

## EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA REGIÓN DE AGUAS TERMALES DE GOIÁS, BRASIL

*Eliane Lopes Brenner\**  
Universidade Católica de Goiás, Brasil

### RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo principal analizar el turismo de balneario en la región de Caldas Novas y Rio Quente en el estado de Goiás, Brasil, donde la principal motivación y la demanda se basan en el disfrute de las aguas termales, pero la estructura y las características del sector se asemejan al turismo de sol y playa masificado. En primer lugar, se traza la evolución del turismo en el destino, procurando definir el modelo en términos de las tendencias Fordistas y Postfordistas. A continuación se analiza el crecimiento urbano y de población, cuya expansión está estrechamente relacionada con la del sector turístico, y ha resultado en fuertes impactos sobre el medio ambiente. Finalmente, se examina las perspectivas de futuro de este destino. Se señala la necesidad de diversificar la base del producto, y se propone como posibles medidas la reorientación hacia los tratamientos terapéuticos, el turismo de salud y el de «belleza»; la creación de una oferta complementaria vinculado al ocio; y la integración de los espacios naturales protegidos al producto de turismo termal «ecológico». Se concluye que se requiere una planificación bien estructurada y una gestión cohesionada y eficaz para implementar con cierta garantía de éxito las alternativas propuestas.

**Palabras clave:** motivación turística, turismo Fordista, turismo Postfordista, termalismo, balneario, ciclo de vida del destino turístico, Goiás, Caldas Novas.

### ABSTRACT

The main aim of this article is to analyse spa tourism in the Caldas Novas and Rio Quente region of the state of Goiás, Brasil, where the key motivation and demand focus on the enjoyment of the thermal spring water, although, in reality, the structure and characteristics of the sector have much in common with massified three S tourism. The first part traces the evolution of tourism in the destination, setting the typology in the context of Fordist and

---

Fecha de recepción: 5 de abril de 2005.

Fecha de aceptación: 15 de diciembre de 2005.

\* Instituto Goiano de Pré-História e Antropologia. Universidade Católica de Goiás. Av. Universitária, 1440- Sector Universitário. Cx Postal 86- Goiânia-Go Brasil- 74605-010. E-mail: elianelopes@ucg.br

Post-fordist trends. This is followed by an analysis of urban development and population growth, which are closely linked to the expansion of the tourist sector, and have given rise to considerable environmental impacts. Finally, future perspectives for the destination are examined. Attention is drawn to the need to diversify the product base, and various options are proposed: to reorient it to incorporate therapeutical treatments, health and «well-being» tourism; to create a complementary leisure offer; and to integrate natural protected areas in an «ecological» thermal product. The article concludes with a call for structured planning and cohesive and efficient management in the implementation of the measures proposed with reasonable guarantees of success.

**Key words:** tourist motivation, Fordism, Postfordism, thermalism, spa, tourist destination life cycle, Goiás, Caldas Novas.

## 1. INTRODUCCIÓN: EL TERMALISMO COMO PRODUCTO TURÍSTICO

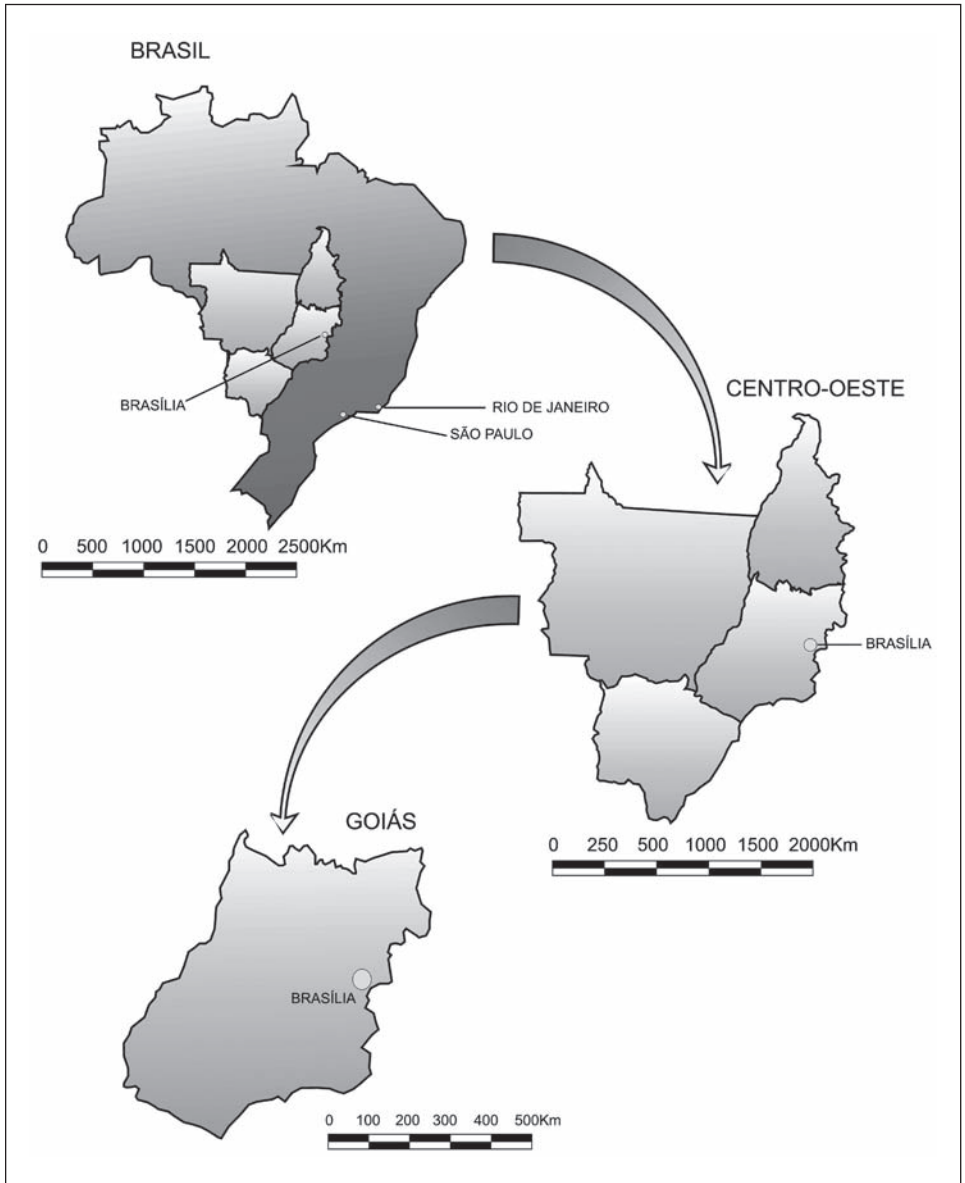
Se percibe actualmente al balneario termal como una forma tradicional de turismo que resurge como un producto en alza en determinados destinos. No obstante se están cambiando sensiblemente la orientación de los servicios termales hacia productos basados en los tratamientos preventivos, de belleza y bienestar, el turismo joven, etc. Así la nueva visión del balneario, en lugar de enfatizar su tradicional imagen de centro de tratamiento de enfermedades físicas, se orienta más hacia la atención al bienestar psicológico, la búsqueda del culto al cuerpo, el hedonismo, o puro ocio.

