

# ESPAÇO GEOGRÁFICO, TURISMO E CRESCIMENTO ECONÔMICO: o caso de Olímpia-SP<sup>i</sup>

## GEOGRAPHY SPACE, TOURISM AND ECONOMIC GROWTH: the case of Olímpia-SP

**Silas Nogueira de Melo** - Graduando em Geografia pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" Campus Rio Claro. [silas.melo@yahoo.com.br](mailto:silas.melo@yahoo.com.br);

**Jaime Lopes Batista** - Graduando em Geografia pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" Campus Rio Claro. [hardtronick@yahoo.com.br](mailto:hardtronick@yahoo.com.br);

**Anderson F. Guarda** - Graduando em Geografia pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" Campus Rio Claro. [af\\_guarda@yahoo.com.br](mailto:af_guarda@yahoo.com.br);

**Gilvan C.C. de Araújo** - Graduando em Geografia pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" Campus Rio Claro. [gcca99@yahoo.com.br](mailto:gcca99@yahoo.com.br).

### Resumo

Este artigo tem como principal objetivo analisar o crescimento econômico na cidade de Olímpia, fazendo em meio ao texto algumas considerações ora de cunho mais crítico ora mais descritivo, procurando assim por meio da metodologia utilizada conseguir compreender a dinâmica existente entre turismo, espaço geográfico e o crescimento econômico nesta cidade.

**Palavras chaves:** Turismo, Crescimento Econômico, Espaço Geográfico, Dinâmica Espacial, Olímpia.

### Abstract

This article has the main camp to analyze economic growth in the city of Olympia, in the midst of making a number of text now more critical now to stamp more descriptive, so look through the methodology used to understand the dynamics between tourism, geographical area and economic growth in this city.

**Key-words:** Tourism, Economic Growth, Geography Space, Spatial Dynamic, Olímpia.

### Introdução

A atividade turística nos últimos decênios tem obtido grande importância na configuração econômica e arrecadação de recursos de muitos municípios, que em sua maioria passaram a priorizar o turismo como umas das principais fontes de renda, com acumulação de capital tanto público como privado, havendo forte

participação do poder local para o desenvolvimento das atividades neste ramo, mas também concentrando um grande número de empresas que trabalham especificamente na exploração econômica do lugar e da paisagem, envolvendo também questões culturais, sociais e ambientais, pois varias esferas do todo social acabam fazendo parte do complexo processo de transformação do próprio espaço geográfico em fonte de lucro (RODRIGUES, 2002).

O turismo hoje é uma atividade que movimenta 3,4 milhões de dólares por ano, empregando cerca de 212 milhões de pessoas, as projeções ainda são mais alentadoras, pois, espera-se para a próxima década a criação de 338 milhões de novos empregos movimentando 7,2 trilhões de dólares. Inegavelmente o turismo vem aumentando e gerando crescimento econômico (SOUZA, 2002).

O presente trabalho prima por uma análise geográfica que busque uma interpretação das transformações do espaço mediante ao crescimento do turismo tanto quanto da economia. Pode-se citar a ação do turismo e do crescimento econômico ao espaço geográfico como, por exemplo, valorização do espaço; aumento da dinâmica urbana; segregação espacial; conflito entre residentes e turistas; demanda por uma infra-estrutura específica da atividade turística; aumento da oferta de postos de trabalho direto e indireto; formação de pólos de desenvolvimento local etc. A literatura geográfica pouco tem dedicado aos estudos do turismo e crescimento econômico na transformação do espaço, por isso destaca-se a imprescindível necessidade de pesquisas nesse sentido, pois parte-se do principio que o próprio espaço geográfico foi incorporado pelo capital e transformado em mercadoria.

Esse estudo tem como objetivo central, analisar como a atividade turística em funcionamento no município contribuiu e contribui para o crescimento econômico e para a organização espacial do território do município de Olímpia/SP. O município chama a atenção pela quantidade de visitantes que recebe diariamente por causa da existência de águas termais, que impulsionou uma posterior construção de um parque aquático de expressiva captação de recursos e turistas de origem nacional e internacional. E também por ser considerada a capital nacional do folclore

No decorrer do trabalho, objetivos secundários foram traçados por uma necessidade teórico-metodológica, são eles:

- Fazer uma síntese bibliográfica a respeito dos termos chaves utilizados no decorrer do trabalho.
- Situar Olímpia na Rede Urbana em que se insere e analisar a dinâmica espacial da cidade.
- Verificar quais os impactos, positivos e negativos, gerados no município pela atividade turística.

O estudo de caso proposto aqui terá como metodologia, uma busca bibliográfica a fim de levantar os principais aspectos pertinentes ao estudo, buscando uma caracterização geral do município através de dados secundários e os melhores mecanismos para atender as necessidades da busca de respostas às preposições levantadas.

Em campo foram aplicados métodos de investigação através de levantamentos de dados primários, que consistiram em visitas técnicas, coleta de dados em prefeituras e outros órgãos e entrevistas com moradores locais.

Após a compilação e compreensão dos dados obtidos em campo, foi realizado um esforço conceitual e teórico com base em literaturas especializadas a fim de se obter a contextualização e as respostas sobre as questões que o trabalho se propôs a investigar.

