

# **REINALDO MIRANDA DE SÁ TELES**

**TURISMO URBANO NA CIDADE DE SÃO PAULO: o**  
deslocamento do CBD e seus reflexos na hotelaria.

**Tese apresentada à Área de Concentração:  
Relações Públicas, propaganda e Turismo da  
Escola de Comunicação e Artes da  
Universidade de São Paulo, como exigência  
parcial para obtenção do título de Doutor em  
Ciências da Comunicação, sob a orientação da  
Profª Dra. Olga Tulik.**

São Paulo  
2006

# **Livros Grátis**

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

Milhares de livros grátis para download.

REINALDO MIRANDA DE SÁ TELES

TURISMO URBANO NA CIDADE DE SÃO PAULO: o  
deslocamento do CBD e seus reflexos na hotelaria.

**Tese apresentada à Área de Concentração:  
Relações Públicas, propaganda e Turismo da  
Escola de Comunicação e Artes da  
Universidade de São Paulo, como exigência  
parcial para obtenção do título de Doutor em  
Ciências da Comunicação, sob a orientação da  
Prof<sup>a</sup> Dra. Olga Tulik.**

São Paulo  
2006

TURISMO URBANO NA CIDADE DE SÃO PAULO: o  
deslocamento do CBD e seus reflexos na hotelaria.

Reinaldo Miranda de Sá Teles

Banca examinadora:

---

Presidente

---

1º Membro

---

2º Membro

---

3º Membro

---

4º Membro

São Paulo, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2005.

***Dedico à Alzira, Onofre  
e Rodolpho de Sá Teles.***

## RESUMO

Este trabalho discute o Turismo Urbano na cidade de São Paulo e a estreita relação dessa modalidade turística com os deslocamentos do CBD – *Central Business District*. Ao tratar dessa questão, verifica-se que, assim como as outras grandes metrópoles do mundo, São Paulo indica uma tendência a ser palco de um complexo movimento turístico. No entanto, a falta de reflexão e de promoção para o turismo, aliada à falta de políticas públicas, faz com que a cidade não se revele enquanto destino turístico.

Este estudo, fundamentado na literatura de ordem geral e específica e no trabalho de campo que resultou no mapeamento de áreas, buscou entender o movimento dos CBD e sua relação com o Turismo Urbano. Os centros de negócios, acompanhados de infra-estrutura como hotéis e espaços para eventos, norteou as investigações para esclarecer a dinâmica do turismo na cidade.

Com base na conectividade existente entre a hotelaria, os espaços para eventos e os atrativos, essa pesquisa revela a riqueza da infra-estrutura e de equipamentos existente em São Paulo, revelando uma estreita relação entre parte da oferta e a migração do CBD.

## **ABSTRACT**

This work is based in Urban Tourism in the city of Sao Paulo and the relation of its tourist mode with the displacements of CBD – Central Business District. Based in this point, it is noticeable that as any otherworld metropolises, the city of Sao Paulo tend to be the base of a complex tourist mode. However, the lack of reflex on and promotion of tourism with the lack of public politics help the city not to appear as a tourist destination as it should.

This study fundament of literature of general and specific order and on the campus work resulted on the mapping of the area made it clear about the CBD's role and its relation with Urban Tourism. The business centres followed by the infrastructure such as hotels and events areas made it easier to start the investigations about the dynamic of tourism in the city.

Based on the existent connection of catering, the spaces for events and attractions, this research reveals the wealthy of the infrastructure and equipments existing in the city of Sao Paulo and a good relation about the offer and migration of the CBD.

TURISMO URBANO NA CIDADE DE SÃO PAULO: o  
deslocamento do CBD e seus reflexos na hotelaria.

