contexto da globalização, entretanto já se considera um consenso entre os pesquisadores da História do Turismo em fazer a separação da evolução deste fenômeno, alguns fatores são aceitos como marcos histórico no desenvolvimento da atividade turística. Destacam-se aqui três deles: o Grand Tour, as peregrinações durante a Idade Média e a figura de Thomas Cook (CISNE, GASTAL, 2010).

Outro marco importante, foi a primeira viagem coletiva da história do turismo, organizada por Thomas Cook na Inglaterra em 1871. Após essa excursão, que foi realizada em parceria com seu filho, foi fundada a agência *Thomas Cook & Son*, que ofertou o primeiro pacote turístico incluindo hospedagem, alimentação, transporte e guia, norteando o conceito de viagem organizada (COLANTUONO, 2015).

A expedição de Thomas Cook foi fundamental para o desenvolvimento da atividade turística, evidenciando a importância que a Revolução Industrial teve, ao proporcionar recursos que contribuíram para o deslocamento e viagens seguras, como os trens a vapor.

Outro fator relevante para o desenvolvimento do turismo diz respeito ao tempo de descanso que os trabalhadores dispunham para as atividades de lazer. Embora férias anuais e finais de semana remunerados façam parte da jornada de trabalho atual, esse direito foi adquirido através de luta por parte do proletariado, uma vez que a jornada de trabalho correspondia de doze a quatorze horas e, em alguns casos, chegava até mesmo a dezesseis horas diárias, tornando-se fatigante e desgastante. O surgimento das férias se deu durante a Revolução Industrial, através da luta dos sindicatos e do movimento de massa dos trabalhadores que reivindicavam tais direitos, de modo que, no século XIX, houve a conquista histórica (HASS, 2019).

Com a nova lei em vigor, a maneira com que o ser humano se relacionava com o trabalho, casa e o lazer, se modificou, abrangendo práticas que até então só existiam no imaginário. O tempo de descanso remunerado contribuiu para que as viagens fossem um produto de desejo e, segundo Hass (2019), após gozar de férias e diversão, o trabalhador retorna mais produtivo e disposto, além de adoecer menos.

A globalização tem uma relação simbiótica com a atividade turística, dado que o turismo se posiciona desde sua origem como uma atividade econômica, e faz parte de sua essência o deslocamento no espaço, e a globalização, por sua vez, flerta com a flexibilização comercial entre os países e união de blocos econômicos.

Segundo Barbacena (2012), é indiscutível que o turismo é um dos maiores setores do mundo, visto por muitos como a maior expressão do crescimento da globalização. Esse setor é oportuno para todas as nações do mundo, independente do grau de desenvolvimento, uma vez que, em muitos casos, é considerado um importante pilar para o desenvolvimento e crescimento econômico.

O autor supracitado defende a ideia de “globalização do turismo”, afirmando que sua ocorrência se deu devido ao acelerado processo econômico que potencializou as relações de empresas com o exterior. As pessoas envolvidas nesse processo tiveram maior conhecimento dos destinos e, quando as empresas turísticas se globalizam, acabam reforçando seu papel no mundo.

O crescimento gradual e consistente da atividade turística se deu pela ocorrência de alguns fatores, a saber: liberação de fronteiras; geração da desregulamentação doméstica; ampla oferta de transportes; acessibilidade mundial; instalações locais e regionais, como estabelecimentos de redes de hotéis, operadoras de viagem, restaurantes, agências, dentre outros serviços turísticos; e investimento maciço de capital.

O turismo, da forma como é praticado e conhecido hodiernamente, está fundamentalmente difundido ao modelo imposto pela globalização. Corroborando esta discussão, Soares (2007) afirma que a intensificação crescente de fluxos turísticos e as fronteiras flexíveis a favor da interação do turista com o território, ocorrem devido ao fácil acesso ao transporte e a informação que chega aos potenciais alvos através da tecnologia, implicando desta forma, a prática do capitalismo, e reafirmando que, por natureza, o turismo é uma atividade econômica.

Para Fonteles (1999), o lugar do turismo dentro da globalização se faz presente no rompimento de barreiras e flexibilização burocrática para que seja possível ingressar em diversos países, fazer viagens mistas, incluindo virtual, graças aos meios de comunicação e divulgação. O turismo é atribuído como uma necessidade da sociedade pós-moderna, sendo assim, os mercados disputam, em escala global, a preferência dos turistas.

Neste sentido, Beni (2003, p. 17), traz importante contribuição para esta discussão quando afirma que a globalização do turismo é resultante, principalmente, dos seguintes fatores:

Aumento da liberalização do comércio mundial, incorporação de novas tecnologias como a informática e as telecomunicações, integração horizontal e vertical das empresas de turismo, difusão territorial do consumo e flexibilização do trabalho nos diversos setores produtivos, incluindo o próprio setor do turismo.

O comércio interligado que funciona a partir de importação e exportação de bens, a presença de novas tecnologias que estão constantemente se reinventando, atuam na comunicação e propagação de produtos, incluindo o setor do turismo, fazendo com que empresas parceiras e o próprio território sejam flexibilizados.

Os meios de transportes promoveram o deslocamento de pessoas para fora de seus lugares habituais, garantindo, assim, a possibilidade de conhecer os destinos de forma mais ampla, rápida e segura. Junto ao serviço de transporte, uma cadeia de novos produtos e serviços se desenvolveu, e logo o setor turístico passou a ser visto como uma ferramenta para alcançar novos patamares de competitividade, reforçando, assim, a caracterização de um setor econômico capaz de atrair serviços e produtos, considerados oferta, e estimular a demanda (SOARES, 2007).

Desta forma, o setor turístico é visto como uma das mais importantes atividades econômicas do atual capitalismo. Dentre os principais componentes do segmento, estão os transportes aéreo, marítimo e terrestre, que atendem de forma regular e não regular, as agências e agentes de viagens; meios de hospedagem; infraestrutura e serviços de alimentos e bebidas.

Sendo assim, a atividade turística impacta diretamente na economia através da diversidade produtiva de um destino. Têm-se setores-chaves, que são atividades diretamente ligadas ao turismo, assim como as citadas acima. Entretanto, há movimentação econômica em setores secundários, conhecidos como setores indiretos que, por sua vez, acabam se beneficiando com a presença do turista, como serviços ligados à saúde, empreendimentos que comercializam produtos de primeira necessidade, serviços de beleza e estética, dentre outros. Essa relação comercial fortalece a geração de renda do destino e promove a geração de empregos.

O desenvolvimento do turismo em determinada localidade pode promover o processo de turistificação de um território. Neste processo, o mercado interno direciona seus investimentos para os segmentos que atendem ao mercado turístico e, por consequência, a zona turistificada da cidade recebe mais infraestrutura e espaços de lazer em prol de melhor receber o visitante, tornando o território ainda mais valorizado.

A cidade, como um todo, não necessariamente recebe o mesmo investimento, afinal o turista não circula por toda a cidade, evidenciando, assim, uma melhoria seletiva dentro de um território considerado turístico, que, por sua vez, atende à população local como gerador de empregos, mas que não garante acessibilidade ou flexibilização para a população desfrutar das atividades de lazer e entretenimento que o turismo oferece.