## **A economia do turismo e a produção do espaço**

O espaço geográfico em sua dinamicidade possui elementos que nos permitem analisá-lo por diversas vertentes, sejam elas econômicas, culturais, religiosas, de planejamento, etc. Neste momento do trabalho, explicita-se algumas das relações existentes entre a economia do turismo, e o consumo do espaço e o espaço. Utilizaremos para tal empresa uma terminologia apoiada basicamente nas obras de Milton Santos (1985) e Ruy Moreira (2008), com uma sustentação mais econômica calcada na obra de Beatriz Lage e Paulo Cezar Milone (1991). O intuito de aprofundar na expansão do setor turístico e suas implicações geográficas é justamente procurar explicitar alguns dos principais questionamentos relacionados às transformações do espaço causadas principalmente pela exploração turística.

Antes de qualquer argumentação sobre o tema do turismo e do espaço geográfico precisa-se considerar a importância do conceito de lugar neste contexto.

Primeiramente porque é por meio do conceito de lugar que consegue-se melhor delimitar a inexorável peculiaridade de um espaço determinado, recortado do todo com base em um conjunto de características específicas, diferenciado-o do que está além e aquém de sua área core (CORRÊA & ROSENDAHL, 2004).

Tem-se assim um início profícuo da análise econômica do território com base no turismo, isso se dá pelo fato de o consumo do espaço se configurar na verdade com um consumo de uma porção deste espaço, porção esta diferenciada das demais por uma valorização especulativa ou não, tornando fonte de lucros pela exploração mercadológica.

Num outro momento, o conceito de lugar priva-nos de encontrar ambigüidades analíticas, esta exclusividade do lugar se mostra mais claramente na viabilização de sua utilização, por exemplo, como substituto do conceito de território, que em sua essência diferencia-se do conceito de lugar por se tratar de uma questão mais sociológica, ligada principalmente a apropriação do espaço geográfico, ou como diria Milton Santos (1985), a utilização do espaço. Entraremos no mérito da imbricação destes conceitos, mas no momento aprofundaremos nossa atenção a influência do turismo no processo de produção e reprodução do espaço.

### **O Turismo o lugar e a paisagem**

O geógrafo Ruy Moreira (2008), considera que existe na ciência geográfica três conceitos-chave que estruturam seu escopo teórico e metodológico, a saber: o espaço, o território e a paisagem. Considerando como base para a análise estes três conceitos-chave tem-se então a aplicação dos princípios lógicos na organização dos fenômenos espaciais, configurando as características constitutivas de um dado território e formando por fim o limites da paisagem, sendo que o espaço é o conceito-chave estruturante dos outros dois.

Concomitante ao conceito de paisagem podemos então admitir a indossociabilidade de estudá-lo em conjunto com o lugar, pois assim como nos mostra Ruy Moreira, os objetos e fluxos que compõem a paisagem vão dar a esta a sua peculiaridade de lugar<sup>ii</sup>.

A atividade turística se enquadra neste quadro quando faz uso dos objetos (fixos) e processos (fluxos) do espaço. Exalta-se também a importância do processo

histórico de desenvolvimento desta atividade, perscrutando no espaço geográfico as formas produzidas e modificadas pelo agente econômico (neste caso em específico o próprio turismo), fazendo antigas formas terem novas funções – conteúdos – e produzindo novas formas. Nas palavras de Milton Santos temos as seguintes considerações sobre esta sobreposição de características em uma mesma análise:

Quando, por exemplo, definimos o espaço como a soma da *paisagem* (ou, ainda melhor, da *configuração geográfica*) e da *sociedade*. Mas isso, exatamente, indica a imbricação entre instâncias. Como as formas geográficas contém frações do social, elas não são apenas formas, mas *formas-conteúdo*. [...] O lugar pode ser o mesmo, as localizações mudam. E lugar é o objeto ou conjunto de objetos. [...] Cada lugar, ademais, tem, a cada momento, um papel próprio no processo produtivo. Este, como se sabe, é formado de produção propriamente dita, circulação, distribuição e consumo. [...] Quanto mais acurada essa classificação, mais fecundas serão a análise e a síntese. (Santos, p. 2-3, 1985 – grifos do autor)

Podem-se tomar estas definições e caracterizações do geógrafo Milton Santos como suporte para um estudo referente ao espaço no âmbito geográfico. Essas ressalvas feitas pelo autor nos esclarecem em muitos aspectos, alguns temas mais complexos relacionados a condições fronteiriças entre um ou outro conceito, situação muito comum na geografia.

### **O espaço valorizado e a paisagem do espetáculo**

O turismo é um dos principais meios de valorização do espaço geográfico, indo desde uma área antes não habitada e isolada de grandes centros até reservas ecológicas que para complementar seus rendimentos se utilizam das próprias características naturais para garantir uma sustentabilidade financeira por meio da atividade turística. Pode-se então a partir desta reflexão associar os já trabalhados conceitos de lugar e sua interpretação e representação na forma de paisagem, como formas de compreender a complexa apropriação territorial, por uma iniciativa privada ou não, de uma porção do espaço que é transformado em fonte de renda e exploração.