**SUMÁRIO**

<b>Introdução</b>	<b>1</b>
<b>1. Turismo Urbano e Turismo em Cidades</b>	<b>7</b>
1.1 Questão conceitual – panorama da literatura mundial	7
1.2 As Dimensões e as Variáveis do Turismo	21
<b>2. São Paulo – Algumas questões urbanas</b>	<b>38</b>
2.1 Fundamentos do Turismo Urbano na cidade de São Paulo	38
2.2 O papel das Políticas Públicas e das iniciativas particulares na dinâmica da centralidade	50
2.3 A questão da centralidade: a dinâmica espacial do CBD e a hotelaria	65
<b>3. Hotelaria, Negócios e Atrativos em São Paulo: fragmentos espaciais</b>	<b>78</b>
3.1 O Centro: apogeu e decadência	78
3.2 Avenida Paulista: o início da modernidade	88
3.3 Avenidas Luiz Carlos Berrini e Brigadeiro Faria Lima: sinais da contemporaneidade	102
<b>4. A distribuição da oferta turística no contexto da globalização</b>	<b>112</b>
4.1 Conectividade entre hotelaria, eventos e atrativos	112
4.2 Espacialização das atividades no contexto da globalização: A oferta turística inserida no setor terciário	131
<b>Considerações finais</b>	
<b>Referências bibliográficas</b>	



## **TURISMO URBANO NA CIDADE DE SÃO PAULO: o deslocamento do CBD e seus reflexos na hotelaria.**

### **Lista de figuras**

Figura 1:	Principais elementos do sistema turístico urbano	14
Figura 2:	Região Centro Histórico Tradicional	86
Figura 3:	Região da Paulista – Distribuição dos hotéis – 2006	96
Figura 4:	Região Berrini/Faria Lima – 2006	109
Figura 5:	Croqui do Centro	114
Figura 6:	Croqui da Avenida Paulista	118
Figura 7:	Croqui da Berrini/Faria Lima	122
Figura 8:	Croqui distribuição dos centros de eventos	127
Figura 9:	Convergência de transportes e área central	139
Figura 10:	Globalização e o novo sistema produtivo	140

### **Lista de tabelas**

Tabela 1:	Motivos da viagem dos turistas estrangeiros em visita ao Brasil – de 1999 até 2003 (%)	24
Tabela 2:	Centro Histórico Tradicional – Oferta hoteleira por categoria – 2006.	85
Tabela 3:	Centro Histórico Tradicional – Hotéis de rede nacional e internacional - 2006	85
Tabela 4:	Região Paulista – Oferta hoteleira por categoria – 2006.	99
Tabela 5:	Região Paulista - Hotéis de rede nacionais e internacionais – 2006.	100
Tabela 6:	Região Berrini/Faria Lima – Oferta hoteleira por categoria – 2006.	106
Tabela 7:	Região Berrini/Faria Lima – Hotéis de rede nacionais e internacionais – 2006.	107

## **TURISMO URBANO NA CIDADE DE SÃO PAULO: o deslocamento do CBD e seus reflexos na hotelaria.**

### **Lista de figuras**

Quadro 1:	Temas-chaves na revitalização urbana por meio do Turismo	32
Quadro 2:	Esvaziamento populacional das áreas consolidadas e centrais e crescimento das áreas de urbanização precária e de proteção ambiental	55
Quadro 3:	Tipos de Hospedarias Paulistanas	66

### **Lista de mapas**

Mapa 1:	Densidade de população nas diversas divisões administrativas da cidade de São Paulo	72
---------	---	----

### **Lista de anexos**

Anexo I:	Representação cartográfica do centro
Anexo II:	Tabela de atrativos
Anexo III:	Folheteria

## **Introdução**

O Turismo Urbano na cidade de São Paulo é o objeto desta pesquisa, entender os elementos constituintes dessa modalidade no que se refere ao deslocamento do *CBD – Central Business District* e seus reflexos na hotelaria complementam o tema.

A busca por um referencial ocorreu com base em toda literatura investigada. Os autores que se propuseram a discutir essa temática foram unânimes em destacar que a complexidade das relações que envolvem o conceito Turismo Urbano e o número ainda muito restrito de obras que se referem ao tema, não permitiu ainda a formulação de um conceito. Por outro lado, assim como nesta pesquisa, os autores, que investigaram essa questão, partiram de reflexões ligadas as teorias urbanas, para atingir o entendimento da dinâmica do Turismo Urbano.