Este artículo examina el desarrollo del termalismo en la región de las aguas termales, formada por los municipios de Caldas Novas y Rio Quente, donde se desvelan puntos coincidentes con este proceso general y otros que contrastan con este modelo. Cabe destacar el hecho de que, con el crecimiento de la demanda, el turismo de balneario en la región se consolidó en una primera etapa de manera similar a Europa. Sin embargo, al contrario de lo que después pasó en Europa, los aspectos terapéuticos no han prevalecido sobre los recreativos y la inversión en centros de tratamientos de salud se fue sustituyendo cada vez más por la construcción de complejos hoteleros a la imagen de los balnearios de costa. A continuación se examina los factores, las pautas y las consecuencias de este proceso.

## 2. LA REGIÓN DE LAS AGUAS TERMALES Y SU DESARROLLO COMO DESTINO TURÍSTICO

El clima benévolo, los abundantes recursos naturales y patrimonio histórico hacen de Goiás un estado de gran potencial turístico. Sin embargo, este potencial ha sido escasamente explotado y el turismo de la región es, en general, aún incipiente. La atracción de un número significativo de visitantes se limita a la región de las aguas termales, formada por los municipios de Caldas Novas y Rio Quente, en respuesta a la singularidad de este recurso y su relativa proximidad a importantes núcleos urbanos, que sitúa a estos municipios a una distancia favorable para captar un flujo turístico cuantitativamente importante (véase Figura 1). A estos factores hay que añadir su accesibilidad y la amplia

**Figura 1**  
**LA LOCALIZACIÓN DE CALDAS NOVAS Y RIO QUENTE**



infraestructura hotelera creada mediante inversiones que provienen principalmente del sector privado. La región de las aguas termales tiene un interés especial por tratarse de un destino de balneario hidrotermal que ofrece un producto, y donde la demanda sigue unas pautas, más afines a un turismo de sol y playa que a un balneario tradicional. Efectivamente, es un destino en el interior del país, donde las piscinas sustituyen al mar, y donde se está caracterizando un turismo de masas, que se expande desordenadamente provocando fuertes impactos.

Desde mediados del siglo pasado, Caldas Novas y Rio Quente han vivido ciclos de progreso y de estancamiento. Los principales ciclos económicos que marcaron la evolución del municipio fueron la minería, la actividad agropecuaria, el avance migratorio hacia el oeste, el turismo de salud y el turismo de ocio. En las dos últimas décadas, el turismo y el mercado inmobiliario han crecido considerablemente, respondiendo al intenso proceso de urbanización. Los datos del *Instituto Brasileiro de Turismo* -EMBRATUR<sup>1</sup>, destacan que en Caldas Novas y Rio Quente se concentra más de 50% de la demanda de toda la región de Goiás, con cerca de 1.200.000 pernотaciones en 1997. La oferta de plazas en hoteles y apartamentos registrados era de 11.634 plazas en 2001, aparte de las residencias secundarias que no figuran en las estadísticas oficiales.

## 2.1. La evolución del turismo y la definición de un modelo

Las formas que ha adquirido la actividad turística a lo largo de la historia suelen ser asociadas al modo de organización de la economía en general. La analogía entre las formas de organización de la actividad industrial en la década de 1950 (basada en la línea de montaje de producción en la fábrica y la integración vertical) y las características que fue adquiriendo la actividad turística (donde se ofrecía productos estandarizados para el consumo masivo), condujo a su identificación como un turismo «Fordista». Más tarde, muchos observadores (Harvey, 1989; Piori y Sabel, 1984; Sayer, 1989) observaron que, desde el inicio de la década de 1970, la sociedad capitalista pasó por cambios paradigmáticos en las filosofías de producción, que pueden reconocerse como los cambios del Fordismo hacia el Postfordismo o modelo de acumulación flexible. El término «Postfordista» alude a la crisis de la producción en cadena, a la estandarización y a la homogeneización, que son sustituidos por criterios de singularidad y especificidad. La lectura turística de este proceso es, por lo tanto, la crisis de la masificación y el surgimiento de nuevas formas alternativas de turismo. Los diversos estudios realizados revelan que la ruptura entre el Fordismo y Postfordismo no es tan evidente. Más bien, al contrario, todo parece indicar que en la lenta transición del modelo hay más elementos de continuidad que de ruptura<sup>2</sup>. En términos reales, no podemos y no deberíamos querer suprimir el turismo de masas.