Neste ponto trabalha-se com a questão do consumo do espaço, que no caso da cidade de Olímpia pode-se afirmar que tem um quadro que permite fazer uma

correlação centrada em duas grandes vertentes analíticas; 1) temos tanto a apropriação e de um bem natural – neste caso as termas localizadas nos arredores do município – e também uma forte especulação imobiliária e artificial no lugar, que dão a localidade um incremento espetacular, assim como nos mostrou Guy Debord (1997), fazendo uma verdadeira simbiose entre as parcerias público-privadas (no caso das termas dos Laranjais com forte vinculação estadual, mais que municipal) 2) e também no processo de construção de um lugar, ou como diria a professora Ana Fani (1994) a elaboração e construção de um não lugar dotado de uma paisagem natural ou artificial calcada no espetáculo.

Desta forma a espetacularização da paisagem, tendo tamanha importância na compreensão da complexidade do espaço, é imprescindível considerar não só a digressão ocorrida na transmutação da paisagem em mera imagem, mas com maior crítica discursiva a própria transformação desta imagem-paisagem em mercadoria. No dizer de Guy Debord o que se vê hoje é uma verdadeira simbiose entre a realidade e a hiperealidade, fazendo assim com que o próprio mundo se torne um espetáculo, característica fundamental do capitalismo estético da contemporaneidade<sup>iii</sup>:

Não é possível fazer uma oposição abstrata entre o espetáculo e a atividade social efetiva: esse desdobramento também é desdobrado. O espetáculo que inverte o real é efetivamente um produto. Ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retoma em si a ordem espetacular à qual adere de forma positiva. A realidade objetiva está presente dos dois lados. Assim estabelecida, cada noção só se fundamenta em sua passagem para o oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente. (Debord, 1997, pg. 15)

A intensificação desta especulação em torno das características naturais e das formas produzidas no espaço se dão principalmente pelos meios de comunicação em massa, os *mass media*, que direta e indiretamente contribuem para a redução do concreto em pseudoconcreto, passando assim da realidade propriamente dita para a hiperrealidade consumida e consumidora do hiperconsumidor (LIPOVETSKY, 2007). Pode-se resumir esta apropriação do

hiperespaço e seu conjunto de elementos geográficos (paisagem) na seguinte afirmação de Lipovetsky:

Trata-se de ter acesso a uma espécie de estado mágico ou extático inteiramente desconectado do real, um estado de euforia lúdica cujos começo e fim, como no cinema, são perfeitamente cronometrados.[...] o encantamento que resulta do excesso espetacular e da excrescência dos efeitos, o deslumbramento diante da hipertrofia dos artificios, o prazer ligado a um universo concreto que, integralmente 'estruturado' pelo imaginário, elimina as coerções do real tão-somente no tempo do consumo. (Lipovetsky, 2007, pág 64)

E no momento em que ocorre a valorização do espaço pelo capital e este passa a se configurar no contexto das relações sociais como principal agente de circulação de pessoas e dinheiro, toma início então uma verdadeira rede estrutural e supra estrutural para a garantia do bom funcionamento da atividade em questão (SANTOS, 1985; MOREIRA, 2008; CARLOS, 1994). Poderia ser um núcleo industrial ou comercial, mas no caso de Olímpia o turismo ocupa esta designação majoritária na representação regional e até estadual da cidade frente à maneira como esta é lembrada popularmente como a *cidade das termas*<sup>iv</sup>. Como exemplo a essa necessidade principalmente estrutural no que diz respeito a manutenção da atividade turística em Olímpia é o conseqüente avanço do desenvolvimento do setor de serviços, atendendo a demanda das pessoas que vão à cidade usufruir de suas atrações turísticas. Assim temos o desenvolvimento da rede hoteleira e comércio como principais indicadores deste quadro, havendo uma oferta de serviços exclusivamente voltados para um público específico, contemplando a opinião de Lage & Milone (1991) a respeito das necessidades básicas para que ocorra o desenvolvimento da atividade turística:

...para que haja dinamismo no mercado turístico, é necessária a presença de três elementos básicos: os preços dos produtos turísticos, a liberdade ir e vir e a heterogeneidade de bens e serviços oferecidos, de modo que o turista possa contar com diferentes opções. (Lage e Milone, p. 13, 1991)

No próximo tópico é exposta uma explicação da localização da cidade de Olímpia, e a seguir será abordado à questão regional e radial da cidade. Deste

modo, contempla-se uma contextualização de suas características econômicas e sociais com as cidades do seu entorno e também procurando estudar estes itens no âmbito endógeno do município, sempre focalizando a atividade turística como um importante fator para um estudo da economia recente (no caso não mais que 15 anos de processo histórico para se chegar ao quadro atual) e suas implicações para a sociedade como um todo.

## **Localização**

O município de Olímpia insere-se na porção noroeste do estado de São Paulo, enquadrando-se na mesorregião de São José do Rio Preto e na microrregião de São José do Rio Preto, estando 430 km da capital paulista (Figura 1). As vias de acesso para o município se dão principalmente pelas rodovias SP – 322 (Rodovia Armando Salles de Oliveira) e SP – 425 (Rodovia Assis Chateaubriand).

Atualmente, conforme a divisão territorial datada de 01-07-1960, o município se constitui de 3 distritos: Olímpia, Baguaçu e Ribeira dos Santos. A população em 2007 constava com 48.020 habitantes, segundo o censo do IBGE e a área da unidade territorial consta de 804 Km<sup>2</sup>.





Figura 1- Mapa de Localização do município de Olímpia /SP (Fontes: Roteiro turístico do SEBRAE; Sistema de Informações Ambientais (Sinbiota) do Projeto Biota – FAPESP).  
 Fonte: Anderson F. Guarda.