A relevância da cidade de São Paulo para esse estudo se deu pela expressão que tal recorte espacial tem na categoria Turismo Urbano, assim como pelo porte da cidade, pela significância do crescimento e da localização da hotelaria e dos centros de eventos, e também pela presença dos atrativos. Outra questão de grande importância é que o Turismo na cidade de São Paulo apresenta características muito singulares se comparados às de outros destinos urbanos no Brasil. O caráter global da cidade permitiu sua inserção no grupo de cidades globais, o que lhe confere condições adequadas para o Turismo Urbano. Além disso, a infra-estrutura necessária ao sistema produtivo vigente, somada aos aspectos históricos e culturais, que se inserem na paisagem urbana, confere à cidade condições para o desenvolvimento e fortalecimento do Turismo.

O desenvolvimento econômico pelo qual a cidade passou, apoiado nas atividades de negócios, tem promovido o desenvolvimento do turismo chegando a

gerar importante fluxo de turistas de negócios. O reflexo dessa condição é a organização espacial de ordem geral, somada às atividades turísticas, ambas contribuindo para a configuração do espaço urbano.

Os elementos da oferta turística agregam características que vêm sendo configuradas no decorrer do processo histórico pelo qual passou e tem passado a cidade, o que justifica a inerente vocação para concentrar oportunidades de negócios dos mais variados segmentos profissionais. Conseqüentemente, a cidade cria uma infra-estrutura que permite grande movimentação de eventos de toda natureza, proporcionando, assim, um fluxo de turistas bastante significativo. Outra discussão pertinente a respeito do Turismo Urbano gira em torno da vocação para essa modalidade de turismo ainda pouco aproveitada em alguns pontos da cidade, e da necessidade de potencializá-los para que possam fazer parte de roteiros turísticos voltados ao lazer fortalecendo áreas da cidade que já não mais expressam o vigor financeiro do passado.

Na tentativa de melhor entender a capacidade turística da cidade, o trabalho analisa a importância da distribuição dos equipamentos turísticos e a conectividade desses elementos da oferta aliada ao conceito de Turismo Urbano.

Para entender esta trama de relações, justifica-se a escolha de três pontos importantes da cidade ligados à formação e ao deslocamento do *CBD* e da hotelaria. O Centro Histórico Tradicional, a região da Paulista e a região da Berrini/Faria Lima, áreas que foram investigadas e mapeadas para análise da expansão da hotelaria, localização dos centros de eventos e dos atrativos.

Pretendeu-se com este estudo, contribuir para a reflexão do conceito de Turismo Urbano, sua relação como *CBD*, e a dinâmica do espaço urbano. Para revelar questões tão complexas, ao longo do trabalho buscou-se entender o

processo de desenvolvimento econômico associado ao deslocamento e desdobramento de espaços ocupados ditados pelo modelo de produção para a cidade através dos tempos.

Em busca de respostas às indagações levantadas, foi feito levantamento bibliográfico, trabalho de campo para observações empíricas e mapeamento da hotelaria de rede, dos espaços de eventos e dos atrativos. Entrevistas com gerentes dos empreendimentos hoteleiros resultaram em informações sobre os produtos turísticos da cidade oferecidos aos hóspedes.

A busca pela bibliografia geral e específica compreendeu levantamento de obras que tratam de cidades ou teoria urbana. Como as de: Sassen (1998), Santos (1980), Andrade (1970), Cordeiro (1980), Frúgoli Jr (1995 e 2000), Lefebvre (1972), Rolnik (1990) e outros. O levantamento da bibliografia específica de Turismo, que norteou muita das reflexões contida neste trabalho, tiveram apoio nas seguintes obras: Pires (2000), Andrade (2000), Tulik (2003 e 2006), Beni (1998), Boullón (1990), Braga (2005) e Dias (2002). As obras específicas cuja discussão estava ligada diretamente ao tema Turismo Urbano são escassas. Pôde-se constatar que a temática carece de mais estudos. Entre os autores investigados, estão: Smith (1988), Law (2000), Pearce (2003), Tyler (2001), Borg (2001).