2.2 Território do Turismo: reflexões sobre o processo de turistificação

O termo território ganha diversos significados e sentidos a depender do contexto e da área de estudo em que é empregado. Desta forma, segundo o geógrafo Marcelo Lopes de Souza (2000, p. 78), território se configura como “[...] um espaço delimitado por e a partir de relações de poder”. A formação de um território se dá a partir de um grupo de indivíduos que compactuam do mesmo governo, sistema econômico e cultura.

Esse complexo conceito abarca questões que se voltam à compreensão do espaço a partir das relações de poder que neles se efetivam, bem como dos elementos culturais, políticos, econômicos e ambientais que dão o tom das relações sociais e que, por conseguinte, constroem as territorialidades¹.

Para Haesbaert (2007), o ser humano é territorial, portanto, o território está diretamente vinculado às relações de dominação e apropriação do espaço exercida pela sociedade, e o território pode inspirar a identificação para aqueles que têm o privilégio de usufruir o espaço, e todos os traços que o compõe, reforçando, além da identificação positiva, a apropriação.

Esse conceito pode ser compreendido por três principais vertentes, sendo elas: a política, que trata da percepção de pertencimento e domínio sobre o lugar; a cultural, onde a identificação social e do espaço acontece; a econômica, em que o território é entendido como palco entre classes sociais e a relação de trabalho (HAESBAERT, 2007).

Oliveira (2020), defende que o território é uma entidade imaterial que se revela com a cultura, difundindo um conjunto de crenças, mitos, valores e experiências que produzem a ideia de pertencimento, no que diz respeito a práticas e formas de expressões. Tal afirmação ilustra e reforça a relação entre território e cultura.

Nota-se que o território está atrelado ao pertencimento e carrega consigo características culturais, físicas, econômicas e políticas, características essas que a população pertencente, com base nas suas raízes e crenças, estabeleceu. Com o advento da globalização, em que a importação e exportação acabou compartilhando com o mundo os mesmos produtos, houve intercâmbio de culturas, favorecendo o consumo de produtos e bens oriundos de outras partes do mundo.

No cenário de um destino turístico, ocorre uma queda de fronteiras culturais que acontecem no encontro do turista com os moradores locais que, segundo Gomes (2013), na maioria das vezes se dá pelo turista sobre o morador local. Essas questões se estabelecem, sobretudo, entre pessoas provenientes de lugares economicamente centrais em relação a pessoas de lugares interioranos ou considerados periféricos. As alterações sociais surgem decorrentes dessa aproximação, demandando atenção aos valores tradicionais daquele povo, sugerindo minuciosa análise por parte dos estudiosos referente aos benefícios e/ou malefícios causados.

Quando um território passa a ter característica receptiva, na maioria dos casos em consequência de um atrativo turístico, há territorialidades antagônicas que ora se contrapõem e, por vezes, se sobrepõem, a do morador e a do outro, o turista. Como afirma Ouriques (2003), enquanto o território tem perfil de lazer para o turista, para o

¹ A territorialidade é um fenômeno social que envolve indivíduos que fazem parte do mesmo grupo e de grupos distintos. Há continuidade e descontinuidade no tempo e no espaço; as territorialidades estão intimamente ligadas a cada lugar: elas são influenciadas pelas condições históricas e geográficas de cada lugar (SAQUET, 2009, p. 88 apud Ferreira 2014, p.130).

morador é o local habitual, onde se exerce o trabalho e as demais atividades da vida cotidiana.

As relações antagônicas de sobreposição turísticas se dão no modo como o turista se comporta e interage no território receptivo e causam impacto na vida dos moradores locais. Os turistas estão em momento de lazer, despreocupados com o horário, rotina, trânsito e normalmente estão munidos de poder aquisitivo, fatos que podem implicar diretamente na vida do residente quando a cidade, em período de alta temporada, recebe grande demanda de turistas, o que pode provocar problemas no abastecimento de água, intensificação do tráfego de veículos motorizados, problemas com a limpeza da cidade, sobretudo, nas áreas centrais, deixando assim a cidade suja, estressante.

Nesses períodos pode ocorrer a perda de privacidade, devido à quantidade excessiva de fotos tirada pelos turistas, além da supervalorização daquela região, aumentando o preço de produtos de primeira necessidade, valorização e consequente aumento no valor de imóveis localizados em áreas consideradas turísticas, obrigando, assim, os moradores a se afastarem.

Dessa forma, a comercialização do território e, portanto, a relação entre o turista e comunidade local, pode ser nociva quando ocorre a apropriação desordenada do território. Nesses casos, conforme Conceição (2019), a população local se nega a aceitar o turismo por entenderem o turista como um inimigo, e responsável por desdobramentos negativos. Normalmente, essa relação social se dá em destinos cujo fluxo de viajantes é intenso.

Todavia, quando há planejamento e participação da população na elaboração de políticas públicas, programas e projetos vinculados direta e indiretamente ao desenvolvimento do turismo, a cultura local tende a ser respeitada e reafirmada, legitimando os valores da população.

Conceição (2019) afirma que existem cidades onde o fluxo intenso de turistas é praticamente ininterrupto ao longo do ano todo, tornando, assim, o dia a dia dos moradores desagradável, com ruas tomadas por visitantes, congestionamento intenso, assim como o comércio e o setor de serviço. Com isso, cresce no morador uma sensação de hostilidade frente a essa exploração.

Knafou (2001 p. 70, 71), ao relacionar turismo e território, observa três tipos de evidências que dão origem ao processo de turistificação, sendo eles:

São os turistas que estão na origem do turismo. Essa afirmação, que pode tomar a forma de um truísmo, bem que merece ser lembrada, é que, hoje em dia este aspecto das coisas é tanto esquecido como minimizado, tão grande é o desejo de não colocar na dianteira somente as duas outras fontes de turistificação dos lugares.

O mercado é a segunda fonte de criação de lugares turísticos. Com esta segunda fonte, hoje principal, a origem reside na concepção e na colocação de produtos turísticos, e não mais, diretamente, nas práticas turísticas em si.

A terceira fonte: planejadores e promotores “territoriais”. Que se trate de iniciativas locais, regionais ou até mesmo nacionais, estas iniciativas apresentam a característica comum de serem fundamentalmente ligadas a um lugar.

Os agentes que atuam no mercado têm responsabilidade no processo e origem da turistificação dos territórios, definindo, assim, os novos destinos turísticos, estimulando e direcionando a oferta como o produto final ao consumidor, intrinsecamente pela relação comercial (KNAFOU, 2001).

Para Serra (2019), a turistificação dentro de um território está diretamente ligada ao modelo capitalista que busca a produção máxima. Desta forma, se aprofunda a relação de apropriação do espaço através do produto turístico. Majoritariamente, a apropriação do espaço é feita através da iniciativa dos agentes de mercado, ao identificar um campo favorável para investir.

A turistificação trabalha com as relações de poder dentro dos territórios, tornando-o, assim, um território turístico e quem dá essa relação são os empresários ao moldarem a economia voltada ao setor. Devido a isso, a população local é imersa na realidade de receber visitantes, e o território, enquanto conceito, evidencia essas questões.

