



<http://www.observatoriogeogoiias.com.br/>

**Publicado originalmente em:** Anais do XIII Encontro Nacional de Geógrafos. João Pessoa, 2002.

## TIPOS DE TURISMO EM GOIÂNIA E SEUS ATRATIVOS PRINCIPAIS

DUARTE, Ivonald F.; SILVA, A. M. da; e SILVA, D. A. da,<sup>1[1]</sup> –  
UFG/IESA/Geografia  
Maria Geralda de Almeida<sup>2[2]</sup>  
Nível do trabalho: Graduação  
Relatório da disciplina de Iniciação Científica - concluído  
Email – [ivonskata@bol.com.br](mailto:ivonskata@bol.com.br), [nuecutiesaufg@yahoo.com.br](mailto:nuecutiesaufg@yahoo.com.br)

### Introdução

Sabe-se, hoje, que turismo não inclui apenas atividades de lazer. Contudo, tal concepção ainda permanece quando discute-se o turismo. O presente trabalho propõe-se a discutir o tipo de turismo praticado na cidade de Goiânia, fazendo uma discussão sobre certos mitos do turismo, muitos dos quais reducionistas da visão de turismo, como o que o vincula a lazer, pois locais turísticos ainda devem possuir atrativos vinculados a atividades prazerosas, ócio e lazer.

Se há uma rede hoteleira relativamente grande, uma rede alimentar diversificada e um bom conjunto de equipamentos de lazer, entre outros, mostram-na como turística. Se há uma infra-estrutura turística e de apoio, há um fluxo turístico. Para o trabalho fez-se inicialmente revisão bibliográfica seguida de trabalho de campo.

### A cidade

Toda atividade humana realiza-se em determinada área da superfície terrestre. A cidade da qual trata o presente trabalho, além de capital é a maior cidade do Estado de Goiás: possui mais de um milhão de habitantes e já conurba-se (apesar da idade recente) com cidades vizinhas como Aparecida de Goiânia. Foi idealizada para ser o centro de poder e decisão do Estado de Goiás, o que se mostra mesmo na arquitetura da cidade (ARRAIS,2001), diz que seu traçado foi inspirado nas cidades-jardins

---

<sup>1[1]</sup> Alunos do terceiro ano do curso de Geografia da UFG.

<sup>2[2]</sup> Profa. Dra. Titular do curso de Geografia da UFG, Coordenadora do projeto: Os territórios do turismo no estado de Goiás: diagnósticos e cenários futuros.



<http://www.observatoriogeogoiias.com.br/>

européias do século XIX, com praças, passeios públicos, parques, avenidas retas e largas, parecidas com os “*boulevards*” da Paris do séc. XIX). Sua proximidade com Brasília e localização nacional estratégica transformou-a em centro de desenvolvimento comercial.

A preocupação do poder público na integração com o turismo manifesta-se desde 1992. De lá para cá, dois destes discursos – “cidade ecologicamente correta” e “cidade das flores” – discursos marcados pelo apelo ambiental e por uma idéia de cidade marcada pela personalidade inovadora dos gestores, já buscavam gerar uma imagem positiva da cidade.

Apesar de seguir a tendência mundial de decadência das áreas centrais urbanas, em Goiânia é no centro onde estão os monumentos históricos da cidade, a maioria dos edifícios que lhe dá a identidade arquitetônica (*art-déco*<sup>33)</sup>,) presente em vários edifícios importantes.

Outros locais como a Praça do Bandeirante e a Praça Cívica também estão no Centro. A primeira foi remodelada diversas vezes e hoje resume-se a um local de poucos metros quadrados onde ainda permanece a estátua do “Anhangüera”. A Praça Cívica, contudo ainda permanece com suas dimensões originais. Nela estão importantes representantes do estilo art-déco, como o Museu Zoroastro Artiaga, o Centro Cultural Marietta Teles Machado. Importante componente da imagem da praça é o Monumento às Três Raças (que não fazia do projeto original). Segundo DAMASCENA (2000) a cidade de Goiânia nasce da Praça Cívica, daí sua importância como memória da cidade e locus de objetos e monumentos importantes da cidade. O uso desta praça, conforme este autor, dá-se em função da indústria em expansão (na época) do automóvel, restringindo-se seu uso para o lazer. Nem por isso deixa de ter o seu valor histórico e cultural para Goiânia (para o turismo é um lugar histórico, da arte e arquitetura.