O mapeamento realizado para a construção das figuras distribuídas nos capítulos 3 e 4 faz parte de metodologias específicas ligadas à cartografia temática.

As figuras 2, 3 e 4 foram elaboradas pelo Método dos Pontos de Contagem, cuja finalidade é definir uma dupla percepção, que são as de densidade e as de quantidade. Segundo Martinelli (2003), este método em sua essência demonstra relativa precisão ao definir a imagem do conjunto e ao permitir leituras locais exatas

(MARTINELLI, 2003). Essa condição permitiu avaliar a distribuição dos hotéis de rede nas três áreas delimitadas para esta pesquisa.

As figuras 5, 6 e 7 foram elaboradas pelo Método das Figuras Geométricas Proporcionais que, através da utilização da variável tamanho e do círculo como figura geométrica, torna mais evidente a proporcionalidade entre as diferentes áreas do fenômeno abordado. Para Martinelli, nesta metodologia, é imprescindível que a proporção definida para os tamanhos a serem adotados nos mapas seja sempre a mesma para que imediatamente apareça as imagens dos contrastes ou das regularidades, se houverem, entre as distribuições espaciais registradas, (MARTINELLI, 2003). Esse método permitiu comparar a proporção da hotelaria descrita na região com a proporção dos atrativos, além de uma ampla análise dos dados levantados em campo.

Esta pesquisa envolveu também o estudo de componentes do Turismo; como hotéis, espaços para eventos e atrativos, que exigiram análise do espaço urbano para o entendimento do Turismo Urbano. Diante da evolução das atividades econômicas assistidas na cidade, e da expansão dos espaços de produção que resulta em novas formas urbanas, que conseqüentemente dinamiza a atividade turística na capital paulista, levantou-se o seguinte problema: **Há conexão entre hotelaria, espaços para eventos e atrativos na cidade de São Paulo de forma a atender a modalidade Turismo Urbano?**

Para responder o problema da pesquisa foram levantadas duas hipóteses:

- A migração do CBD resulta na degradação das áreas centrais das cidades e na perda de atratividade para o Turismo.

- A maior proximidade do Turismo Urbano em São Paulo com os segmentos de eventos e de negócios contribui para uma redefinição de novos espaços, orientada pelo deslocamento da hotelaria.

Para alcançar os objetivos propostos e aferir as hipóteses, esta pesquisa foi estruturada em quatro capítulos: Turismo Urbano e Turismo em Cidades; São Paulo – Algumas questões urbanas; Hotelaria, Negócios e Atrativos em São Paulo: fragmentos espaciais; e A distribuição da oferta turística no contexto da globalização.

O primeiro capítulo destina-se a apresentar a questão conceitual que envolve o Turismo Urbano ou o Turismo em Cidades, como denominam alguns autores. Toda reflexão feita nesse capítulo discutiu questões relacionadas à segmentação do turismo. Essa reflexão mostrou-se de extrema importância diante da necessidade de entender quais os elementos que compõem os diferentes segmentos que envolvem a modalidade Turismo Urbano e melhor visualizá-lo na dinâmica da cidade. Ao realizar esta discussão, destacou-se o estudo da dimensão espacial, fator importante para entender a referida modalidade turística, uma vez que o espaço geográfico se define como a soma das relações que se estabelecem num dado território.

Busca-se no segundo capítulo traçar um panorama histórico que responda pela morfologia urbana da cidade de São Paulo, e resgatar embora brevemente, os elementos-chave que nortearam a ocupação do espaço urbano, principalmente da área central, que se refletiram no turismo.

A preocupação com essa retrospectiva prende-se mais aos acontecimentos recentes, muito embora o passado tenha grande significado para a conformação urbana de São Paulo. Deve-se destacar, ainda, que a essa preocupação juntam-se

questões geográficas, que fundamentam a organização do espaço urbano.

Questões relacionadas à estrutura urbana que expliquem o movimento de negócios gerados na cidade e o Turismo Urbano, principalmente, o de Negócios e o de Eventos, foram também analisadas.