---

1 Pertenciente al *Ministério da Indústria e Comércio e Turismo*.

2 Algunas características del modelo turístico Postfordista están presentes en la organización turística tradicional, tales como la incorporación de nuevas tecnologías, la flexibilidad laboral, la celebración de la inautenticidad. Existe un aumento de la variedad de las procedencias, mientras que la aparición de innumerables zonas emisoras ha originado una demanda más heterogénea. Y finalmente las respuestas locales al marco general de la transición del modelo turístico son muy plurales y admiten desde drásticas rupturas y organizaciones realmente nuevas a tímidos cambios en un contexto de clara continuidad del modelo tradicional.

Las nuevas formas de turismo no lo podrán sustituir en su dimensión económica, en preferencias personales y evidentemente tampoco en su funcionamiento logístico. No obstante se reorienta el turismo hacia versiones más flexibles, descentralizadas y aptas para una integración social y espacial. Este tipo de turismo puede, entre otros, complementar la oferta básica del turismo de masas, por ejemplo, aumentando la oferta de atracciones y en algunos casos la autenticidad, permitiendo a los turistas un cambio para disfrutar de las áreas naturales y la rica historia cultural de una región.

Así, según las teorías que se refieren a la evolución del turismo, la industria del viaje pasó primero por una etapa que se ha denominado **PreFordista**, que está dominada por un gran número de pequeños negocios familiares, de propiedad y gestión independiente (Leontidou, 1988; Ioannides, 1994). Este tipo de empresa existe en el área de estudio, principalmente en forma de hostales. La forma de gestión de estos pequeños establecimientos también confirma lo expuesto en esta teoría, al disponer de una fuerza de trabajo limitada, que trabaja largas horas y duplica las funciones en temporada alta. Se da, además, una situación de flexibilidad numérica. No obstante, al contrario de lo que expone la teoría, este sector PreFordista de la economía turística en Caldas Novas está dirigido por personas que se dedican íntegramente a este negocio. Otro punto de discrepancia es el nivel tecnológico que se aplica a la gestión, ya que, en nuestro caso, no corresponde al nivel mínimo o inexistente que debería darse en el turismo PreFordista. Esto es comprensible, dado que, en la actualidad, la informática ya forma parte de la educación escolar. Así, el nivel tecnológico depende más del nivel de conocimiento del propietario que del tipo de establecimiento.

La siguiente etapa de desarrollo turístico corresponde al sistema **Fordista** que se apoya en la producción en cadena, la masificación y la existencia de grandes empresas. En la región de estudio, el producto básico es relativamente uniforme, y la comercialización es en forma de paquetes, típico de un producto de tipo Fordista. En Caldas Novas, la oferta turística está compuesta por muchos hoteles, pero destacan cuatro empresas hoteleras grandes, y la mayoría de ellos están representados por tour-operadores dentro y fuera del Estado de Goiás. En el municipio vecino, Rio Quente, que influye significativamente en la oferta hotelera de la región, el mercado está dominado por un solo grupo hotelero, la *Pousada do Rio Quente*, que también es el propietario de varias agencias de viaje ubicadas dentro y fuera del Estado. Actualmente está expandiendo sus actividades en el mercado inmobiliario y mediante la provisión de actividades recreativas. Constituye, claramente, un planteamiento y una estructura Fordista.

La teoría argumenta que los empresarios están adoptando importantes innovaciones tecnológicas y un sistema de producción flexible, acompañado por unas nuevas tendencias en el comportamiento del consumidor, dando lugar a un nuevo turismo **Postfordista**. De este modo, los paquetes organizados, tan característicos del turismo de masas Fordista se substituyen por formas de viaje más flexibles, enfatizando la diversidad, la individualidad y la autonomía (Poon, 1989), unas formas que se ajustan mejor al mercado. En Caldas Novas, las empresas hoteleras practican de forma común la flexibilidad numérica de los recursos humanos, por medio de la cual ajustan la cantidad de trabajo acumulado en respuesta a las fluctuaciones en la demanda de los productos individuales. También practican la flexibilidad funcional, mediante la utilización del mismo trabajador para una variedad

de tareas, mostrando una capacidad constante para ajustar la habilidad de su fuerza de trabajo a las cambiantes circunstancias de la producción, conforme nos indica la teoría. (Coffey y Bailly, 1992; Wood, 1989). A pesar de que este sistema no se haya impuesto todavía de forma generalizada en el área de estudio, se pudo verificar ciertas iniciativas de algunos empresarios en este sentido.

Para algunos autores, uno de los rasgos más característicos del turismo Postfordista es precisamente la pérdida del concepto de autenticidad, la asunción del carácter inauténtico de la experiencia turística (Donaire, 1996). En principio, se puede definir a Caldas Novas como un espacio maduro y un destino de tipo tradicional. No obstante, en el municipio vecino de Rio Quente, existe un espacio hiperreal —un parque temático, denominado *Hot Park*— que podría clasificarse como un espacio inauténtico de tipo Postfordista. Otra contradicción se observa en relación con las prácticas laborales: en Caldas Novas se basan en una organización horizontal, mientras que en la *Pousada do Rio Quente* domina la organización vertical. Por otro lado, el turismo local está apostando por la revalorización del patrimonio natural como una forma de singularizar el espacio turístico, primando justamente su originalidad y su autenticidad.

En realidad, en Caldas Novas, la evolución del mercado no es lo que determina la aparición de nuevos bienes y servicios; al contrario, los turistas suelen escoger este destino por su oferta tradicional de sol y aguas termales. Sin embargo, los empresarios y gestores están buscando maneras de ampliar la oferta de servicios, con dos finalidades: la de conseguir que los visitantes alarguen su estancia, por un lado, y la de aumentar la demanda en temporada baja, por el otro.