### **Algumas definições e conceitos de turismo**

Apesar do crescimento recente, turismo não é algo novo para o ser humano. BARRETO (1995) afirma ser o seu conceito do séc. XVIII, na Inglaterra. Situa também seu início remoto no séc. VIII a.C, com as viagens para as Olimpíadas, diferenciando a viagem com fins turísticos daquelas do homem pré-histórico<sup>44)</sup>. O que aconteceu foi uma intensificação do fenômeno sócio-cultural (BOYER,2000), adquirindo visibilidade aos olhos da Ciência. Os estudos dão-se, no caso da Geografia, principalmente nos territórios receptivos, o que justifica-se pelo maior número de espaços receptivos e

---

<sup>33)</sup> A visão de sua importância para a memória da cidade aparentemente tardou em manifestar-se, pois somente há poucos se empreendeu iniciativas no sentido de sua restauração. São eles que dão as feições ao centro, apesar de muitas vezes afogados em meio aos edifícios ditos “modernos”.

<sup>44)</sup> Explica-se a diferença já levando em conta o turismo possuir em relação às migrações, distinções como a certeza da volta ao lugar de origem, a necessidade do uso de infra-estrutura no local de visitação, entre outros.



<http://www.observatoriogeogoiias.com.br/>

pela maior visibilidade dos impactos. Para GOMES(1999) a primazia do Geógrafo neste aspecto se deve ao fato da paisagem, como categoria da Geografia, ser de extrema importância ao turismo.

Etimologicamente, turismo vem da palavra francesa “tour” que significa jornada. Para GOMIDE (1972) esta jornada pode ser espontânea ou voluntária, feita a um determinado número de lugares e da qual se regressa usualmente ao local de seu início. Entende-se jornada, aqui, no sentido de lazer, descanso e passeio, que são de causas subjetivas a objetivas. De acordo com BARRETO (2000) que trata turismo como um fenômeno, antes da mais nada ele envolve movimento de pessoas, enfim, envolve gente. ALMEIDA(1998) vê o turismo como uma atividade que não se torna somente uma forma de gastar o tempo livre, mas como algo que vem aproximando-se cada vez mais de um novo tipo de consumo. Para a mesma autora (1998:123) a globalização favoreceu a transformação do turismo em um dos segmentos econômicos mais promissores, apesar dos “avanços e recuos deste processo [de globalização, e das desigualdades por ele geradas] (...) [no qual] prevaleceu a difusão das melhorias alcançadas nos bens e serviços (...)”. O turismo atual pode ser visto como resultado de “uma complexa teia de interações entre um conjunto de fatores” no dizer de ALMEIDA (1998:124), e que resultou de “a redução do aumento da jornada de trabalho, o aumento do tempo para lazer e viagens, períodos de férias escalonadas e o crescente número de pessoas aposentadas em pleno vigor das suas energias (...)o incremento na circulação de informações, de indivíduos e créditos financeiros (,,,)”.

Como a Ciência busca organizar e classificar os objetos do seu estudo, para o estudo do turismo já foram feitas várias segmentações, a fim de facilitar o estudo, para análise. Os dois tipos básicos são o emissivo e o receptivo. Diz-se, economicamente que um é passivo enquanto o outro é ativo, ou seja, traz divisa. Dividiu-se pelo tipo de atrativo (de praia, de saúde, de montanha, de negócios, eventos), tipos de turistas quanto à psicologia (segundo PLOG apud BARRETO, 1995) aloccêntricos, messocêntricos e psicocêntricos), etc.