O terceiro capítulo descreve o recorte territorial, traduzido em fragmentos espaciais que resultaram do deslocamento do CBD e da hotelaria. Neste capítulo o objetivo é reportar-se ao conteúdo espacial que dá suporte ao Turismo Urbano, principalmente, no Turismo de Negócios e o Turismo de Eventos. O processo de evolução e decadência da região central, a modernidade revelada na região da Paulista e os sinais de contemporaneidade na região da Berrini/Faria Lima evidenciam os elementos constitutivos da centralidade urbana. Este capítulo revela, ainda, a dinâmica instaurada na cidade a partir da evolução do sistema de produção que provoca novas formas de organização do espaço urbano.

O quarto e último capítulo trata da distribuição da oferta turística e da sua conectividade no mercado global; reflete sobre a importância da hotelaria e dos espaços de eventos nos novos centros de negócios da cidade e discute o setor terciário no mercado globalizado e a condição de particularidade das cidades nesse mesmo contexto. Demonstra com alguns exemplos a possibilidade de concentração da oferta turística e a configuração do DNR – Distrito de Negócios de Recreação - a partir do deslocamento do CBD, da hotelaria, e da presença de Eventos e atrativos.



## **1. Turismo Urbano e Turismo em Cidades**

### **1.1. Questão conceitual – panorama da literatura mundial**

As cidades refletem a realidade das sociedades em que se encontram inseridas e constituem, no mundo moderno, um importante local de acumulação de capital, devido às atividades que nelas são desenvolvidas, considerando aqui, não só as metrópoles, mas também as cidades de médio a grande porte. Esse acúmulo de capital é reforçado principalmente por meio da produção industrial nas cidades e, conseqüentemente, pelo setor de serviços que passou a ter maior força no mundo moderno.

A redefinição dos espaços aliada às novas dinâmicas, muitas delas promovidas pela atual reestruturação do capitalismo, faz com que as cidades ganhem novos significados e movimentem significativo fluxo de turistas, proporcionando maior reflexão sobre o motivo das viagens para as cidades.

Cabe aqui indagar: Qual é a força do Turismo no mundo moderno? Em sua obra “Desenvolvimento Urbano e Turismo”, Borg afirma que o turismo como atividade pós-industrial nunca foi tratado sistematicamente nos inúmeros estudos regionais que já foram produzidos. O que se define como Turismo em Cidades e o que define Turismo Urbano? Conforme Borg, tais questões ainda não foram resolvidas entre os teóricos que se propuseram a estudar este segmento (BORG, 1999).

Com base na literatura disponível, a fundamentação teórica não foi suficiente pra se chegar até o momento, de fato, à definição de Turismo Urbano e Turismo em Cidades. Os autores pesquisados, no entanto, oferecem indícios de ações que possam vir a configurar essa modalidade. Por ser uma modalidade ainda não

definida, este trabalho tratará os termos Turismo Urbano e Turismo em Cidades como sendo sinônimos.

Com base nas indagações levantadas e com o intuito de elucidar questões como o Turismo em Cidades ou Turismo Urbano, faz-se necessário criar uma teoria na qual a prática do turismo seja objeto de investigação acerca das transformações que tal atividade possa gerar no espaço geográfico. Além disso, deve-se verificar a importância dos segmentos do turismo como agentes e componentes dessa modalidade que, de certa forma, sustentam a prática do Turismo Urbano.

Nos vários estudos de caso analisados, subentende-se que há diferentes motivações para se desenvolver o Turismo Urbano. O motivo da viagem, geralmente eventos e negócios, não exclui de sua motivação a prática de lazer.

Dados apresentados para destinos urbanos expressivos, mostram que os eventos e os negócios aparecem como motivos principais para as viagens em direção às cidades. Vários fatores justificam esse fato: a capacidade de recepção, o fluxo de informação, o movimento financeiro, o deslocamento de pessoas e, também, de consumo desses locais. Assim, para compreender o Turismo Urbano, é imprescindível que haja, também, o entendimento dos segmentos Turismo de Negócios e de Eventos, eixos fundamentais dessa modalidade.