Deste modo, o território está diretamente ligado à instituição de relações de poder e pode ser entendido como o acúmulo de elementos ligados à cultura, política e economia que, juntos, formam uma identidade local. Assim sendo, a turistificação, enquanto a materialização do controle do território pelo turismo, apresenta-se como importante na compreensão desse cenário complexo que envolve a presença de pessoas fora do seu local habitual e que trazem consigo costumes e hábitos.

3 METODOLOGIA

3.1 *Locus* de pesquisa

Olímpia encontra-se na região do Aquífero Guarani, no noroeste do estado de São Paulo, a 430 km da capital paulista. Com população estimada em 55.130 habitantes (IBGE, 2020), o município possui a economia baseada na agroindústria e comércio. O turismo se apresenta como uma importante atividade e se destacou com a expansão dos parques aquáticos termais ali localizados, tornando-se a principal atividade econômica.

3.2 Procedimentos metodológicos

Esta pesquisa se caracteriza de cunho qualitativo, uma vez que a preocupação centrou-se não em levantar dados com representatividade numérica, mas, sim, em aprofundar a compreensão de uma realidade social. Segundo Silveira e Córdova (2009), a abordagem qualitativa caracteriza-se por centrar-se na explicação e compreensão de aspectos da dinâmica social.

De acordo Ada Dencker (1998, p. 125), “[...] toda pesquisa requer uma fase preliminar de levantamento e revisão da literatura existente para a elaboração conceitual e definição de marcos teóricos”. Assim sendo, na primeira etapa deste estudo foi realizado o levantamento bibliográfico, a fim de proporcionar embasamento teórico às discussões que seriam realizadas.

Para o desenvolvimento deste estudo utilizou-se a pesquisa documental, que se caracterizou pela consultada a documentos disponibilizados pela prefeitura do município de Olímpia (Plano Diretor, Plano Diretor de Turismo do município de Olímpia, Inventário Turístico), bem como documentos disponíveis no arquivo público da cidade.

Na última etapa desta pesquisa foi realizada uma atividade de campo no município de Olímpia, caracterizada pela aplicação de entrevista semiestruturada, cujo objetivo foi analisar o processo de especulação imobiliária decorrente da turistificação e analisar a visão dos moradores do “Vale do Turismo” acerca das transformações ocorridas no bairro do local.

Foram entrevistados moradores do “Vale do Turismo” que participaram do processo de turistificação ao longo dos últimos 30 anos, assim como as imobiliárias. Ao todo foram entrevistadas 12 pessoas, sendo 10 moradores do “Vale do Turismo” e dois proprietários de imobiliárias.

Os entrevistados que residem no “Vale do Turismo” foram selecionados através de indicações realizadas por residentes do município. Salienta-se que, em virtude do cenário de pandemia da Covid-19, o trabalho de campo tornou-se mais complexo, de modo que as indicações trouxeram mais fluidez ao desenvolvimento desta etapa da pesquisa.

As imobiliárias foram selecionadas levando em consideração as seguintes questões: uma delas localiza-se na Avenida do Folclore, bairro Santa Efigênia, ao lado do Parque Aquático Thermas dos Laranjais, atuando, portanto, no “Vale do Turismo”, com o foco voltado para os imóveis de temporada. A outra imobiliária está localizada no centro da cidade, na Rua David Oliveira, e foi selecionada para esta pesquisa dada sua trajetória no município, pois atua há 32 na localidade, sendo umas das mais antigas. Iniciou suas operações no dia 25 de agosto de 1988, ou seja, antes da construção do parque Thermas dos Laranjais já trabalhavam com imóveis, sendo assim, foram capazes de mensurar o panorama geral do mercado imobiliário antes e depois da chegada do turismo.

Abaixo seguem os roteiros de entrevista que foram utilizados para a coleta de dados juntos aos interlocutores.

Quadro 1: Roteiro das questões de entrevista para os empresários do ramo imobiliário

1	Há quanto tempo atua no setor imobiliário?
2	Qual é o perfil das pessoas que procuram imóveis no “Vale do Turismo”?
3	Há variações no valor dos imóveis localizados nos bairros que compõem o “Vale do Turismo” em relação aos demais que sejam considerados do mesmo padrão? Quanto?
4	Nos últimos anos houve variação no valor dos imóveis no “Vale do Turismo”?
5	Acredita que o desenvolvimento do turismo no bairro foi responsável por alterar o valor dos imóveis?
6	Parte dos bairros que compõem o “Vale do Turismo” ainda são residenciais, existe algum projeto de expansão dos empreendimentos turísticos na localidade?
7	Para você, qual foi a reação dos moradores locais, com a chegada do turismo na região dos parques?
8	A chegada de empresas e turistas, mudou de forma positiva ou negativa a apropriação de Olímpenses em imóveis localizados nos bairros que compõem o “Vale do Turismo”?

9	Sua empresa já vendeu lotes de moradores locais nos bairros que compõem o “Vale do Turismo”? Caso sim, esses lotes continuam com a função residencial ou transformaram-se em empreendimentos ligados direta ou indiretamente ao turismo?
---	--

Fonte: Zaccarelli; Sousa, 2020.

Quadro 2: Roteiro das questões de entrevista para os moradores do “Vale do Turismo”

1	Nasceu em Olímpia? Caso não, há quanto tempo reside no “Vale do Turismo”?
2	Qual sua idade?
3	Acompanhou o processo de desenvolvimento turístico da cidade de Olímpia?
4	Poderia mencionar as mudanças que ocorreram no seu bairro por causa do desenvolvimento do turismo?
5	O que você acha das mudanças que aconteceram no bairro nos últimos anos? Teve algum impacto no seu dia a dia?
6	Quando o turismo se estabeleceu, notou algum impacto econômico na vida da população?
7	Você conhece moradores que mudaram do bairro devido à expansão dos empreendimentos no entorno dos parques? O que essas pessoas dizem a respeito dessas mudanças que ocorreram?
8	Qual sua visão em relação ao turismo local?
9	Qual foi a maior transformação na vida do morador de Olímpia com o desenvolvimento do turismo?

Fonte: Zaccarelli; Sousa, 2020.

Desta forma, visando atingir o objetivo proposto para este estudo, os procedimentos metodológicos supracitados foram utilizados, de modo que foi possível confrontar a realidade empírica, coletada por meio dos procedimentos de pesquisa de campo e aplicação de entrevistas, com as discussões teóricas e conceituais.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Turistificação de Olímpia

Ao longo do tempo é natural o processo de transformação e mudança, assim sendo, as urbes seguem essa dinâmica, e o município de Olímpia se reinventou passando de uma cidade agrícola, cuja renda se baseava nos ciclos, majoritariamente, do café, da laranja e da cana de açúcar, para uma cidade que ocupa uma posição importante no cenário turístico mundial, uma vez que um de seus atrativos ocupa o 3º lugar no ranking de visitação global (PANROTAS, 2018).

Em julho de 2014, foi sancionado, pelo então governador do estado de São Paulo, Geraldo Alckmin, a lei nº 15.536 (ALESP, 2014), que transformou o município de Olímpia em Estância Turística. Tal título proporciona recursos financeiros para o município, e esses são advindos do Departamento de Apoio ao Desenvolvimento dos

Municípios Turísticos – DADETUR, órgão ligado à Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo. Estes recursos, obrigatoriamente, devem ser destinados a obras para melhorias em infraestrutura e desenvolvimento.