### Dinâmica espacial e econômica do Município de Olímpia

Talvez uma das maneiras mais eficazes de analisar a dinâmica espacial e econômica de uma região ou cidade seja o estudo de sua população. Então apresentaremos alguns gráficos que sintetizam nossa pesquisa de campo, juntamente com algumas ressalvas e observações, durante a exposição da parte empírica de nosso trabalho:

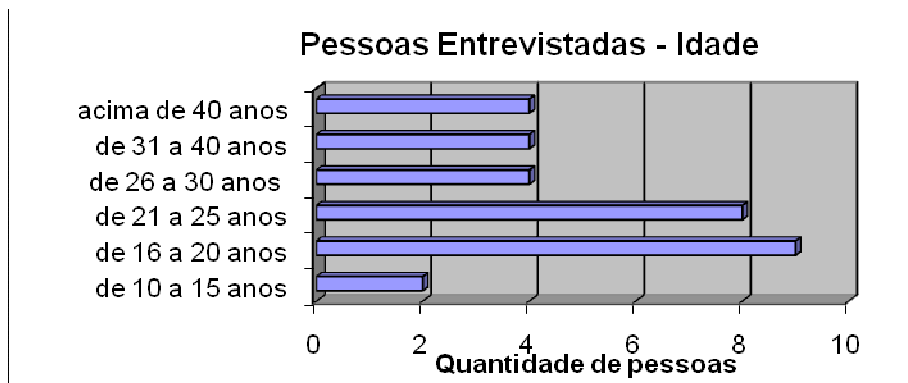


Gráfico 1- Relação entre entrevistados e idade.

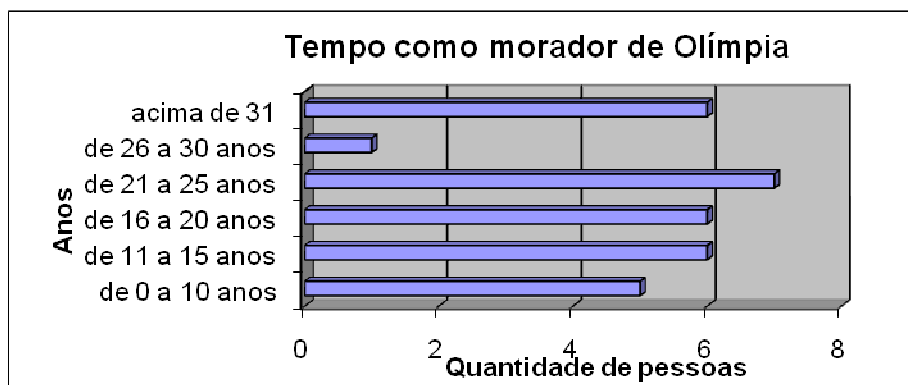


Gráfico 2- Relação entre entrevistados e tempo como morador em Olímpia.

Conforme o primeiro gráfico (Gráfico 1), optamos por centralizar a aplicação dos questionários a faixas etárias de 16 a 40 anos, período que compreende a grande massa de trabalhadores de um determinado local, o que nos mostra claramente o seu perfil. Observa-se, no segundo gráfico (Gráfico 2), que a grande maioria dos entrevistados morou pelo menos mais de dez anos na cidade, fator que legitima a qualidade de nossa pesquisa nos dando grande capacidade de análise do espaço por um período razoável. Cabe-nos expor ao leitor que dividimos e aplicamos os questionários igualmente entre os sexos masculinos e femininos.

A cidade de Olímpia, no interior de São Paulo, adentrou no novo século sendo incluída na rota dos pontos turísticos mais procurados do Estado em que se encontra dentro da Federação. Até mesmo reconhecimento em nível nacional existe sobre a sua riqueza natural (águas termais), ou mesmo internacional devido às constantes visitas principalmente dos asiáticos que ali se hospedam para desfrutar

de um parque que explora o recurso aquático diferenciado pelas atividades geológicas do local.

Analisando as primeiras linhas desse texto, um leitor pode já imaginar toda uma dinâmica do espaço do município em questão sendo resultante dessa estrutura turística de fama que ultrapassa fronteiras, em que grande parte da mão-de-obra depende da mesma, porém isso seria analisar superficialmente a questão, pois a paisagem que nas palavras de Milton Santos (1985, p. 49) é o “resultado cumulativo dos tempos” ainda não foi alterada de maneira profunda pela atividade turística do Thermas dos Laranjais, mesmo sendo um grande empreendimento em forma de parque aquático com diversas atrações. Como prova disso fazemos uma análise da simples tabela (Tabela 1) à baixo que traduz uma de nossas perguntas:

Tabela 1- Questionário sobre a influência do Thermas na vida dos cidadãos.

<b>O parque das Thermas tem alguma influencia direta na sua vida?</b>	
<b>SIM</b>	<b>48,3%</b>
<b>NÃO</b>	<b>51,7%</b>

Na obra “Espaço e Método”, autoria do professor Milton Santos (1985, p. 50), há uma continuação do desenvolvimento do tema de paisagem, expondo que em alguns casos “as inovações precisam passar por um maior número de distorções a fim de se integrarem ao sistema”. No caso de Olímpia, o principal empreendimento influencia diretamente metade da população, seja como sócios, funcionários, facilitadores de outras atividades ou prestadores de serviços. Embora a grande maioria da cidade tenha uma consciência que o turismo é um fator determinante para a importância da cidade. Observemos outra tabela (Tabela 2):

Tabela 2- Questionário sobre atividade turística.