O deslocamento e o motivação são fatores essenciais para o turismo. Há uma diferenciação dos motivos da viagem para Goiânia, conforme os lugares de origem: de grandes centros urbanos nacionais as intenções são geralmente de negócios, enquanto de regiões mais carentes a maioria vêm para tratamento de saúde. Esta última motivação dá-se, entre outras causas, pela quantidade de centros de saúde, diversificados, na cidade (oftalmologia, dermatologia, cardiologia). O turismo de saúde (tratamento) é feito por dois grupos distintos: de um lado estão aquelas pessoas de melhor poder aquisitivo e que podem pagar por um tratamento que é referência nacional, enquanto de outro as pessoas que vêm de lugares onde o sistema público de saúde inexistente ou é precário. O grande diferencial, em relação ao turismo, é que, como não se utilizam os mesmo equipamentos e serviços que aqueles de classes mais abastadas, e que algumas vezes vêm de cidades até maiores, não são vistos como



<http://www.observatoriogeogoiias.com.br/>

turistas, pois, permanece no ideário coletivo e dos investidores, para os quais o mais importante são as divisas, que o turista é somente aquele que se utiliza (e paga) pelos serviços no lugar turístico. Não são eles os indivíduos visados e interessantes aos gestores e investidores do turismo. Ao invés de visados, são mesmo indesejados.

Não há dúvida que os principais eventos realizados em Goiânia são ligados à medicina. A história destes não se inicia recentemente<sup>5[5]</sup>, embora seja na atualidade sua consolidação, após investimentos de parte do setor público e privado, na intenção de dar uma característica própria ao turismo na cidade. Portanto, os congressos de maior importância para o turismo municipal possuem uma relação com outro tipo de turismo, o de tratamento de saúde. Conforme dados levantados no trabalho para o tratamento de saúde dirige-se um percentual de 20% dos turistas, dos quais metade vêm da região sudeste. Mas os motivos de trabalho e negócios são os principais, segundo a mesma pesquisa.

Isto mostra que o turismo não se faz somente nos locais onde há contato com a natureza menos alterada pelo antropismo. Segundo GARCIA (1998) a promoção de cidades como destino turístico, para a indústria turística atual, implica em criar produtos e serviços que permitam várias escolhas de acordo com os gostos e necessidades de cada um dos segmentos de visitantes-consumidores.

O turista de eventos, apesar do seu pouco tempo de permanência, que raramente ultrapassa uma semana, procura, muito mais que os de negócio, visitar o que a cidade tem de interessante e utilizar-se dos serviços oferecidos. Este possuem um tempo livre muito maior e por isso mesmo necessitam de uma diversidade de atividades e atrativos que torne este tempo agradável.

No sentido da capacidade de realização de diversos tipos de eventos e convenções, além do Centro de Cultura e Convenções muitos dos hotéis da cidade possuem salões voltados a este tipo de atividade. Também não somente os hotéis o possuem, mas também os clubes. Todo esse conjunto permite absorver uma demanda de mais de 22.000 pessoas, indo desde eventos de pequena demanda até aqueles de grande porte, conforme “*folder*” da SEMTUR<sup>6[6]</sup> e trabalho de campo. Em média os hotéis e outros locais de eventos têm uma capacidade que varia desde 120 pessoas até locais com capacidade para até 4 mil pessoas.

Segundo local onde o turista hospeda-se no lugar turístico, ele pode ser classificado (BARRETO,1995) como um turista hoteleiro (hospeda-se em estabelecimentos hoteleiros tradicionais)

---

<sup>5[5]</sup> Segundo cartilha turística da Secretaria Municipal de Turismo, a tradição inicia-se com a realização, em 1951, do o “I Congresso da Associação Médica de Goiás”.

<sup>6[6]</sup> Secretaria Municipal de Turismo.



<http://www.observatoriogeogoiias.com.br/>

ou extra-hoteleiro (utiliza-se de campings, residências secundárias). Goiânia, segundo esta classificação é uma cidade onde predomina o turismo hoteleiro.

Nas cidades turísticas onde predomina o turismo hoteleiro devem possuir uma oferta de estabelecimentos em quantidade adequada à sua demanda. Quando isto não ocorrem transtornos de várias ordens para os turistas, que sentem-se desestimulados em retornarem. A grande quantidade de estabelecimentos de hospedagens de várias categorias (cerca de 96, segundo dados da ABIH) e uma capacidade de cerca de 8.500 leitos, leva a supor a existência de uma demanda, para a qual se ampliará a rede em 41%. Toda este investimento somente ocorre porque estes grupos, alguns até internacionais, vêem o grande potencial que existe na cidade para este tipo de turismo.