O processo que deu origem ao turismo na região ocorreu no ano de 1950, quando a Petrobrás empreendeu uma operação a fim de encontrar petróleo naquela região. A empresa furou um poço profundo, mas encontraram apenas águas com temperaturas que variavam entre 26°C e 38°C (RODRIGUES, 2017). A perspectiva de águas quentes não foi promissora para a Petrobrás, entretanto, aos olhos de um visionário morador da cidade, despertou-se o interesse de criar um clube recreativo. No entanto, este interesse foi considerado inviável pela população.

Benito Benatti foi o idealizador da criação de um clube de recreação, e trazia como proposta utilizar as águas termais. Porém, antes da ideia ser posta em prática, foi suspensa por vinte e nove anos, de modo que as águas termais ficaram esquecidas até serem aproveitadas como fonte de abastecimento para o Thermas dos Laranjais em 1987 (RIBEIRO, 2018).

Neste ano, um grupo de empresários e fazendeiros se uniram para a criação do clube, usando o recurso das águas termais, a fim de proporcionar lazer aos moradores locais. Trinta anos depois, o pequeno clube se tornou o parque aquático Thermas dos Laranjais, que atualmente se configura como o principal vetor do turismo na cidade.

O Thermas dos Laranjais possui, em seu complexo, aproximadamente 50 atrações, ocupa o 44º lugar no *ranking* de maiores parques aquáticos do mundo, sendo o 5º parque aquático mais visitado no mundo, segundo os últimos relatórios *Theme Index* que foram divulgados em 2018 e 2019. Abastecido pelas águas quentes do Aquífero Guarani, as temperaturas das piscinas do parque variam entre 26°C a 38°C. O parque aquático Thermas dos Laranjais, possui capacidade para receber 20 mil visitantes por dia, sua infraestrutura conta com restaurantes, lanchonetes, vestiários, armários, ambulatório e suporte de salva-vidas, segundo o *site* do empreendimento (THERMAS DOS LARANJAIS).

A cidade de Olímpia conta com outros dois atrativos turísticos consolidados, sendo eles: Parque Aquático *Hot Beach* e o Parque Temático Vale dos Dinossauros. Com aproximadamente doze atrações, o Parque Aquático *Hot Beach*, conforme consta no *site* do empreendimento, conta com infraestrutura de restaurantes, salva vidas e guarda-volumes (HOT BEACH OLÍMPIA). Segundo o relatório *Theme Index* (2019), o *Hot Beach* foi o 9º empreendimento, do seu segmento, mais visitado na América Latina.

O Vale dos Dinossauros foi inaugurado em agosto de 2019, e está instalado em uma área de 6 mil m². O parque possui 38 dinossauros animatrônicos, cinema 3D, *playground*, área de escavação e lanchonete, segundo consta no *site* do atrativo (VALE DOS DINOSSAUROS, OLÍMPIA).

Além do turismo de lazer, o segmento de turismo cultural também se mostra evidente em Olímpia, uma vez que o município recebeu o título de Capital do Folclore, pois realiza há 56 anos o Festival do Folclore, reunindo grupos folclóricos de diversos estados do Brasil.

O festival é detentor de alto prestígio, tanto em nível regional quanto nacional e, em razão disso, foi consagrado a Olímpia o título de “Capital do Folclore”, instituído pela Lei Federal Nº 13.566/2017. Devido ao fato de o Festival do Folclore ser um evento consolidado, bem como pelo título que foi estabelecido por lei, compreende-se que o segmento de turismo desenvolvido em Olímpia, de acordo com a classificação do Ministério do Turismo (2010), é o cultural, pois o município, além de se caracterizar pelos parques aquáticos, trata-se também de um destino cultural.

Para Benatti (2018), Olímpia passou por um rápido processo de turistificação e consequente consolidação do turismo como uma relevante atividade econômica para o município. Essa transformação se deu em um rápido movimento, uma vez que, até a década de 2000, a cidade possuía seis hotéis e hoje, segundo informações obtidas no Inventário Turístico do município (2020), caminha para a oferta de mais de vinte e três mil leitos.

O termo turistificação tem sido usado a nível nacional e internacional com a finalidade de indicar as transformações ocorridas no espaço, em função do desenvolvimento da atividade turística. Segundo Serra (2019), é possível observar que em algumas localidades há o direcionamento específico para o turismo, atendendo, sobretudo, aos interesses mercadológicos.

Nota-se que existe uma relação entre a abordagem territorial turística e o processo de turistificação do espaço, pois ambos são apropriados pelos agentes público, econômico e social. Em se tratando do processo de turistificação, a partir de uma abordagem territorial, Fratucci (2008, p.53) utilizando Haesbaert (2007) como aporte teórico para a compreensão do conceito de território, afirma que “o processo de turistificação dos espaços [...] compreende tanto o processo de apropriação simbólica de trechos do espaço pelo turista (...), como o processo de dominação pelos agentes econômicos e pelos agentes de governo”.

O conceito de turistificação auxilia na compreensão do processo de transformação, bem como da realidade da região do “Vale do Turismo” em Olímpia (*locus* deste estudo), uma vez que há 20 anos a localidade se configurava como território rural.

Com pouca infraestrutura e baixa oferta de empregos, de modo que o turismo, que se configura como fenômeno social, cultural e econômico, o município de Olímpia trouxe profundas mudanças territoriais, mudanças essas que se deram através da apropriação simbólica de diversas porções do território, que foram re-significadas tanto pelos agentes de governo e econômicos, quanto pelos próprios turistas que passaram a circular e trazer novos sentidos e práticas para o local.

Tal concepção revela o território como uma categoria geográfica importante na análise desse processo, considerando-se a atuação dos seus agentes e suas estratégias de apropriação ou dominação de porções territoriais. Neste sentido, Ignarra (2002) afirma que os agentes do turismo compreendem o turista, os prestadores de serviço, a comunidade e o governo, enquanto que Knafou (1996), tratando especificamente da turistificação do território, aponta que os agentes deste processo são os turistas, o mercado e os planejadores e promotores territoriais.

Com o objetivo caracterizar o “Vale do Turismo”, localidade que passou – e ainda tem passado – pelo processo de turistificação, mostrou-se relevante realizar o levantamento das empresas ligadas ao *trade* turístico que ali estão instaladas. Para tanto, utilizou-se os dados do Inventário da Oferta Turística de Olímpia que foi publicado em 2020.

Desta forma, de posse do Inventário Turístico, foi realizada uma filtragem dos dados, visando coletar informações acerca dos empreendimentos do *trade* turístico que se localizam nos limites territoriais do “Vale do Turismo”, como é possível observar no quadro 3.

Quadro 3 – Levantamento das empresas ligadas ao *trade* turístico

Segmentos	Empresas
Atrativos Turísticos	3 atrativos - Parque Aquático Thermas dos Laranjais; - Parque Aquático <i>Hot Beach</i> - Parque Temático Vale dos Dinossauros
Lazer e entretenimento	1 empresa de passeio de automotor
Hospedagem	6 hotéis
	1 <i>flat</i>
	5 pousadas
	6 <i>resorts</i>
Agência	9 agências
Operadora de Turismo	3 operadoras
Alimentos e bebidas	12 bares/lanchonetes
	4 cafeterias/docerias
	4 churrasarias
	2 lojas de conveniência
	1 padaria
	2 pizzarias
	9 restaurantes
7 sorveterias/açaíterias	
Comércio diferenciado ²	5 comércios diferenciados
Eventos	1 serviço para eventos
	1 empresa organizadora de evento
	2 espaços para eventos

Fonte: Inventário da Oferta Turística de Olímpia (2020)
Organização: Elaboração própria (2020).