<b>Importância da atividade turística para o cidadão olimpiense.</b>		
<b>Questões</b>	<b>SIM</b>	<b>NÃO</b>
Você acha que o turismo contribuiu para o crescimento econômico Olímpia?	80,5%	19,5%

Você acha que o turismo trouxe algum impacto negativo para a cidade?	77,5%	32,5%
O turismo trouxe mudanças positivas?	93,5%	6,5%

As afirmações teóricas até aqui e dados que a tabela nos apresenta juntamente com as percepções do grupo do reflexo espacial são conclusivas. Começamos por dizer que devido aos últimos quatro anos termos o verdadeiro “boom” do crescimento turístico, a ponto de em 2007 receber um milhão de turistas, o cidadão calcificou a idéia que Olímpia é a “cidade do Thermas”, sendo o empreendimento responsável pela dinâmica da cidade e trazer o desenvolvimento para a mesma. Porém o que vemos espacialmente é o oposto disso, pois há uma concentração das atividades nas áreas próximas ao Thermas, ou seja, uma concentração dos lucros advindos do turismo. Um exemplo claro dessa afirmação é o Shopping Boulevard, que possui 18 anos de existência, localizado no centro da cidade em que os proprietários de lojas dizem haver pouco benefício financeiro vindo do Thermas. Paradoxalmente, temos a intensificação das atividades no mercado Ikegami que cresceu significativamente nos últimos anos por estar localizado na avenida que dá o acesso e próximo ao Thermas dos Laranjais.

Outro fator importante é a percepção de que temos uma concentração e convergência das atividades na avenida principal (Av. Aurora Forti Neves), cujo principal destino é o Thermas. Nas proximidades do mesmo vai havendo, logicamente, uma valorização imobiliária dividida entre condomínios de luxo, grandes hotéis e comércios e em contraste pequenas casas mal acabadas, fruto de uma recente valorização.

Classifica-se como novo, o aparato turístico dessa região, que segundo o departamento de turismo comercial do Thermas dos Laranjais tem como ano de fundação 1987, quase na última década do século passado. Fato que unido às informações colhidas em campo, não influenciou na estrutura ou “modo de organização”, e o processo, que pode ser definido como uma ação contínua que se desenvolve na direção de um resultado qualquer. Implicando conceitos de tempo (continuidade) e mudança (Santos, 1985 p50), englobou-se só a partir das descobertas de águas quentes nessa região, gerando o turismo em sua economia e

dinâmica espacial. Mas não é visto uma mudança social no sentido de procura de equidade, isso talvez seja fruto de uma má gestão pública. E mesmo os cidadãos não tendo consciência dos impactos negativos causados pelo turismo, eles tem a consciência de que não há o intercambio da atividade turística com a prefeitura e muito menos um planejamento regional adequado. Vejamos mais uma tabela (Tabela 3):

Tabela 3- Questionário sobre a contribuição das gestões ao crescimento turístico.

<b>As últimas gestões têm contribuído para o crescimento do turismo?</b>	
<b>SIM</b>	<b>40%</b>
<b>NÃO</b>	<b>60%</b>

Segundo os moradores o fato de não haver um diálogo entre a iniciativa privada e a pública, é devido às rixas políticas entre o prefeito e o grupo de empresários que administram o Thermas. O único plano para o local a nível regional, que ficamos sabendo pelo próprio Thermas, é a construção de um grande trecho rodoviário que ligará Barretos (cidade muito conhecida pela tradicional festa de peão), Olímpia e São José do Rio Preto, trecho esse que ficará sendo conhecido como “Vale do Turismo”. Se não houver o devido valor em se planejar uma distribuição dos recursos para as diversas classes sociais, teremos cada vez mais discrepâncias espaciais negativas, tendendo sempre a acentuar as desigualdades sociais. Mas se até aqui pode-se perceber que o turismo não é tão relevante para a dinâmica sócio-espacial econômica quanto pensávamos que fosse, e sim importante em um sentido de identidade locacional simbólica, a grande pergunta que emerge é o que realmente movimenta a cidade? Para responder a questão analisemos os gráficos dos trabalhadores com e sem carteira assinada de Olímpia e quanto recebem em média:

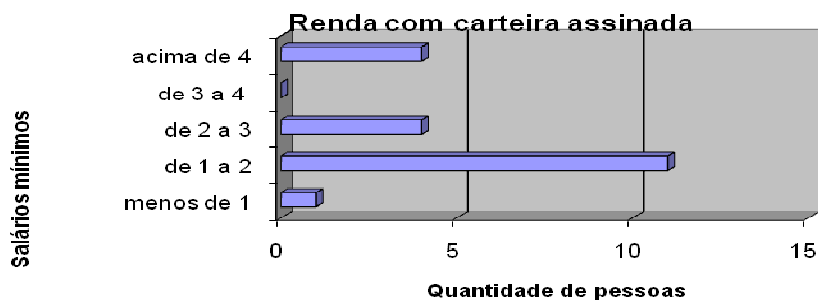


Gráfico 3- Relação entre entrevistados com carteira de trabalho assinada e renda.