Os principais hotéis envolvidos com o segmento de eventos e negócios possuem desde uma média de 33 apartamentos até 177, com uma média de ocupação entre 40 e 90%, a época de menor ócio é entre os meses de março a novembro. As causas atribuídas a isso é o incremento dos negócios e a maior ocorrência de eventos.

A questão das sazonalidades, ou períodos de alta e baixa temporada, também ocorrem no turismo receptivo de Goiânia. Segundo constatação da pesquisa, existe um período mais prolongado para os principais tipos de turismo receptivo que para o turismo emissivo (ganha dimensões maiores na época de férias). Interessante notar que àqueles praticantes do turismo de negócios, não há a mesma consciência da sua prática que aos visitantes participantes em congressos. Da mesma forma os turistas da modalidade de tratamento de saúde, a idéia de lazer ou voluntariedade jamais os fazem sentir-se como turistas típicos.

Os deslocamentos humanos com fins turísticos se fazem devido a uma somatória de fatores, entre os quais podem ser citados a motivação para a viagem, possibilidades financeiras e temporais, existência de atrativos no local a ser visitado, existência de infra-estrutura, existência de meios de deslocamentos. A motivação é fator essencial para a viagem e é condicionada pelo atrativo. O atrativo turístico será mais subjetivo em cada caso, se sairmos da classificação geralmente proposta, que os distribui em naturais e culturais. O que será um atrativo para a visita a um parente ou amigo, poderá ser simplesmente a necessidade de encontro, confundindo-se ao mesmo tempo com a motivação. O mesmo acontece quando a motivação é trabalho ou negócio, quando a causa desencadeadora da viagem também será o atrativo principal.

Existem os atrativos naturais e os culturais. Por recursos naturais são conhecidos aqueles “nos quais não houve intervenção do homem, tais como florestas, acidentes geográficos, formações rochosas”( BARRETO, 1995:40). Entretanto lembra que é difícil ainda encontrar hoje algum atrativo (explorado) que esteja em estado de conservação, pois a visitação demanda algumas modificações no



<http://www.observatoriogeografico.com.br/>

ambiente, que menos ou mais, termina por descaracterizá-lo. Os recursos culturais dizem respeito a tudo que foi construído pelo homem, não importando se solidificados (obras, monumentos) ou se abstratos (festas, religião, modo de vida). Para BENI(1998) eles são chamados de histórico-culturais e são compostos por construções e monumentos (grandes obras artísticas e da engenharia). O que se considera como atrativo turístico é mais uma posição cultural, que intrínseca do objeto (ALMEIDA, 1996).

O turismo vive da singularidade, do diferente, do raro, exótico. Qual seria o grande diferencial existente em Goiânia que a tornaria turística? Sua posição geográfica no território nacional e o relevo pouco acidentado não permitiram a Goiânia o usufruto de atrativos como praias, cachoeiras. Entretanto a mesma posição que a privou de certos componentes turísticos naturais, valorizados atualmente, também a colocou em posição estratégica frente à racionalização de custos com transporte. Somando-se a isso os investimentos na infra-estrutura receptiva, interesse na atração de eventos, entre outros, o resultado foi a constituição da cidade com a vocação para o turismo de eventos.

Os *shopping-centers* também possuem alguma função turística na cidade. Podem-se ser enquadrados em atrativos culturais, decorrentes dos novos padrões culturais de consumo e comportamento, apesar de que sozinhos não desempenham papel importante. Seu valor é maior como centro de compras para a comunidade local ou atrativos secundários para turistas de cidades pequenas. Ultimamente tais locais desenvolvem, nas grandes cidades, a função da praça nas pequenas cidades ou nas antigas cidades grandes. Dentre os principais destacam-se o Flamboyant, o Bougainville, o Goiânia Shopping, Araguaia Shopping (terminal rodoviário), etc.