² Baseado no inventário do Ministério do Turismo como “serviços de equipamentos e apoio”. São eles: empresa de produção de suco; galeria de compras, papelaria personalizada; franquias de doces.

Identificou-se que das 359 empresas que constam no Inventário Turístico do município, 84 delas estão localizadas no “Vale do Turismo”. Outro dado relevante é o de que todos os *resorts* da cidade estão localizados no “Vale do Turismo”, sendo assim, dos 23 mil leitos disponíveis, 14.659 estão circunscritos na localidade, ou seja, mais da metade dos leitos disponíveis se concentram nesta região.

Os dados supracitados confirmam a fala de Frattuci (2008), no qual se refere aos agentes do processo de turistificação, onde a disponibilidade de recursos turísticos na região é exponente em relação às demais áreas da cidade que não esteja envolvida diretamente na atividade turística.

Nesse sentido, percebe-se que a cidade de Olímpia teve um direcionamento territorial voltado à atividade turística, atendendo, principalmente, às demandas do setor. Serra (2019), reforça essa questão quando diz ser possível observar, em algumas localidades, o direcionamento específico para a atividade turística.

Esse direcionamento gera impacto na vida do morador local, uma vez que este é beneficiado em curto prazo. Contudo, a longo prazo, com a profissionalização do setor, o mercado se torna mais exigente, de modo que demandando mão de obra qualificada, podendo assim afugentar os moradores, superfaturar o valor de cestas básicas e farmácias, tornando-se um lugar hostil aos locais.

Reflexões e discussões sobre os impactos oriundos da atividade turística nos diferentes ambientes são importantes para apontar propostas visando minimizar os impactos negativos e aperfeiçoar os impactos positivos. É importante esclarecer que o turismo não apenas traz impactos negativos, existem diversos benefícios em desenvolver a atividade turística e é por este motivo que a atividade deve ser bem conduzida e planejada.

Segundo Ruschmann (2000, p. 34), os impactos “[...] são consequência de um processo complexo de interação entre os turistas, as comunidades e os meios receptores”. Impactos podem ser positivos ou negativos, entretanto, é necessário planejamento a fim de maximizar os positivos e minimizar os negativos.

Ademais, o impacto da atividade vai além das questões acima mencionadas, pois com a consolidação da atividade turística, a valorização do território, enquanto bem material, vem como consequência, de modo que os moradores locais são visados por construtoras e empresários, os quais tem por objetivo a construção de novos empreendimentos que atendam ao turismo, questão que será tratada a seguir.

4.2 A turistificação com vetor de especulação imobiliária

O “Vale do Turismo” passou, em vinte anos, de um território rural, com práticas ligadas à ruralidade, para um território urbano e turistificado, o que implicou na sobreposição de práticas sociais e culturais, bem como na transformação, no que tange aos aspectos ligados ao meio ambiente natural. Pode-se dizer que, juntamente com o crescimento do turismo, vem o aumento dos impactos por ele gerados.

Uma das implicações e características no que se refere ao processo de turistificação do território é a especulação imobiliária, dada a valorização que o turismo é capaz de promover nas porções do território onde sua prática se dá de maneira intensa. Deste modo, Santos (2008, p. 106 apud Coriolano, Barbosa 2010, p.5) explica que:

A especulação imobiliária deriva, em última análise, da conjugação de dois movimentos convergentes: a superposição de um sítio social ao sítio natural; e a disputa entre atividades

ou pessoas por dada localização. A especulação se alimenta dessa dinâmica, que inclui expectativas. Criam-se sítios sociais, uma vez que o funcionamento da sociedade urbana transforma seletivamente os lugares, afeiçoando-os às suas exigências funcionais. É assim que certos pontos se tornam mais acessíveis, certas artérias mais atrativas e, também, uns e outras, mais valorizados. Por isso, são as atividades mais dinâmicas que se instalam nessas áreas privilegiadas; quanto aos lugares de residência, a lógica é a mesma, com as pessoas de maiores recursos buscando alojar-se onde lhe pareça mais conveniente, segundo os cânones de cada época, o que inclui a moda.

Com o objetivo de compreender esse processo, foram realizadas entrevistas com os proprietários de duas imobiliárias da cidade de Olímpia. Assim sendo, quando questionados acerca do perfil de pessoas que procuram imóveis no “Vale do Turismo”, observou-se convergência entre as respostas, pois para ambos entrevistados o perfil de pessoas que têm interesse na localidade é o da classe média. O objetivo destes indivíduos, segundo os interlocutores, é o de construir apartamentos ou casas de temporada nos terrenos. Ademais, há procura por apartamentos na modalidade fracionado ou cota imobiliária.

Interessante observar que, de acordo com os entrevistados, o valor dos imóveis que estão localizados no “Vale do Turismo”, é em média 60% mais elevado que o mesmo padrão de imóvel em outros lugares da cidade, ou seja, quanto mais próximo do “Vale do Turismo”, mais valorizado. Nos últimos anos houve uma valorização de mais de 300% devido à grande procura para construção de comércio, restaurante e hotel e, em alguns casos, houve valorização de 2.000%. (IMOBILIÁRIA 2, 2020).

Em contexto similar, Coriolano, Barbosa e Sampaio (2010, p. 47), explicam que:

O crescimento da economia do turismo impacta diversos setores da economia, especialmente o imobiliário, simbolizado pela construção de megaempreendimentos hoteleiros e equipamentos de lazer que, por sua vez provocam danos ambientais, além do que contribuem para concentrar riqueza, causando, conseqüentemente, disfunções e esgarçamentos do tecido social.

Fica evidente, portanto, que a valorização do local acontece efetivamente, quando a atividade turística funciona de forma ativa, uma vez que cada casa ou terreno presente no entorno se torna alvo de empreendedores que visam investir em negócios rentáveis, diversificando, assim, o turismo.

A Imobiliária 1 aponta que: “O maior fluxo de crescimento está acontecendo em áreas não habitadas”. Diante dessa afirmação, percebe-se que a cidade está em plena expansão e a área comercial em crescimento. Tem-se observado a seguinte dinâmica: aqueles que residem em localidades valorizadas, a exemplo do “Vale do Turismo”, têm recebido propostas para venda dos imóveis, por parte de agentes do mercado, de modo que, ao realizarem a venda, adquirem imóveis com padrão mais elevado, em relação ao que tinham, mas em bairros afastados.

Nota-se que os investimentos em turismo estão estreitamente relacionados à especulação imobiliária e, de forma significativa, afeta a população local, pois os terrenos em determinados locais alcançam um alto valor comercial. Entretanto, o ganho é a curto prazo, pois esses indivíduos muitas vezes não dispõem de consciência do real

valor de seu patrimônio, dessa forma, observam tal negócio como uma oportunidade de investimento em uma vida melhor (OLIVEIRA, 2005). Corroborando com a fala de Oliveira, de acordo com os dois interlocutores, o desenvolvimento do turismo alavancou os negócios e trouxe oportunidades para a cidade.