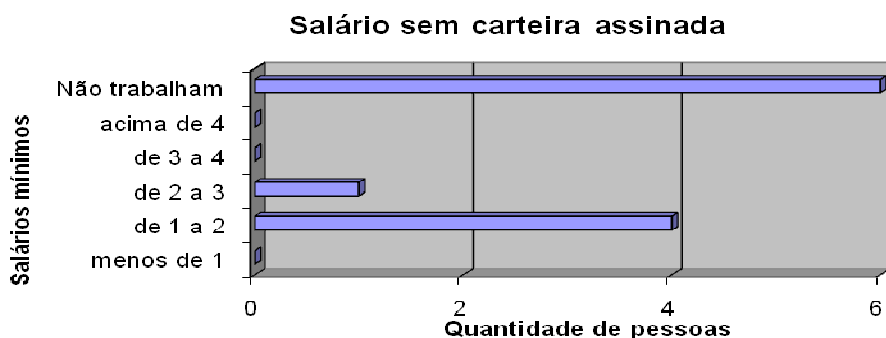


Gráfico 4- Relação entre entrevistados sem carteira de trabalho assinada e renda.

Segundo os gráficos (Gráficos 3 e 4) a cidade possui quase o mesmo número de trabalhadores que trabalham formalmente com carteira assinada e os que trabalham informalmente, um grande número de desempregados e uma minoria com renda salarial acima de quatro salários mínimos. E a renda média salarial da cidade de Olímpia segundo nossa pesquisa é de um a três salários mínimos, valor que corresponde à média do salário do comércio. Nessa breve caracterização nota-se que não temos uma diferença substancial das demais cidades do interior paulista.

A estrutura da cidade que podemos classificar como velha é a obtida através da agricultura, assim como em todo interior do Estado de São Paulo, onde a agricultura foi à atividade marcante no início de uma economia de modelo capitalista. Em entrevistas concedidas pelo chefe da Casa da Agricultura de Olímpia<sup>v</sup> e pelo secretário de planejamento da atual administração da Prefeitura de Olímpia<sup>vi</sup>, foram obtidos dados sobre o passado do município, e as culturas de café, laranja e cana foram os motores que impulsionaram o crescimento e desenvolvimento econômico e social de Olímpia em décadas passadas. Mesmo na atualidade essas culturas são fortes e asseguram a sobrevivência do município. É possível avistar na cultura

popular, modo de falar, modo de vestir, presença de automóveis do tipo basculante o caráter agro-interiorano dos habitantes e essa “forma ou aspecto visível dos arranjos ordenados dos objetos” (Santos, 1985 p50) está economicamente muito mais presente do que os fatores vingados do turismo, que segundo o secretário de planejamento, o turismo é somente uma parte da faixa ou imagem da cidade olimpiense, sendo os festivais culturais a outra parte dessa faixa. Em Olímpia, mesmo no centro da cidade, há casarões e outras construções menores que deixam transparecer as formas ou padrões remanescentes do século XX. O velho (que é refuncionalizado) e o novo operam lado a lado embora não sejam duas entidades separadas e autônomas (SANTOS, 1985).

Em entrevista com a diretora de turismo de Olímpia<sup>vii</sup>, que está a oito anos no cargo, percebe-se que o Festival de Folclore<sup>viii</sup> tem uma maior proximidade cultural com o morador de Olímpia. E sua última edição contou a participação de 180.000 pessoas vindas do Brasil inteiro, mas principalmente das cidades em que Olímpia exerce sua centralidade na região.

Ainda considerando informações obtidas na secretaria de planejamento do município, percebe-se que a indústria sucroalcooleira é um agente importante que contribui para a formação da estrutura da cidade. A já antiga Usina Guarani, hoje administrada por um grupo francês possui um moderno aparato tecnológico sendo considerada como “mecanizada” e com grande capacidade de produção. Possui 3000 funcionários efetivos e em períodos de safra chega ao número de 6000 trabalhadores se somados aos contratados por temporada<sup>ix</sup>. É um número expressivo de trabalhadores que tem caráter pendular sendo a maior parte dessa mão-de-obra absorvida de municípios vizinhos menores, como por exemplo: Guaraci, Severínia e Tabapuã, mostrando o certo grau de centralidade na área econômica que é exercida por Olímpia às cidades de seu entorno.

Em Severínia, por exemplo, o setor sucroalcooleiro responde por 60% do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) repassado ao município pelo Estado, graças às usinas olimpienses. E não são apenas os impostos que o setor sucroalcooleiro injeta nos municípios, pois com a geração de empregos diretos e indiretos há uma circulação econômica, que movimenta o comércio, indústria e serviços que ciclicamente resulta em mais empregos e arrecadação de

impostos. Durante a safra da cana, entre maio e novembro, a economia experimenta um aquecimento significativo. Um dos termômetros é o aumento no número de consultas ao SPC (Serviço de Proteção ao Crédito). A Associação Comercial e Industrial de Olímpia (ACIO) registrou em 2006 um crescimento de 36% nas consultas de maio, mês de início da safra, em comparação com abril. O total de consultas passou de 1.218 em abril para 1.654 em maio naquele ano. Segundo dados mais recentes houve uma intensificação desse processo nos anos de 2007 e 2008.