Os eventos esportivos, assim como outros tipos, demandam certos tipos de equipamentos. Estes são, além de hospedagem e alimentação, os locais onde estes podem ser realizados. Com um dos maiores estádios de futebol do Brasil, um ginásio de esportes de médio porte (Olimpico), um estádio poli-esportivo (Rio Vermelho) e ao lado do ginásio, um autódromo internacional (Ayrton Senna), um hipódromo (da Lagoinha), além de várias outras infra-estruturas de suporte a eventos esportivos, a cidade é colocada em concorrência para sediar diversos eventos.

O lazer e o descanso possuem ligações. A “natureza” é mostrada como uma forma de os proporcionar na sociedade urbana. Reservas do ambiente anterior são criadas, dando-lhes novos valores de uso (em muitas cidades, a área destinada a estes é bastante extensa) Há alguns de grande fama internacional, como o Central Park, nos EUA.

Em Goiânia, a capital que por longo tempo sustentou um discurso de ecologicamente correta, a presença dos parques possui importante papel. Tal fato é mostrado por ser o Bosque dos Buritis o símbolo da cidade. Entretanto outros parques também se fazem notar, tais como o Vaca Brava, Parque



<http://www.observatoriogeogoiias.com.br/>

Botafogo, Horto Florestal, Jardim Bitânico, Parque Areião, Parque Ecológico Ulisses Guimarães, Jardim Botânico “Chico Mendes” etc. A quantidade, apesar de insuficiente mostra a preocupação e o interesse que estes proporcionam, principalmente quando vinculam-se ao turismo, com interesses econômicos.

A feiras existem desde que existe o capitalismo, aliás, são os primeiros locais de comércio. Entretanto, hoje, muitas ganham importância no mundo urbano, seja pelo tipo de produto comercializado, seja pela singularidade do evento. Para BENI (1998:303), as feiras são “mostras, tendo como principal motivo a apresentação e/ou comercialização de produtos para o mercado interno e externo, abrangendo os setores econômicos da indústria, comércio, agricultura, pecuária e tecnologia, entre outros.” Para o mesmo autor (1998:305), esta podem ser de vários tipos, dentre os quais os mais importantes são a feiras e exposições comerciais e industriais, feiras e exposições agropecuárias, entre outras.

A feiras para lançamento antecipado de produtos são comuns na cidade, como as de confecção. Há vários centros comerciais voltados à venda deste tipo de mercadoria (a exemplo do Goiás Center Modas e Avenida Bernardo Sayão), além de grandes exposições com muitos anos de ocorrência, como a Expo-Vestir.

A cidade é o lugar da festa e do encontro, já dizia LEFEBVRE em O Direito à Cidade. Entre os atrativos culturais, um que toma corpo anualmente, e que demonstra as especificidades regionais, é a festa da Exposição Agropecuária, retratando o papel da pecuária na economia e cultura locais. A Festa da Exposição Agropecuária, evento anual, com mais 57 anos é tradição da cidade é conhecida na América inteira. Representa para o goianiense a para o visitante uma forma de lazer e diversão, não esquecendo-se contudo do papel ds negócios, razão da origem da festa. Porém não apresenta-se como atrativo turístico para o residente da cidade, para alguns é até mesmo um incômodo.

As feiras especiais ou feiras de lazer também tomaram corpo nos últimos anos. As principais são a Feira do Sol (domingos, na Praça homônima), a Feira da Lua (sábados na Praça Tamandaré). Estas atendem mais à população local, que para lá dirige-se para lazer e pequenas compras. Mas ocorre uma, aos domingos na Praça do Trabalhador (região central) que mobiliza pessoas de diversas regiões nacionais, devido ao porte e por vender produtos da indústria confeccionista local: é a Feira Hippie. Possui o nome devido aos produtos antes vendidos e seus expositores. Foi deslocada por diversas vezes, devido ao seu crescimento e pelos transtornos urbanos causados em função disso.





<http://www.observatoriogeogoiias.com.br/>

### Conclusões principais

Pelo que foi exposto neste projeto, observa-se que Goiânia tem uma grande tendência para o turismo de negócios, eventos e tratamentos de saúde<sup>771</sup>. Como já foi afirmado, Goiânia não é uma cidade desprovida de atrativos turísticos. Entretanto muitos (principalmente aqueles ligados ao lazer) podem ser considerados somente de potencial turístico, isto é, tem possibilidades de tornarem-se atrativos. Seus principais atrativos não seguem o padrão da maioria das cidades turísticas do estado.