O Turismo de Negócios é um segmento polêmico e foco de muitas discussões entre os teóricos. Beni (1998) define Turismo de Negócios como sendo:

*“... deslocamentos de executivos e homens de negócios, portanto, turistas potenciais que afluem aos grandes centros empresariais e cosmopolitas a fim de efetuarem transações e atividades profissionais, comerciais e industriais, empregando seu tempo livre no consumo de recreação e entretenimento típico desses centros, incluindo-se também a*

*freqüência a restaurantes com gastronomia típica internacional” (BENI, 1998: 423).*

Entidades como a ONU e a OMT classificam viagens de negócios como viagens turísticas. Para a ONU, uma viagem de negócios também é turística "não por causa da sua natureza e das motivações das viagens, mas por considerar prioritária a demanda significativa e constante dos empresários e executivos ao mercado de bens e serviços turísticos". Para a OMT, os viajantes a negócios podem praticar atividades que lhes sejam voluntárias, como o lazer em seu tempo livre, entendimento que se deu devido à dificuldade em mensurar a prática do lazer no contexto da viagem. Considerando que o deslocamento dos fluxos gerados pelos negócios promove, também, a prática do turismo no seu sentido mais amplo, é importante conhecer este segmento para melhor compreender o espaço turístico das cidades.

Os fluxos gerados pelo Turismo de Negócios, assim como pelo de Eventos têm contribuído para ampliar a infra-estrutura e para dar maior visibilidade às cidades. As grandes cidades têm respondido por grande parte dos eventos que ocorrem no mundo. Isso se dá devido à implantação da infra-estrutura criada para atender ao grande fluxo de viajantes entre emissor e receptor. Nessa perspectiva, refletir sobre o Turismo de Negócios e o de Eventos como importantes segmentos do Turismo Urbano é, também, tarefa necessária.

Outro autor que se preocupou com essa questão foi Andrade, que define o Turismo de Negócios como:

*“O conjunto de atividades de viagem, de hospedagem, de alimentação e de lazer praticado por quem viaja a negócios referentes aos diversos setores da atividade comercial ou industrial, ou para conhecer mercados, estabelecer contratos” (ANDRADE, 2000:75).*

Em sua definição, Andrade, assim como Beni, dá ênfase aos elementos que compõem a oferta e não discute o motivo que leva à definição do Turismo de Negócios, não fugindo muito da definição de viagens turísticas. Tal fato pode ser explicado pela dificuldade em se tratar do tema.

Quando Andrade avalia as necessidades básicas de hospedagem, alimentação e lazer que o turista de negócios tem no local visitado, constata que ele procura maiores centros onde se realizam os grandes eventos.

Turismo de Negócios aparece, com frequência, associado ao Turismo de Eventos, embora alguns eventos, como feiras de negócios, mantenham ligação mais direta com esse segmento. Assim como acontece no Turismo de Negócios, também no Turismo de Eventos, há certa fragilidade conceitual, embora o segundo não seja tão polêmico quanto o primeiro.

Um dos autores que aborda, de modo geral, Turismo de Eventos é Andrade. Para este autor essa atividade se define como:

*"O conjunto de atividades exercidas pelas pessoas que viajam a fim de participar de congressos, convenções, assembléias, simpósios, seminários, reuniões, (...) e demais encontros que visam ao estudo de alternativas, de dimensionamentos ou de interesses de determinada categoria profissional, associação, clube, crença religiosa, corrente científica ou outra organização com objetivos nos campos científicos, técnicos e religiosos para o atingimento de objetivos profissional, cultural, técnico-operacional, de aperfeiçoamento setorial ou de atualização" (ANDRADE, 2000:73).*

Com base nas considerações de Andrade, percebe-se que o Turismo de Eventos atende a um público amplo e diversificado. Considerando a amplitude referida, Getz destaca que feiras, exposições, e convenções são,

predominantemente, eventos comerciais nos quais vendedores encontram compradores ou profissionais reunidos para discutir negócios. Essa condição aproxima o segmento de eventos, precisamente os de cunho de negócios, do Turismo de Negócios (GETZ, 2001).