En definitiva, conforme nos argumenta la teoría, «cada territorio muestra una determinada intromisión de vectores post-industriales que conviven con características plenamente Fordistas, e incluso inercias precedentes, una compleja dialéctica entre adopción, asimilación y resistencia» (Donaire, 1996). Esto es aparente en nuestra área de investigación. Encontramos una estructura Fordista de turismo de masas que opera con ciertas prácticas empresariales y laborales Postfordistas. Incluso, se puede afirmar que sobreviven algunas empresas de tipo PreFordista. Nuestra investigación refuerza, por lo tanto, la postura teórica que argumenta que existen más elementos de continuidad entre las prácticas turísticas Fordistas y el turismo Postfordista que de ruptura entre ellos. Así, en la región de Caldas Novas **coexisten las 3 modalidades**: la PreFordista, representada por los hostales; la Fordista, constituida por los grandes hoteles, clubes y el sector de servicios; y finalmente la Postfordista caracterizada por la *Pousada do Rio Quente* (incluyendo el *Hot Park*). Se resume la manifestación de las características de los modelos PreFordista, Fordista y Postfordista en el área de estudio en el Cuadro 1.

### **3. EL CRECIMIENTO URBANO Y DE LA POBLACIÓN EN CALDAS NOVAS: UN IMPACTO NEGATIVO SOBRE LA CALIDAD AMBIENTAL**

Como ya hemos constatado, el desarrollo del turismo en la zona de estudio está íntimamente vinculado al uso de las aguas termales. De igual forma que en muchos destinos turísticos de la costa española, proliferaron las inversiones carentes de una preocupación por la conservación del medio ambiente y basados en una explotación abusiva de los

**Cuadro 1**  
**CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS PREFORDISTA, FORDISTA Y**  
**POSTFORDISTA EN EL ÁREA DE ESTUDIO**

	<b>PreFordista</b>	<b>Fordista</b>	<b>Postfordista</b>
<b>Estructura Empresarial</b>	<i>Artisanal</i>	Grandes empresas	(Mixta)
<b>Funcionamiento Comercial</b>	<u>Individual</u>	Paquetes organizados	(Individualizado)
<b>Prácticas Laborales</b>	<i>Familiar</i>	<i>Organización horizontal</i>	Flexibilidad numérica y funcional
<b>Espacios Turísticos</b>	(Espacios desestructurados)	<u>Sol y «playa»</u>	<i>Espacios naturales y artificiales</i>

*Cursiva*            Caldas Novas  
Normal             Rio Quente  
Subrayado        Caldas Novas y Rio Quente  
(...)                 Característica no observada

Fuente: Elaboración propia.

recursos naturales (termales, en este caso), en la búsqueda de un mercado más amplio y con un afán de lucro a corto plazo. El mercado inmobiliario, ligado al intenso proceso de urbanización, ha crecido considerablemente en las dos últimas décadas. Si bien **los impactos económicos de la actividad turística parecen tener un efecto positivo** sobre la comunidad receptora, no sucede así en el caso de los impactos físicos.

### 3.1. La evolución demográfica y el crecimiento urbano

El área total del municipio de Caldas Novas es de 1.604 Km<sup>2</sup> y su densidad demográfica es baja, con 31,13 hab./km<sup>2</sup>. Basándose en datos primarios que provienen del *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística* (IBGE, diversos años), fue posible conocer con detalle el crecimiento de la población y compararlo con la expansión inmobiliaria del municipio (véase Cuadro 2).

En 1970, la población no alcanzaba los 9.000 habitantes, pero a partir de esta fecha ha habido un fuerte crecimiento que se ha ido acelerando. Analizando en mayor profundidad los últimos datos demográficos, procedentes del censo 2000 del IBGE, la población total de Caldas Novas es de 49.642 habitantes, con una tasa geométrica de incremento anual del 5,79%. La población masculina y femenina se equilibra con 25.006 y 24.636 habitantes respectivamente. La fuerte diferencia entre la población rural y urbana se mantiene, lo que nos indica que residen en el campo 2.350 personas, mientras que en la ciudad lo hacen 47.292, o sea, un 95,3% de la población de Caldas Novas vive en el área urbana del municipio. Según Albuquerque (1998), esta ciudad fue el segundo municipio que más creció en Brasil durante los últimos años de la década, con tasas del 20,8% anual. Parte de

**Cuadro 2**  
**CRECIMIENTO DE POBLACIÓN Y DE VIVIENDAS EN CALDAS NOVAS,**  
**1940-1996**

Año	Población				Viviendas			
	Total	Urbana	Rural	Crecimiento anual (%)	Total	Urbana	Rural	Crecimiento anual (%)
<b>1940</b>	7034	1082	5952		2081	261	1469	
<b>1950</b>	6291	921	5370	-1,18	1730			-1,69
<b>1960</b>	6315	1377	4938	0,04	1252			-2,76
<b>1970</b>	8630	2623	6007	3,66	1618			2,92
<b>1980</b>	11279	6904	4375	3,07	2513			5,53
<b>1991</b>	24159	21238	2921	12,69	6320			16,83
<b>1996</b>	39635	37037	2578	12,18	11241	10443	798	15,57

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del IBGE.

este contingente está formado, por un lado, por personas que se jubilaron y eligieron este lugar tranquilo para vivir y, por el otro, por personas que llegaron en busca de trabajo.

Se pueden resumir las pautas de crecimiento de la población a lo largo del tiempo de la siguiente manera. Entre 1940 y 1996 la población rural declinó (-56,7%) con excepción del período entre 1960 y 1970. Al contrario, la población urbana creció significativamente, sobre todo a partir de 1950, presentado un crecimiento de un 97,1% entre 1940 y 1996. Acreditamos que la disminución de la población rural es el resultado de la mecanización de la agricultura y la migración masiva hacia los espacios urbanos en busca de mejores oportunidades de trabajo. En Caldas Novas, más allá del crecimiento natural entre su población original, la ciudad recibió inmigrantes que vinieron en busca de trabajo, ofrecido principalmente en el sector de prestación de servicios para el turismo. En lo que se refiere a los domicilios, los datos reflejan las mismas tendencias. Hubo un declive en el número de hogares rurales (-45,7%), y un aumento del 97,5% en el número de domicilios urbanos en el mismo período.