Seus atrativos efetivos ou potenciais são, predominantemente culturais. Os atrativos naturais, embora discutível o seu grau, são poucos. Por isso os eventos, como feiras e exposições, além da importância central da cidade para negócios regionais são importantes atrativos culturais. Neste grupo ainda, a Exposição Agropecuária é também de grande importância, tanto pelo volume de visitantes, quanto pelo papel na vida da cidade.

Sua identidade art-déco aparentemente não foi explorada com fins turísticos, pelo menos ao ponto de ser notada nas propagandas turísticas.

O fluxo turístico para a cidade dá-se em função do comércio, dos eventos profissionais e comerciais, embora não deva ser desconsiderado o turismo de vista a parentes, uma vez que muitos dos residentes possuem parentes noutras cidades, dada a idade recente da cidade. Os diversos equipamentos de lazer servem mais à comunidade local, funcionando como atrativos de pouca importância.

### Bibliografia

- ALMEIDA, Maria G. Cultura – invenção e construção do objeto turístico. In: Agb. Espaço Aberto 3. Fortaleza, CE: Funcap, 1998.
- \_\_\_\_\_. Refletindo sobre o lugar turístico no global. In: CORIOLANO, Luzia N.M.T. Turismo com ética. Fortaleza, UECE, 1998.
- ARRAIS, Tadeu P. A. Goiânia ecologicamente correta: discursos e imagens no urbano. Dissertação de mestrado. Goiânia, apostila, 1999.
- BARRETO, Margarita. Manual de iniciação ao estudo do turismo. Campinas, SP: Papirus, 1995.
- BARRETO, Margarita. Turismo e legado cultura. Campinas, SP: Papirus, 2000.
- BENI, M. Carlos. Análise estrutural do turismo – 2ª edição. São Paulo, Ed. SENAC, 1998.

---

<sup>771</sup> Ressalva – as tabelas, resultantes das pesquisas feitas em hotéis, aeroporto e rodoviária não expressam claramente o turismo de Goiânia classificado na modalidade de eventos, pois neste período não havia nenhum evento ocorrendo ou próximo de ocorrer, porém embasados em outros elementos como: prefeitura, empresas de transporte e os próprios hotéis, podemos afirmar que um dos principais motivos de virem turistas para Goiânia é em função de eventos.





<http://www.observatoriogeogoiias.com.br/>

BOYER, Marc. Histoire de l'invention du tourisme XVI<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup> siècle – Origine et développement du tourisme dans le Sud-Est de la France. Lyon, Éditions de l'Aube, 2000..

DAMASCENA, J. Alves. As Multifuncionalidades da Praça Cívica de Goiânia. Monografia de Bacharelado. Goiânia, apostila, 2000.

GARCIA, Fernanda Ester Sánchez. Estratégias comunicacionais para o desenvolvimento do turismo urbano. In: LIMA, Luís Cruz (org). Da cidade ao campo: a diversidade do saber-fazer turístico. Fortaleza, UECE, 1998.

GOMES, Edvânia T.A. A ressurgência do turismo nos anos 90 – campo de possibilidades de revisitação da região, natureza e paisagem na Geografia. São Paulo, HUCITEC, 1999.

GOMIDE, M. R. Turismo: Noções elementares. 1<sup>a</sup> ed. São Paulo, SP: FTD, 1972.

LEFEBVRE, Henri. O direito à cidade. São Paulo, Documentos, 1969.

PELLEGRINI FILHO, Américo. Ecologia, Cultura e Turismo. 2<sup>a</sup> ed. Campinas, São Paulo, SP: Papirus, 97.

RAMOS, M. Eliane. Espaço Urbano e Modo de Vida: Um Estudo de Caso Sobre Lazer e Modos de Vida Em Goiânia. Dissertação de mestrado. Goiânia, mimeografado, 1998.

RODRIGUES, Adyr A.B. Turismo eco-rural – interfaces entre o ecoturismo e o turismo rural. São Paulo, HUCITEC, 1997.