Devido à expansão dos empreendimentos no “Vale do Turismo”, segundo um dos interlocutores, a administração alterou o Plano Diretor do município, em relação à categorização dos bairros comerciais e residenciais (IMOBILIÁRIA 2, 2020), no entanto, o Plano Diretor do município foi consultado, mas não foi encontrada referência ao que foi mencionado pelo interlocutor.

Quando incitados sobre a apropriação de Olimpienses em imóveis localizados no “Vale do Turismo”, o interlocutor da Imobiliária 2 afirma que 70% da população da cidade sobrevive através do turismo e a relação entre imobiliárias e moradores é algo saudável, uma vez que não existe a pressão para que vendam, e os moradores vêm essa hipótese como uma oportunidade.

Nesse sentido, de acordo com Serra (2019), o mercado e o Estado estão presentes no processo de turistificação e, na realidade, encontrada no *locus* desta pesquisa, observa-se essa presença constante no desenvolvimento do turismo.

Desta forma, o aumento no valor dos imóveis, gerado pela especulação imobiliária, e melhoria na infraestrutura, agregou valor a zona turistificada da cidade. Diante das informações repassadas pelos interlocutores, observa-se que há mais investidores com interesse em abrir o seu negócio do que espaço disponível, de forma que essa lei da oferta e demanda, que regula o mercado, tem beneficiado os agentes de mercado ligados ao setor imobiliário.

4.3 O Processo de Turistificação sob o olhar do morador

Diante das questões outrora tratadas, é possível observar alguns impactos que vêm ocorrendo no “Vale do Turismo”, impactos estes que estão diretamente ligados ao processo de turistificação do território, que implica na transformação do mesmo, bem como na vida da população que ali vive. Assim sendo, compreendeu-se a necessidade de dar voz à comunidade local nesse processo de investigação e análise das transformações e a reestruturação territorial que ocorreu, e vem ocorrendo, no “Vale do Turismo”.

Foram realizadas dez entrevistas com moradores da cidade de Olímpia, em específico, dos bairros que compõem o “Vale do Turismo”. As entrevistas foram feitas no período de dezanove de outubro de dois mil e vinte e três de outubro de dois mil e vinte, de forma presencial. Dos dez entrevistados, dois foram homens e oito mulheres, sendo que, destas pessoas, apenas duas não nasceram na cidade de Olímpia. A faixa etária média dos interlocutores é de 50 anos e aqueles que não são naturais do município moram há cerca de 40 anos, ou seja, acompanharam o processo de transformação da cidade rural a Estância Turística.

Quando incitados sobre o fato de terem acompanhado o processo de desenvolvimento turístico no município de Olímpia, os interlocutores, em sua maioria, afirmam que é possível observar com clareza as mudanças que vêm ocorrendo ao longo do tempo, como afirma o entrevistado 9 (2020) “[...] consigo ver bem o que era Olímpia antes do turismo e o que é Olímpia hoje”. Para um dos entrevistados, as mudanças foram favoráveis em todos os aspectos, seja na infraestrutura, geração de empregos e valorização dos imóveis (ENTREVISTADO 6, 2020).

Observou-se unanimidade de respostas em relação às consequências da atividade turística na vida dos moradores, pois, segundo todos os entrevistados, antes do desenvolvimento do turismo, Olímpia era uma cidade rural, movida economicamente pelas atividades de agricultura pecuária e por indústrias. De acordo com os relatos colhidos, identificou-se que o “*trabalho na roça*” era comum, as casas eram feitas de madeira, saneamento básico era precário, existia dificuldades no acesso à água e energia e as ruas eram estreitas e sem pavimentação. Neste contexto, Lage, Milone (2000) afirmam que “economias pequenas” derivadas da agricultura, em vez de ser estimuladas pelo turismo, podem ser substituídas por ele, fato esse evidente na cidade de Olímpia.

Em face do exposto, pode-se afirmar que, para os entrevistados, há uma sobreposição dos impactos positivos aos negativos em Olímpia-SP. No entanto, faz-se importante ponderar que, para além dos impactos positivos que o turismo traz, há questões que trazem implicações negativas em diversos destinos turísticos, como também no município de Olímpia. Na maioria dos municípios considerados turísticos, assim como Olímpia, é possível identificar os seguintes impactos negativos: aumento de preço de produtos de primeira necessidade durante o período da alta temporada que compreendem: janeiro, fevereiro, julho, dezembro e feriados prolongados; superlotação dos equipamentos de apoio ao turismo; superlotação de empresas do *trade*, mas que são muito utilizadas por moradores locais, a exemplo de bares e restaurantes; escassez de água, entre outros.

Uns dos principais impactos negativos decorrentes do turismo é o fato de que grande parte dos turistas não apresentam interesse em se integrar com a população local, sendo essa uma característica principalmente do turismo de massa. Ao contrário de se integrarem, os turistas acabam formando grupos (guetos) próprios que facilitam a segregação da população local (OMT, 2001).

Além disso, outro efeito negativo é constatado através do efeito demonstração, no qual os moradores locais observam as culturas dos turistas presentes em sua cidade e, muitas vezes, aqueles que apresentam um nível econômico baixo tendem a achar sua cultura “pobre” e, ao tentar copiar a cultura do turista, comprometem a sua própria (OMT, 2001). As principais diferenças que potencializam os impactos socioculturais entre moradores e turistas são as diferenças na crença religiosa, nos costumes, nos estilos de vida, entre outros.

Neste sentido, Stuart Hall (2005, p. 13) afirma que:

O sujeito pós-moderno transforma-se em um indivíduo descentrado e sem identidade engessada e “a identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam.

Contudo, apesar dos impactos negativos citados, é possível notar os impactos socioculturais positivos em locais onde o turismo foi planejado. Sabe-se que destino de Olímpia-SP não foi planejado para o turismo, de modo que as ações de planejamento têm se dado concomitante ao desenvolvimento turístico, assim como ocorre na maior parte dos destinos brasileiros, entretanto é possível observar algumas melhorias, como mencionado pelos entrevistados.

O interlocutor 4 apresentou uma questão interessante quando fez o seguinte comentário: “Como sempre tem empreendimentos sendo construídos, vem muita gente de fora trabalhar aqui, portanto o ramo da alimentação e hospedagem também cresce”. Desta forma, observa-se que, mesmo de maneira indireta, a atividade turística tem contribuído para o fortalecimento do *trade* turístico, beneficiando os agentes de mercado.

Sabe-se que a atividade turística é, por natureza, submetida à sazonalidade e a força de trabalho pode ser importada e o motivo, geralmente, é a falta de mão de obra qualificada, sendo assim a demanda por habitação aumenta, juntamente com o transporte e outros produtos, somado à disputa de interesses da população local. A falta de mão de obra qualificada pode causar uma série de problemas para as empresas, ou seja, o serviço prestado com má qualidade pode resultar na insatisfação do cliente, que deixará de recomendar aos seus conhecidos.

De acordo com os relatos dos interlocutores, é comum os moradores do “Vale do Turismo” receberem propostas por parte de imobiliárias para a venda de terrenos e imóveis. Neste contexto, o entrevistado 5 faz a seguinte afirmação: “Meus pais tinham uma chácara e foi vendido todo espaço para fazer um empreendimento turístico. Para nós essa proposta foi uma oportunidade pois agora moramos em um lugar melhor” (ENTREVISTADO 5, 2020).