No obstante, el crecimiento más significativo se ha dado a partir de 1980 y coincide con la fuerte expansión del turismo en la región y con la puesta en marcha de políticas para favorecer el desarrollo del interior del país. En casi todos los municipios brasileños, a partir de los años 1950, la migración hacia la ciudad pasó a ser cada vez más notable hasta alcanzar actualmente entre el 70 y el 90%, según el Estado. Este hecho coincide con el lanzamiento de programas y políticas para fomentar la industrialización, con la ayuda de fuertes inversiones públicas en infraestructura urbana, mientras que el ámbito rural fue relegado a recibir escasas inversiones para actuaciones puntuales. Sin embargo, en Caldas Novas fue sobre todo el sector de servicios el que absorbió la población. Otro punto importante es que entre 1991 y 1996 el crecimiento de la población de Caldas Novas se acentuó debido a la llegada de trabajadores para la construcción de una presa en el río Corumbá, aunque cabe la posibilidad de que vuelva a los niveles anteriores en caso



de que no aparezca una nueva fuente de atracción para los inmigrantes. Evidentemente el crecimiento de ambas —población residente y viviendas— es paralelo, pero el mayor aumento relativo del número de domicilios es indicativo de la expansión del sector turístico residencial y la necesaria provisión de alojamiento que acompaña esta demanda.

Según una comunicación personal del *Secretario de Turismo* del ayuntamiento de Caldas Novas, la población permanente se ve incrementada por la población fluctuante, estimada en un total de aproximadamente 150.000 personas/mes en temporada alta y entre 70.000 y 80.000 personas/mes en temporada baja, cuando la densidad demográfica es de 40,93 hab./km<sup>2</sup>. No obstante, según el SEBRAE (1998), Caldas Novas recibe cerca de un millón y medio de visitantes alojados por año, una cifra algo más alta que la facilitada por el *Secretario de Turismo*.

La condición de Caldas Novas como uno de los principales polos turísticos de la región ha atraído muchas inversiones en inmuebles, con el consecuente crecimiento de las industrias asociadas a la construcción civil, que se ha convertido en una de las actividades económicas de mayor peso en esta ciudad. De hecho, la especulación inmobiliaria y las transformaciones asociadas han conducido en gran medida a una notable pérdida de la calidad ambiental. Como consecuencia directa de la fiebre constructora, la expansión urbana ha sido espectacular en los últimos 25 años, y Caldas Novas hoy en día es una ciudad de considerables dimensiones (véase Figura 2 y Cuadro 3).

El análisis detallado se ve dificultado por la ausencia de datos suficientemente desglosados para el período comprendido entre 1960 y 1985. No obstante, basándose en los datos de la evolución demográfica e información sobre permisos de obras y planes parciales, se puede afirmar que la expansión más fuerte ocurrió a partir de finales de la década de 1980. Así podemos presumir que la expansión urbana de Caldas Novas presenta un crecimiento continuo, debido a la presencia de un turismo creciente en la región, que a su vez atrae un flujo continuo de inversiones y un contingente de personas en busca de trabajo que pasan a residir en esta ciudad. Además, podemos deducir que, si el municipio tuvo un crecimiento de 18675,23% en 57 años, la tasa anual de crecimiento es de 327,64%. La ausencia de datos intermediarios del crecimiento urbano durante el período de 1954-1989, nos impide averiguar el ritmo exacto de las tasas de crecimiento hacia el final del período.

Es importante resaltar que, en 1981, se estableció un *Plano de Desenvolvimento Integrado* para Caldas Novas, donde se constata que la superficie de los solares designadas para la construcción (aprobados pero sin ejecutar) ya era superior al 50% del total de la zona ya construida. A pesar de ello, no se tomaron medidas restrictivas para evitar la designación de nuevas parcelas edificables. Al contrario, se reservó como suelo urbanizable una área tres veces mayor que el área ya designada para la expansión urbana. Gran parte de este terreno se parceló inmediatamente mediante planes parciales, aunque su ocupación real en la mayoría de los casos es menor del 10%. Actualmente, el municipio cuenta con 119 planes parciales con un total de 80.195 parcelas, de las cuales 18.354 están edificadas y 61.841 están vacías<sup>3</sup>. Es decir, según estos datos, apenas el 22% de las

---

3 Datos facilitados por la *Prefeitura de Caldas Novas*, 2000

**Figura 2**  
**EXPANSIÓN URBANA DE CALDAS NOVAS, 1943-2000**



**Cuadro 3**  
**EXPANSIÓN URBANA DE CALDAS NOVAS, 1943-2000**

<b>Año</b>	<b>Área urbanizada (ha)</b>	<b>Índice de crecimiento en el periodo (%)</b>	<b>Tasa anual (%)</b>
1943	354		
1954	668	88,7	8
1989	4252	625,9	18,2
1997	57577	35,4	4,4
2000	66510	5,5	5,2

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos del IBGE y del Ayuntamiento de Caldas Novas.

parcelas se encuentran edificadas, confirmando nuestra afirmación referente a la especulación inmobiliaria.

Si consideramos una media de 3,5 habitantes por unidad<sup>4</sup> y un total de 80.195 parcelas, se alcanzaría una población de 280.682 habitantes en el área urbana. Esto significa que la ciudad posee parcelas suficientes para acomodar el crecimiento de la población durante 30 años al ritmo actual, pues, según estudios encargados por el ayuntamiento, la proyección de población para la ciudad en 2010 es de 70.004 habitantes (*Plano Diretor de Caldas Novas*, 2001).

### 3.2. Los impactos ambientales

El crecimiento desordenado está acarreado una serie de daños ambientales que varían desde la desaparición de espacios verdes y la degradación de áreas naturales hasta la contaminación, debido a la insuficiencia de la red básica de saneamiento. Sumados al problema de la gran cantidad de parcelas, también se evidencia que muchas de ellas han avanzado hacia zonas designadas para la preservación, tales como los bordes del embalse, formado por una presa en el río *Corumbá*, el parque natural denominado *Parque Estadual da Serra de Caldas Novas* (PESCAN) y los fondos de valle. La construcción civil utiliza arena retirada de los cursos de agua de la región, provocando erosiones y acreciones laterales. El tratamiento de las aguas residuales es sólo parcial, para su posterior vertido en el *Ribeirão das Caldas* y en el embalse, más allá del límite de su capacidad. El embalse corre el riesgo de contaminación adicional, como resultado de la ocupación de los bordes, debido a la falta de un sistema adecuado de alcantarillado y el posterior tratamiento deficiente de las aguas residuales, además de la insuficiencia del servicio de recogida de basuras. Existe, también, el riesgo de colmar el embalse, a partir de la eliminación de la cobertura vegetal y la invasión por corrimientos de tierra.