O excedente olimpiense de mão-de-obra no período entre safras da cana de açúcar é absorvido segundo a secretaria de planejamento pela indústria moveleira, especialmente a de móveis planejados e por encomenda, que é um segmento em expansão. O crescimento dessa indústria moveleira acompanha a expansão da construção civil, que está relacionada com a influência do turismo no processo de mudanças espaciais que agem no município. As maiores partes dessas novas construções, como dito antes, são de imóveis na região que estão se estabelecendo aproveitando a localização do Thermas dos Laranjais, pois segundo o conceito de renda monopolista:

Toda renda se baseia no poder monopolista dos proprietários privados de determinadas porções do planeta. A renda monopolista surge porque os atores sociais podem aumentar seu fluxo de renda por muito tempo, em virtude do controle exclusivo sobre algum item direta ou indiretamente, comercializável, que é em alguns aspectos, crucial, único e irreplicável. [...] A versão localizacional seria a centralidade (para o capitalista comercial), em relação, por exemplo à rede de transportes e comunicação, ou proximidade (para a cadeia hoteleira) de alguma atividade muito concentrada (como um centro financeiro). O capitalista comercial e o hoteleiro se dispõe a pagar um ágio pelo terreno, por causa de sua acessibilidade. (Harvey, 2005 p.222).

Essa expansão embora crescente em Olímpia ainda pode ser considerada como latente ou em potencial, pois como descrito parágrafos atrás, o turismo ainda não influencia no espaço urbano como único e principal agente moldador do espaço. Apesar do grande potencial da rede hoteleira local, se analisarmos a posição em que se encontra Olímpia na rede urbana do norte do Estado de São Paulo, que



corresponde segundo informações do SEADE<sup>x</sup> (Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados) a mesorregião de São José do Rio Preto, percebe-se que o conceito de renda monopolista citado não beneficiará somente o município em que se encontra a riqueza de águas térmicas. Olímpia sofre em escala meso e macro regional, o poder da centralidade exercida pelas cidades maiores em seu entorno como São José do Rio Preto, Barretos e Ribeirão Preto e esse fato unido às ótimas condições das estradas paulistas, colocam como opção aos turistas os hotéis de custo menor, existentes nessas cidades de maior porte<sup>xi</sup>. Continuando a trabalhar com o termo christalleriano de centralidade extraídos dos conceitos de rede urbana temos:

A complexidade funcional crescente vai traduzir-se, entre outros aspectos, no fato de que cada centro situa-se simultaneamente em pelo menos duas redes. Uma constituída por localidades centrais e na qual cada centro tem uma posição (metrópole, capital regional, centro sub-regional, centro de zona, centro local) e outra, menos sistemática e mais irregular, na qual cada centro desempenha um papel singular e/ou complementar a outros centros (Corrêa, 1997 p.100).

Olímpia como citada parágrafos atrás exerce sobre os municípios vizinhos menores a sua influência, e o setor terciário que dentro de suas fronteiras é mais forte que o secundário, segundo o secretário de planejamento, tem grande contribuição nessa influência. Muitas mercadorias como vestimentas, eletrodomésticos, serviços bancários entre outros são adquiridos pelos moradores de municípios vizinhos em Olímpia. Isso atrai para a cidade um grande número de lojas com franquias famosas no país, que exploram essa capacidade comercial.

O setor comercial é um grande estruturador do espaço e no município em questão emprega muitos cidadãos. É claro o grande fluxo de veículos (com significativa situação caótica devido à má sinalização nas ruas) e de pessoas na área central do município e o processo com as suas mudanças surgem pelas ruas da área central de Olímpia, dando a impressão de tentar colocar os velhos edifícios na condição de rugosidades do espaço.

Se considerar suas proporções, Olímpia conta ainda com um setor industrial muito forte, principalmente no ramo de fios e cabos. O Grupo CONDUMAX e INCESA é formado por três unidades fabris instaladas na cidade. Atualmente o

grupo é composto por mais de 500 funcionários diretos e aproximadamente 1.500 indiretos (terceirizados). Em suas unidades são transformados anualmente mais de 15.000 toneladas de cobre, 10.000 toneladas de aço, 10.000 toneladas de outros metais e 6000 toneladas de materiais isolantes. A Unidade CONDUMAX I é responsável pela montagem de Terminais e Cabos de baterias para o mercado automotivo. Atualmente os cabos fabricados pela CONDUMAX são utilizados em carros da Fiat, GM, Ford, caminhões Mercedes e Scania, ônibus além de implementos agrícolas. A Unidade CONDUMAX II é responsável pela fabricação de fios e cabos elétricos para baixa tensão para os quatro mercados de atuação da empresa: mercado de concessionárias de energia elétrica, Mercado Industrial, agronegócios, mercado comercial que são as revendas, grandes construtoras e instaladores.

Talvez possa-se afirmar que Olímpia seja um APL (Arranjo Produtivo Local) no setor de fios e cabos<sup>xii</sup>. APL's são aglomerações de empresas localizadas em um mesmo território, que apresentam especialidades produtivas e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais, tais como governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa. Na cidade de estudo não se tem bem definidos todos esses atributos, mas conta-se com parte deles, como por exemplo, proximidade física entre as empresas e forte relação com os agentes locais. Devido a tais fatores essas empresas são exportadoras de seus produtos e grande captadora de mão-de-obra de diversos níveis da região, fato que dinamiza o espaço e a economia local<sup>xiii</sup>.