O entrevistado 7 (2020) reforça essa boa relação quando afirma: “O impacto financeiro que o turismo trouxe foi um sucesso, hoje eu vivo disso. O turismo aumentou o preço de tudo, e isso foi bom porque as casas que valiam pouco, hoje valem muito”.

Com a chegada do turismo e o conseqüente processo de turistificação pelo qual o “Vale do Turismo” foi submetido, tornou-se claro o interesse dos proprietários fundiários, portanto as falas dos interlocutores corroboram com a fala de Corrêa (1989, p. 16 apud Coriolano, Barbosa, 2010, p.6):

Os proprietários de terras atuam no sentido de obterem a maior renda fundiária de suas propriedades, interessando-se em que estas tenham o uso que seja o mais remunerador possível, especialmente uso comercial ou residencial de status. Estão particularmente interessados na conversão da terra rural em terra urbana, ou seja, têm interesse na expansão do espaço da cidade na medida em que a terra urbana é mais valorizada que a rural. Isto significa que estão fundamentalmente interessados no valor de troca da terra e não no seu valor de uso.

De fato, foi possível observar o interesse na conversão de território rural em território urbano, pois familiares e conhecidos dos interlocutores vivenciaram essa realidade, os mesmos desconheciam o real valor de troca e, hoje, essas áreas são as mais valorizadas do município.

Quando incitados sobre os impactos que ocorreram em decorrência da chegada do turismo, nove entrevistados apontaram o mesmo aspecto: a geração de empregos. Muitos trabalhavam em lavouras e usinas e, hoje, a grande maioria sobrevive do trabalho diretamente ligado ao turismo.

Chama atenção a fala da entrevistada 2 (2020) que diz: “se não tivesse o turismo, hoje o bairro ia continuar o mesmo”. Observou-se que a interlocutora compreende que ocorreram mudanças oriundas do desenvolvimento do turismo, no entanto, foi possível observar a falta de conhecimento da interlocutora em relação à atividade turística e a todo o processo de turistificação que ocorre no seu bairro. Fato relevante é que o conjunto de bairros onde encontra-se inserido o “Vale do Turismo”, é de bairros periféricos, entretanto os moradores são menos esclarecidos com relação ao funcionamento e importância da atividade turística.

Ao se tratar da visão em relação ao turismo local, houve unanimidade entre as falas, uma vez que todos os interlocutores dispõem da mesma ideia que é a de que o turismo proporciona para Olímpia diversos aspectos positivos, sendo eles: geração de empregos, valorização imobiliária, melhora no aspecto paisagístico e de infraestrutura da cidade, novas oportunidades de negócios. Nesse contexto, o entrevistado 1 (2020), ressalta “que [o desenvolvimento do turismo] aumente mais e nunca pare”, demonstrando a satisfação com as benesses que o turismo trouxe para o município.

Diante das informações supracitadas, identificou-se que a vida do morador do “Vale do Turismo” sofreu diversas transformações após a inserção do turismo, transformações essas que extrapolam as questões ligadas ao viés puramente econômico, mas estão ligados à vida, ao ser e não apenas ao ter, a exemplo da entrevistada 7 (2020), quando cita: “mudei como pessoa, era muito tímida e hoje atendo com muita tranquilidade. O turismo me transformou”.

Contudo, os interlocutores salientaram os benefícios que a atividade turística proporcionou a eles, suas famílias e na infraestrutura da cidade. Sobretudo, é possível observar que os aspectos positivos se sobressaem nas falas, mesmo sabendo que o município de Olímpia-SP não foi planejado para o turismo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da análise do processo de turistificação do “Vale do Turismo”, foi possível compreender as transformações e a reestruturação territorial à qual a localidade está sendo submetida, sendo este o objetivo central desta pesquisa.

Salienta-se a necessidade de prosseguir as análises de cunho qualitativo no âmbito do processo de turistificação e os impactos por ele causados na região do “Vale do Turismo”, para melhor averiguar tais questões. É perceptível que o turismo é visto como um promotor de melhorias na produção e distribuição de renda, porém pode provocar grandes transformações na vida da comunidade local, sejam elas negativas e/ou positivas.

Em face do exposto, observa-se que os maiores empreendimentos, sejam hoteleiros ou do ramo alimentício, encontram-se no “Vale do Turismo”, apresentando assim uma relação sólida com os ambientes que envolvem a prática turística nesta região.

A partir das entrevistas foi possível perceber que, de maneira geral, os entrevistados que compuseram o universo de investigação estabelecem-se no município há mais de 40 anos, apresentando, assim, uma relação sólida com a prática turística na região. Observa-se que todos os entrevistados mencionaram que a geração de empregos proporcionada no destino foi o principal impacto gerado pelo turismo.

No que tange à especulação imobiliária, observa-se que, com a consequência do processo de turistificação e a consolidação da atividade turística, o território foi valorizado enquanto bem material em toda a cidade, principalmente no “Vale do

Turismo”, onde empresários visam a compra de terrenos para construção de novos empreendimentos.

Diante de tais explanações, percebe-se que, em meio à análise do processo de turistificação no “Vale do Turismo” na região de Olímpia-SP, e na correlação entre teoria e prática, tanto os aspectos positivos quanto os negativos permeiam a atividade turística nesta região. Assim, pesquisas como esta visam propiciar bases para a compreensão da atividade turística nos diversos destinos espalhados pelo território nacional e internacional. É importante ressaltar que esta pesquisa não pretende esgotar as possibilidades de estudo, mas ampliar o universo de investigação acerca da atividade turística na região de Olímpia-SP.

REFERÊNCIAS

ARANTES, Beatriz. **Globalização: o que é, fases, características e mais.** 2018. Disponível em: <<http://stooicms.wpengine.com/blog/2018/04/12/o-que-e-globalizacao/>>. Acesso em 20 de abril. 2020.

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2014. Disponível em: <<https://www.al.sp.gov.br/norma/173313>> . Acesso: 07/11/2020.

BARBACENA, Hugo Alexandre Pereira. **A globalização do turismo e a competitividade dos destinos turísticos.** Lisboa: Instituto universitário de Lisboa, 2012.

BARBOSA, Luciana Maciel; SAMPAIO, Camila Freire. Veraneio, turismo e especulação imobiliária no Porto das Dunas-litoral cearense. **Aportes y Transferências**, v. 14, p. 43-58, 2010.

BENATTI, Benito. Uma trajetória vitoriosa. Olímpia. **Folha da região**, 08 de julho, 2018. Disponível em: <https://ifolha.com.br/ler_noticias.php?id_j=21861&titulo=Benito%20Benatti:%20uma%20trajet%C3%B3ria%20vitoriosa>. Acesso 05/08/2020.

BENI, Mário Carlos. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira.** São Paulo: Aleph, 2003.

BRASIL. **LEI Nº 13.566/2017 de 21 de dezembro de 2017.** Fica conferido ao Município de Olímpia, no Estado de São Paulo, o título de Capital Nacional do Folclore. Presidência da República. Secretária-Geral. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13566.htm>. Acesso em 24/09/2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do turismo e o mercado.** Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CISNE, Rebecca; GASTAL, Susana. Turismo e sua história: discutindo periodizações. **Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul.** Caxias do Sul-RS. (Julho, 2010), 2010.