Es de extrema urgencia regular y gestionar el uso de las riquezas naturales del municipio, especialmente en las proximidades del perímetro urbano, pues, a la ocupación

4 Media de ocupación en Caldas Novas, según estimaciones del ayuntamiento.

desordenada y la supresión de la vegetación en áreas de recarga del acuífero termal, se suman la apertura de pozos artesanos y la falta de criterios para el uso del agua termal. Estos hechos ponen en peligro no sólo su suministro sino también su composición y, por lo tanto, sus características, que constituyen el principal atractivo de la región.

#### 4. LA SITUACIÓN ACTUAL Y LAS PERSPECTIVAS DE FUTURO DEL TURISMO EN CALDAS NOVAS Y RIO QUENTE

La fuerte expansión del turismo en Caldas Novas y Rio Quente claramente configurado según parámetros Fordistas y los visibles impactos ambientales resultantes hacen cuestionar la viabilidad del modelo a largo plazo. Resulta, por lo tanto, interesante examinar la situación y características actuales según la teoría del ciclo de vida del turismo de Butler (1980), con el fin de identificar en qué etapa se encuentra y cuáles pueden ser los caminos a seguir en el futuro. Sin duda alguna, el destino presenta algunos puntos de acuerdo y otros en desacuerdo con esta conocida teoría. Ha seguido las pautas de expansión y masificación propuestas en este modelo, y queda por averiguar si ha llegado a la etapa de saturación de la capacidad de carga que él identifica.

##### 4.1. El ciclo de vida del turismo en Caldas Novas y Rio Quente

No hay duda de que este destino haya llegado a una etapa avanzada de desarrollo. La explicación es que, al tratarse de un destino de interior, sin la limitación espacial que impone una costa y una playa, hay espacio para el crecimiento físico. Aun así, el crecimiento del sector de la construcción y la diversificación de la oferta de alojamiento en modalidades variadas (hoteles, hostales, aparthoteles), nos permite afirmar que la demanda aún no ha llegado a la saturación. No obstante, la aplicación, por parte de los empresarios y gestores turísticos locales, de ciertas medidas para favorecer el rejuvenecimiento y revitalización del destino, indican que se sitúa en el ápice del ciclo de vida, sin haber llegado a una situación de saturación y declive, como propone la teoría de Butler. En estas circunstancias, los empresarios apuran la explotación del recurso básico para obtener los máximos beneficios en el mínimo período de tiempo. De hecho, la demanda actual está motivada esencialmente por factores que tienen poca relación con la calidad de los recursos naturales. Por lo tanto, la **capacidad de carga ambiental** se ha de definir principalmente **en términos de la disponibilidad de las aguas termales** y administradores y estudiosos locales afirman que éstas sí que se están acercando al límite de su capacidad de carga.

De acuerdo con contribuciones posteriores a la de Butler, se sugiere que el declive no está siempre relacionado con el problema de la saturación, sino que pueden intervenir otros factores. Algunos argumentos teóricos exponen que el cambio de la demanda depende del mercado y de la gestión (véase Ionnides, 1992 y Prosser, 1992). En este caso, la demanda es inconstante, por estar fuertemente influenciada por **modas** y relacionada con los conceptos de **status e imagen**. Esto implica que un destino puede entrar en declive sin haber superado su capacidad de carga. Esta circunstancia no se ha dado todavía en la región de Caldas Novas. El deseo de vivir nuevas experiencias, establecer nuevas relacio-

nes humanas y conseguir un desarrollo personal está produciendo cambios en la demanda y generando en la industria del turismo la reconfiguración de sus imágenes. Por otro lado, presiones políticas a favor de posturas ambientalistas provocarán seguramente cambios en los futuros patrones del consumo turístico (véase Gordon, 1991 y Shaw y Williams, 1994). Sin embargo, en nuestra área de estudio la demanda sigue pautas constantes, porque las motivaciones de los turistas no han cambiado. Algunos grupos hoteleros están reconfigurando su imagen, solamente para vender mejor el mismo producto. Las presiones políticas para seguir unas pautas de desarrollo más sostenible tampoco se manifiestan en la región, sino, al contrario, hay un interés en fomentar el turismo de masas. Así, en la actualidad los instrumentos de gestión y aspectos como la moda y el status son los principales factores de evolución del turismo en Caldas Novas y Rio Quente.

#### 4.2. Las perspectivas de futuro del turismo en la localidad

A pesar de la insuficiente coordinación y articulación entre los diversos organismos y grupos con un interés declarado en el sector turístico, sus prioridades e inquietudes muestran muchas coincidencias. A continuación se enumeran las principales prioridades e inquietudes del sector público y privado, con el fin a obtener una síntesis de los intereses de los diversos componentes de la comunidad local (véase Cuadro 4).

**Cuadro 4**

#### **PRIORIDADES E INQUIETUDES DE LOS SECTORES PÚBLICO Y PRIVADO**

<b>Prioridades</b>	<b>Público</b>	<b>Privado</b>
Aumentar el flujo turístico especialmente en temporadas baja		X
Atender otros segmentos de mercado		X
Crear espacios y actividades de ocio específicos para la población local	X	
Desarrollar nuevos productos	X	
Crear redes de cooperación dentro del sector hotelero		X
<b>Inquietudes</b>	<b>Público</b>	<b>Privado</b>
Agotamiento y contaminación del acuífero termal	X	X
Estrangulación del turismo debido a un crecimiento desordenado	X	X
Conflicto de intereses entre políticas públicas e iniciativas económicas privadas	X	X
Capacitación del personal directa o indirectamente vinculado al turismo		X
Pérdida de segmentos de demanda potenciales		X

Fuente: Elaboración propia.