Ao tratar de marketing turístico para elaborar produtos voltados ao Turismo de Negócios, Kuazaki inclui como uma das atividades desempenhadas nas viagens de negócios, a participação em eventos. Para este autor, a viagem de negócios é uma modalidade importante que se caracteriza pela participação em convenções, encontros e congressos. Viagens de negócios caracterizam o deslocamento para o bom desenvolvimento de atividades profissionais (KUAZAQUI, 2000).

Para Mastrobuono, a importância e o crescimento do segmento de eventos e a consolidação de alguns tipos de reuniões como importantes agentes propulsores de viagens, justificaram e garantiram seu conhecimento como um tipo de turismo independente, conhecido como Turismo de Eventos, Turismo de Congressos ou de Convenções, entre outras denominações.

Do ponto de vista conceitual, os autores que buscam elucidar os conceitos do Turismo de Negócios e do Turismo de Eventos são unânimes em tratar apenas do cunho profissional dos participantes. Assim, esses segmentos não são considerados como sendo viagens turísticas.

Na esfera do Turismo de Negócios e de Eventos, deve ser destacado o papel da hotelaria geral, não só como meio de hospedagem, mas pela criação de espaços para realização de eventos. A partir da década de 1980, surgiram grandes espaços para eventos nos hotéis de várias cidades. Tal fato corrobora a proposição de Law, quando afirma serem os eventos e as conferências atividades inerentes ao Turismo Urbano (LAW, 2000).

Andrade identifica o Turismo de Eventos como um “fenômeno multiplicador de negócios, pelo seu potencial gerador de fluxos de visitantes”, ou seja, reconhece o segmento como sendo capaz de agregar um diferencial ao destino. Para Andrade “os eventos constituem parte significativa na composição do produto turístico, atendendo intrinsecamente às exigências de mercado em matéria de entretenimento, lazer, conhecimento, descanso e tantas outras motivações. Esses fatores, quando adequadamente identificados com o espaço onde se realiza a valorização das particularidades locais, podem se tornar partes destacadas da atração” (ANDRADE, 1999:31).

Em algumas cidades, mais de 40% da ocupação dos hotéis é gerada por viagens a negócios, assim, a qualidade no atendimento deve prever espaços e serviços adequados, além de proximidade a locais onde se realizam os eventos (LAW, 2000).

O que se tem verificado diante da grande procura pelo Turismo de Negócios e de Eventos nas cidades é que os fluxos têm condicionado o reordenamento constante das cidades, aperfeiçoando e criando novos produtos turísticos. Diante dessa tendência, áreas consideradas como degradadas, vêm sendo revitalizadas e ressurgindo para o Turismo Urbano.

O que se verifica, até o momento, é que tanto o Turismo de Negócios quanto o Turismo de Eventos requerem infra-estrutura de médio a grande porte para que possam acontecer. As cidades são, portanto, espaços convidativos para tais ocorrências, já que dispõem dessas facilidades.

Para melhor compreender o Turismo de Negócios e o Turismo de Eventos no contexto do Turismo Urbano, é importante considerar, como vem sendo feito, a interface entre esses dois segmentos, e os seus conseqüentes desdobramentos.

O problema da interface entre Turismo de Negócios e Turismo de Eventos agrava-se quando se verifica o robusto fluxo econômico-financeiro do Turismo de Eventos, como provam os dados do levantamento realizado de janeiro a novembro de 2001: no Brasil, 330 mil eventos acontecem por ano, com renda anual de 37 bilhões de reais, gerando três milhões de empregos diretos, terceirizados e indiretos, tributos na ordem de 4.200 reais. Esse montante representa 3,1% do PIB brasileiro. Desses 330 mil eventos, 168.963 (52%) foram realizados no Sudeste, tendo a cidade de São Paulo como sede hegemônica. O Turismo de Eventos detém, portanto, números que ultrapassam a receita do turismo doméstico e internacional. Mas até que ponto pode-se dizer que não são números interfaceados com os do Turismo de Negócios? (CANOVAS, 2005:37). Essa interface registrada por Canovas, pode ser reveladora para o Turismo de Eventos e para o de Negócios, embora apresente dados possivelmente sobrepostos. Entretanto, não tem grande importância quando se consideram esses segmentos como componentes da modalidade Turismo Urbano ou Turismo em Cidades.