Para finalizar a amostra empírica registra-se um fenômeno econômico, com ajuda do SEBRAE de Olímpia e o PAT (Posto de Atendimento ao Trabalhador), que coloca a cidade em uma situação favorável. A começar pela iniciativa de uma parceria sem fins lucrativos entre o próprio SEBRAE, o Sindicato Rural de Olímpia, a ACIO e a prefeitura da cidade, visando estimular o empreendedorismo local. Com essa relação entre as instituições e as facilidades de crédito que a parceria indica vinda de bancos estatais com juros reduzidos, o número de micro e pequenas empresas têm crescido na região. Nos últimos dois anos, nenhum empreendedor que procurou a parceria declarou falência ou se mostrou instável. Há um ambiente de competição sadia e busca por melhoria dos empreendimentos, que apesar de

tudo se concentram no ramo alimentício e hoteleiro, advindo do bom momento econômico do Thermas dos Laranjais. Acreditamos que somente no momento em que houver uma interação maior entre a iniciativa privada e as instituições, públicas ou não, teremos um desenvolvimento econômico-espacial mais acentuado. Pois não há dúvidas que o turismo trouxe crescimento econômico para a cidade, basta saber se trará desenvolvimento.

### **Considerações finais**

Pode-se finalizar o trabalho ressaltando o caráter fundamental de uma atividade prática tal como foi desenvolvida no município de Olímpia. Pensa-se que este é o caminho para se formar um geógrafo completo, que não se feche em seu gabinete formulando teorias e proposições sobre uma realidade que seu discurso nunca atingirá. Por isso compreende-se a inerente necessidade deste trabalho como um perfeito exercício prático na tentativa de elaborar hipóteses, procurar problemas e propor soluções, estruturando a experiência na graduação com substância teórica e metodológica para o porvir desta fase inicial na academia na qual nos encontramos.

### **Referências Bibliográficas**

CARLOS, A. F. A. **A cidade**. São Paulo: Contexto, 1994.

CORRÊA, R. L. **Trajetórias Geográficas**. Rio de Janeiro: Bertand Brasil, 1997.

CORRÊA, R. L. & ROSENDAHL, Z. [Org.] **Paisagem, Tempo e Cultura**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 2004.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo; Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro Editora Contraponto, 1997.

GUATARRI, F. **Caosmose: Um novo paradigma estético**. São Paulo: Editora 34, 1996.

HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Anablume, 2005.  
(Coleção Geografia e Adjacências)

LIPOVETSKY, G. A **felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MILONE, P. C.; LAGE, B. H. G. **Economia do Turismo**. Campinas: Papirus, 1991.

MOREIRA, R. **Pensar e ser em geografia: ensaios de história, epistemologia e ontologia do espaço geográfico**. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

SANTOS, M. **Espaço e Método**. São Paulo: Nobel, 1985. (Coleção Espaços).

SANTOS, M. **Manual de Geografia Urbana**. Trad. Antônia Dea Erdens, Maria Auxiliadora da Silva. - São Paulo: HUCITEC: 1981.

SEBRAE. **Roteiros turísticos de Olímpia**. São Paulo: SEBRAE, 2008.

SOUZA, M. J. L. de. **Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local?** . In: **Turismo e desenvolvimento local** [Org] RODRIGUES, A. B. São Paulo: Editora Hucitec, 2002. (Pág. 17 – 23)

Artigo encaminhado para publicação em maio de 2009.

Artigo aceito para publicação em julho de 2009.

---

<sup>i</sup> Uma versão preliminar desse texto foi apresentada no IV SEET e II SNMT em maio de 2009 em Francisco Beltrão - PR.

<sup>ii</sup> Neste ponto utilizamos de forma indireta a concepção de objetos fixos e os fluxos, presentes tanto na obra do geógrafo Ruy Moreira como de Milton Santos. Outros autores da ciência que se preocupam com as questões epistemológicas da geografia também fazem uso destes elementos como guia para uma análise espacial, mas preferimos nos reter a estes dois autores, contemplando assim por ora as necessidades deste artigo.

<sup>iii</sup> Para ver mais sobre o capitalismo estético ver: GUATARRI, F. **Caosmose: Um novo paradigma estético**. São Paulo: Editora 34, 1996.

<sup>iv</sup> SEBRAE, **Roteiros turísticos de Olímpia**. São Paulo: SEBRAE, 2008.

<sup>v</sup> O engenheiro agrônomo Manoel Décio Travaini.

<sup>vi</sup> Edil Eduardo Pereira.

<sup>vii</sup> Rosali Gobato Ducati.

<sup>viii</sup> Que no ano de 2008 teve sua 44<sup>a</sup> edição.

<sup>ix</sup> Número muito mais significativo para a região do que os 600 funcionários (isso no ápice da temporada) demandados pelo Thermas dos Laranjais.

<sup>x</sup> Para ver mais sobre dados estatísticos do estado de São Paulo ver: [www.seade.gov.br](http://www.seade.gov.br)

<sup>xi</sup> Daí emergir o projeto do “Vale do Turismo”, tendo em vista a facilitação da construção de mais hotéis próximo ao Thermas a fim de movimentar e intensificar a circulação de capital em locais mais próximos.

<sup>xii</sup> O caráter de dúvida do grupo se estabelece devido à falta de estudos geográfico-econômicos nesse sentido.

<sup>xiii</sup> Uma das características marcantes de um APL é sua contribuição para o desenvolvimento local endógeno (de dentro para fora).