La experiencia de muchos destinos turísticos demuestra que, en los momentos de despegue del desarrollo de la actividad turística, la preocupación principal es propiciar el crecimiento de la oferta, mientras que la preocupación en áreas y destinos ya maduros se orienta hacia la reestructuración turística. En este sentido, verificamos **una actitud favorable a las nuevas tendencias basadas en la oferta de diferentes tipos de productos, aprovechando las potencialidades del territorio**. Sin embargo, es igualmente cierto que la mayoría de estas sugerencias no se han concretado todavía como propuestas estructuradas, ni en forma de programas de actuación dotados de recursos económicos, ni tampoco cuentan con un promotor que gestione y ponga en marcha su ejecución. Por lo tanto, **hay que cuestionar su viabilidad, si no cambian las circunstancias actuales**.

La acogida del turista en el área de estudio es desordenada y la gestión es espontánea, generando consecuentemente ciertas disfunciones en el destino. En el pasado, la población permanente ha sido poco crítica e incisiva en sus demandas al gobierno local, haciendo que no se implantara una oferta de ocio, aparte de las aguas termales, para el disfrute de los residentes locales. Sin embargo, hoy en día, después de que un número significativo de personas decidieran convertir sus residencias secundarias en primeras viviendas, la demanda para otras ofertas de ocio está siendo más incisiva.

#### *4.1.1. Opciones para la diversificación del producto*

Nuestro estudio ha identificado una serie de nuevas posibilidades para este destino turístico en el futuro. La presumible viabilidad de las iniciativas se basa en dos factores. En primer lugar, cuentan con el apoyo de los implicados, es decir, la comunidad local las considera una necesidad o una buena oportunidad de negocios. En segundo lugar, existen unas condiciones adecuadas en el municipio que sirvan de base para su desarrollo. De hecho se ha podido identificar dos líneas de acción prioritarias:

- La **reorientación** del producto básico hacia **los tratamientos terapéuticos y el desarrollo** de un «turismo de salud» y de un «turismo de belleza» asociados al balneario termal
- La **creación de una oferta complementaria** vinculada al ocio —casinos, teatros y otros locales que ofrezcan espectáculos— y el fortalecimiento del turismo cultural, a través de la rehabilitación del patrimonio balneario histórico. Así se aumentaría el atractivo del destino y, consecuentemente la frecuencia de visitas.

Asimismo, el desarrollo del **ecoturismo** en la zona se confirma como una opción clara para diversificar la base turística actual y garantizar un modelo turístico más sostenible. No obstante, cabe resaltar **la importancia del desarrollo del concepto de «estancia termal ecológica»**. Aunque no esté directamente relacionado con el turismo de balneario, podría jugar un papel complementario —siempre en menor medida— que permitiera ampliar y diversificar la base actual del turismo.

Por lo tanto, cabe la posibilidad de aumentar el atractivo del destino y, consecuentemente, las ganancias del sector hotelero a medida que se integren los servicios más clásicos de balneario (como las curas termales) con un paquete de ofertas que incluya los

tratamientos de forma física, de «bienestar» y de belleza, la medicina natural y los deportes en general, tomando como ejemplo la experiencia europea. La relación del uso terapéutico de las aguas termales con el auge de la medicina natural, que se basa en el supuesto que la vida moderna provoque estrés, dolencias y enfermedades y un envejecimiento más rápido, es una buena estrategia de marketing que puede servir, además, para transformar la imagen actual —algo devaluada— del turismo de masas de Caldas Novas. Hay síntomas de que, tanto para la comunidad como para el sector hotelero, la imagen actual de un turismo barato tiene repercusiones negativas. Sin embargo, resaltamos la importancia de fijarnos en los relatos de la experiencia europea que argumentan que la pérdida de credibilidad por parte de los clientes es justificada por la falta de profesionalidad. La formación adecuada del personal será, por lo tanto, una condición esencial par el desarrollo de este tipo de oferta.

Otra tendencia actual en la experiencia europea, que podría resultar muy positiva y bien aceptada entre la comunidad en Caldas Novas, es la conexión medio ambiental, por medio de la integración de los balnearios con su entorno, procurando desarrollar un concepto de «**estancia termal ecológica**». Esto parece factible, porque coincide la existencia de un parque en la zona, una demanda sensibilizada en cuestiones ambientales y la voluntad por parte del sector público de estimular algunas formas alternativas de turismo, como, por ejemplo, el ecoturismo.

También se configura como una buena opción de desarrollo del balneario de Caldas Novas la combinación del turismo cultural y el de naturaleza con la acción terapéutica de las aguas medicinales, una tendencia que ya se encuentra extendida por Europa. Asimismo destaca la propuesta de desarrollo de todas las actividades de las áreas termales, por un lado, por medio de la creación de unas relaciones de interdependencia y complementariedad y, por el otro, mediante la realización de una campaña para ganar credibilidad y promocionar la renovada oferta, capaz de realzar la imagen del sector termal.

#### *4.1.2. Valoración de las opciones para la diversificación del producto*

No obstante, a pesar de identificar como línea prioritaria la reorientación del producto básico hacia los tratamientos terapéuticos, contemplamos con mucha cautela las posibilidades de fortalecer la provisión de tales tratamientos, ya que son necesarias fuertes inversiones y la capacitación especializada del personal, sobre todo teniendo en cuenta la experiencia negativa de algunas iniciativas que han fracasado. Por otro lado, no se debe olvidar que el turismo de salud puede tener dificultad para atraer a clientes, dado que, en el territorio nacional, existen otros balnearios donde las propiedades medicinales de las aguas son más indicadas para determinados tratamientos. En cuanto a la diversificación de la oferta de productos hacia el turismo del bienestar, tampoco está asegurada su potencialidad para atraer clientes ni el interés del sector público y privado en garantizar su provisión.