CONCEIÇÃO, Renan Augusto Moraes. Turisnofobia e políticas públicas em turismo. **Revista Turismo & Cidades**, v. 2, n. 3, p. 150-168, 2020.

CORIOLOANO, LNMT; BARBOSA, Luciana Maciel. Turismo e especulação imobiliária no litoral cearense. **VII Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Universidade Anhembi Morumbi–UAM/São Paulo/SP**, 2010.

DE SOUSA, Aline Correia. O processo histórico da atividade turística mundial e nacional. **Cadernos da FUCAMP**, v. 14, n. 21, 2015.

DENCKER, A. F. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, F. Contribuições sobre a temática turismo e geografia no período técnico-científico-informacional. **Élisée - Revista de Geografia da UEG**, v. 5, n. 2, p. 118-129, 17 fev. 2017.

FILHO, Francisco Casimiro. **Contribuições do turismo à economia brasileira**. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Agricultura, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2002. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/11/11132/tde-03022003-162953/publico/francisco.pdf>. Acesso em 25 de mar. 2021.

FONTELES, José Osmar. Turismo globalizado. **Revista da Casa da Geografia de Sobral (RCGS)**, v. 1, n. 1, 1999.

FRATUCCI, Aguinaldo César. **A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo**: as possibilidades das redes regionais de turismo. Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008. Disponível em: https://www.academia.edu/11688924/A_DIMENS%C3%83O_ESPACIAL_NAS_POL%C3%8DTICAS_P%C3%9ABLICAS_BRASILEIRAS_DE_TURISMO_AS_POSSIBILIDADES_DAS_REDES_REGIONAIS_DE_TURISMO. Acesso em 25 de mar. 2021.

GOMES, Jones da Silva. Impactos do turismo na identidade cultural. **Exedra: Revista Científica**, n. 7, p. 19-24, 2013.

HAESBAERT, Rogério. Multiterritorialidade: um debate. **Geographia**, v.9, n. 17, p. 19-46, 2007.

HALL, Stuart **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. -Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HASS, Jolair De Avila. A evolução das férias no direito do trabalho no Brasil. **Evento XXIV Jornada de pesquisa**. Universidade Regional, UNIJUI, 2019.

HOT BEACH OLÍMPIA, 2020. Disponível em: <<https://www.hotbeach.com.br>>. Acesso 29/10/2020.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico, 2020.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/olimpia/panorama>>. Acesso: 30 de set. 2020.

INVENTÁRIO DA OFERTA TURÍSTICA. Secretária Municipal de Olímpia (Org) - São Paulo, 2020.

KNAFOU, Remy. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (org.) **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais.** São Paulo: Hucitec, 1996.

KNAFOU, Remy. Turismo e território: por uma abordagem científica de turismo. In: RODRIGUES A.A.B (org). **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais.** 3. ed. São Paulo: Hucitec. p. 62-74. 2001.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. **Turismo: teoria e prática.** Porto Alegre: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, Alexandra Campos. A atividade turística e seus efeitos à população local: um paradoxo. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 5, n. 2, p. 73-87, 2005.

OLIVEIRA, Nilton Marques. DE. Território: contributo sobre distintos olhares. **Revista Tocantinense de Geografia**, v. 9, n. 17, p. 43-62, 2020.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo.** São Paulo: Roca, 2001.

OURIQUES, Helton Ricardo. Território e Turismo: Uma reflexão inicial. **Revista do Turismo**, 2003. Disponível em: <<https://www.revistaturismo.com.br/artigos/territorioturismo.html>>. Acesso 09/05/2020.

PANROTAS, 2018. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/destinos/pesquisas-e-estatisticas/2018/05/parque-aquatico-paulista-e-o-3o-mais-visitado-do-mundo-ranking_155692.html>. Acesso: 30 de set. 2020.

PENA, Rodolfo Alves. **Sensoriamento Remoto.** Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/geografia/sensoriamento-remoto.htm>>. Acesso em 25 de ago. 2020

PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DO MUNICÍPIO DA ESTÂNCIA TURÍSTICA DE OLÍMPIA, 2020. Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/plano-diretor-de-desenvolvimento-turistico-olimpia-sp>>. Acesso: 19/11/2020.

PLANO DIRETOR DO MUNICÍPIO DE OLÍMPIA, 2011. Disponível em: <<https://leismunicipais.com.br/plano-diretor-olimpia-sp>>. Acesso: 05 de nov. 2020.

PRADO, Luiz Carlos Delorme. **Globalização**: notas sobre um conceito controverso. Instituto de Economia - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2003.

RIBEIRO, Ivair Augusto. Olympia um baú de Histórias. 2018. Disponível em: <<https://www.arquivo.olimpia.sp.gov.br/-olympia,-um-bau-de-historias/>>. Acesso: 30 de ago. 2020.

RODRIGUES, Márcia. Procuravam petróleo, acharam só água quente e fizeram parque que atrai 2 mi. 2017. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2017/08/10/parque-aquatico-olimpia.htm>>. Acesso: 24 de ago. 2020.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. Campinas: Papirus, 2000.

SANTOS, Milton. **Natureza do Espaço**: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SERRA, Debora Rodrigues de Oliveira. Turistificação e Patrimonialização na Representação do Espaço: uma Análise sob a Perspectiva da Tríade Lefebvriana. **Espaço Aberto**, v. 9, n. 1, p. 143-159, 2019

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

SOARES, Luiz. Augusto. Turismo e globalização: algumas perspectivas. **Revista Gerenciais**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 63-70, 2007.

SOUZA, Marcelo Lopes de. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo César da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato (Orgs.). **Geografia**: conceitos e temas. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand, 2000.

THEME INDEX, 2018-2019. Disponível em: <<https://aecom.com/theme-index/>>. Acesso: 18 de nov. 2020.

The “Vale do Turismo”: touristification process in the city of Olímpia-SP.

Abstract: *Tourist activity, as well as other economic activities, presents in the center of its development a series of complexities which are interrelated throughout its practices, intervening in the different environments in which tourism is instituted. The touristification process, result of the complex relationships that involve tourism, occurs when a territory turns intensely towards tourism practice, which can cause a series of impacts, both positive and negative for the localities. Taking the understanding of the concept as a premise, this article has as central objective to analyze the touristification*

process of the “Vale do Turismo” located at the city of Olímpia-SP, in order to understand the transformations and the territorial restructuring to which the locality is being submitted. To attend the general objective, three specific objectives were outlined: carry out an uplift of companies linked to the tourist trade; analyze the real estate speculation process; to analyze the perception of the residents of “Vale do Turismo” in relation to the changes occurred in that locality. The methodological procedures used to achieve the objectives were: bibliographic research, documentary research and field research, which was characterized by semi-structured interviews, carried out with ten residents of “Vale do Turismo” and two real estate owners. Results point out convergent and divergent aspects regarding the perception of the impacts generated by tourism at “Vale do Turismo” and the city.

Key-words: *Vale do Turismo; touristification; real estate speculation; tourism impacts; Olímpia-SP.*

Artigo recebido em 14/01/2021. Artigo aceito em 15/04/2021.