Algunas de las alternativas en el ámbito de la oferta recreativa complementaria presentan buenas posibilidades de desarrollo, dado el interés ya expresado en complementar la oferta de las aguas termales. Se constata alguna iniciativa desde el ámbito político para promover la implantación de uno o más casinos. Con esta oferta complementaria se puede estimular no sólo el turismo de balneario sino también el sector de congresos y

eventos, como desea la comunidad local. Por otro lado, el desarrollo del ecoturismo permitiría ampliar y diversificar la base del turismo actual, siendo también complementaria, aunque en menor medida. Tiene la ventaja añadida de proporcionar una oportunidad para estimular el uso sostenible de espacios que cuentan en la actualidad con un flujo turístico poco significativo y también para promocionar la reestructuración y reorientación de productos ya existentes.

## 5. CONCLUSIÓN

El desarrollo del turismo en la zona de estudio está íntimamente vinculado al uso de las aguas termales. En un principio era de esperar que se desarrollase un turismo de salud, debido a la presencia de aguas termales en la región. Sin embargo éste no se convirtió en el modelo turístico predominante.

En la búsqueda de un mercado más amplio y con un afán de lucro a corto plazo, proliferaron las inversiones carentes de una preocupación por la conservación del medio ambiente y basadas en una explotación abusiva de los recursos termales. De este modo la iniciativa privada adoptó una estructura Fordista en un modelo turístico similar al modelo de sol y playa, donde las piscinas termales pasaron a sustituir la playa. Este modelo ha sido modificado con la aportación de elementos característicos del modelo Postfordista, aunque estas iniciativas no evidencian una ruptura, sino una continuidad de la estructura básica.

El modelo turístico actual sigue las pautas de expansión y masificación propuestas en el modelo de Butler, aproximándose a la etapa de saturación de la capacidad de carga que él identifica. Ya se está planteando tímidamente la aplicación de ajustes en el modelo turístico, mediante la introducción de nuevas formas de turismo y nuevos productos, se ha podido comprobar que éstos tienen tan solo un papel complementario en la oferta. Así, su principal objetivo es añadir un elemento de diversificación que ayude a aumentar la demanda más que explotar nuevos sectores del turismo. No se pretende cambiar la estructura turística existente, pues las motivaciones más significativas continúan siendo aquellas atendidas por un turismo Fordista y el factor principal de atracción es el mismo, o sea, el agua termal.

No hay duda de que existan varias posibilidades válidas para el futuro desarrollo turístico de Caldas Novas. Lo que está menos claro es si ellas pueden atraer un nuevo público —o satisfacer a la demanda actual— en una situación en que el destino está claramente asociada con la satisfacción de unas motivaciones claramente definidas, una oferta bastante estereotipada, y una estructura de marketing y explotación fuertemente arraigadas al modelo Fordista. Parece evidente que se requiere una planificación bien estructurada y una gestión cohesionada y eficaz para implementar con cierta garantía de éxito las alternativas propuestas.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALBUQUERQUE, C. (1998): *Caldas Novas ecológica*. Keops. Caldas Novas.
- BUTLER, R. W. (1980): «The concept of a tourist area cycle of evolution and implications for management», *Canadian Geographer*, nº 14, pp. 5-12.



- COFFEY, W. J. y BAILLY, A. S. (1992): «Producer services and systems of flexible production», *Urban Studies*, nº 29, pp. 857-868.
- DONAIRE, J. A. (1996): *El turismo a los ojos del postmodernismo. Una lectura desde la dialéctica socioespacial*. (Tesis Doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra.
- HARVEY, D. (1989): *The condition of Postmodernity*. Blackwell. Oxford.
- IBGE (1940): *Anuario estadístico de 1940*. IBGE. Brasilia.
- IBGE (1945): *Enciclopédia dos municípios do Brasil*. Vol. II, pp. XXX. IBGE. Brasilia.
- IBGE (1951): *Anuario estadístico de 1950*. IBGE. Brasilia.
- IBGE (1961): *Anuario estadístico de 1960*. IBGE. Brasilia.
- IBGE (1971): *Anuario estadístico de 1970*. IBGE. Brasilia.
- IBGE (1981): *Anuario estadístico de 1980*. IBGE. Brasilia.
- IBGE (1991): *Anuario estadístico de 1990*. IBGE. Brasilia.
- IBGE (1997): *Anuario estadístico de 1996*. IBGE. Brasilia.
- IOANNIDES, D. (1994): *The state, transnationals, and the dynamics of tourism evolution in small island nations*. (Ph.D. Dissertation). Rutgers University. New Brunswick (NJ).
- LEONTIDOU, L. (1988): «Greece: prospects and contradiction of tourism in the 1980s». En: WILLIAMS, A.M. y SWAN, G. (eds) *Tourism and economic development: Western European experiences*. Belhaven Press. Londres, pp. 80-100.
- PIORI, M. y SABEL, C. (1984): *The second industrial divide. Possibilities for prosperity*. Basic Books. Nueva York.
- Plano Diretor de Caldas Novas (2001) Caldas Novas – Goiás: Saenge/ARCA.
- POON, A. (1989): «Competitive strategies for a new tourism». En: COOPER, C. (ed.) *Progress in recreation, hospitality and recreation management*. Belhaven Press. Londres, pp. 91-102.
- SAYER, A. (1989): «Postfordism in question». *International Journal of Urban and Regional Research*, nº 13, pp. 666-695.
- SEBRAE (1998): *Diagnóstico municipal de Caldas Novas*. SEBRAE. Caldas Novas.
- SHAW, G.; WILLIAMS, A. (1994): *Critical issues in tourism: a geographical perspective*. Oxford: Basil Blackwell.
- VEBLÉN, T. (1971): *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- WOOD, S. (ed.) (1989): *The transformation of work? Skill, flexibility and the labour process*. Londres: Unwin Hyman.