Na tentativa de elucidar questões tão complexas como as já levantadas, buscou-se fundamentação teórica na literatura geral e específica. A obra de Borg trata da chamada Teoria do Sistema Turístico Urbano que é por ele definido com uma série de atrações turísticas e de instalações presentes no contexto urbano (BORG, 1999).

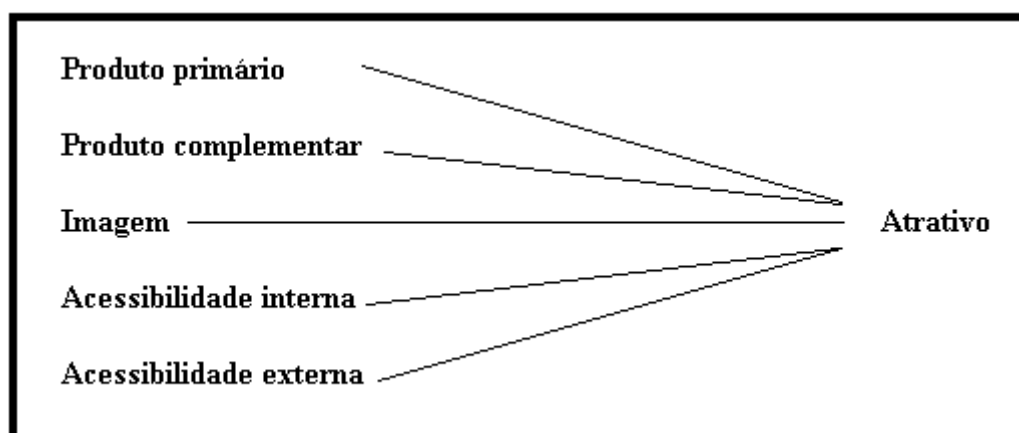
Com base em reflexões de diversos autores, acrescenta-se que, além das atrações e instalações, deve ser considerada a capacidade que as localidades têm de receber e enviar turistas. Nessa perspectiva, consideram-se tanto os negócios quanto os eventos como segmentos altamente positivos para gerar movimentos e fluxos de turismo para as cidades.

Assim, retomando a Teoria do Sistema Turístico Urbano de Borg, o turismo está relacionado com o movimento chamado intra-sistema, no qual se insere a atividade de recreação referente a todos os movimentos que não conduzem a fluxos turísticos e podem ser realizados no ambiente diário, e a fluxos intersistemas, que se referem às atividades de excursionismo e turismo, envolvendo deslocamentos e pernoites, (BORG, 1999:22).

Para Borg, a estrutura espacial do sistema de turismo depende, no entanto, dos estabelecimentos, das atrações, e das instalações turísticas e, ainda, das interações espaciais entre esses componentes. Observa-se que o tratamento dispensado à Teoria do Sistema Turístico Urbano elaborado por Borg considera apenas as ocorrências originadas pela oferta.

Numa outra perspectiva, Berg, Borg e Meer demonstram os fatores que determinam os atrativos do produto turístico de uma cidade, ressaltando que os setores públicos e privados podem influenciar o desenvolvimento do Turismo Urbano nas cidades. Percebe-se, pela figura 1, que todas as ações convergem para um único objetivo - o atrativo.

**Figura 1: Principais elementos do sistema turístico urbano**



Fonte: Berg, Borg e Meer, 1995.



Segundo esses autores, as cidades oferecem uma grande quantidade de funções e serviços que podem ser utilizados com objetivos de recreação tanto para os visitantes quanto para os residentes; juntos formam o produto turístico<sup>1</sup> total de uma cidade. Deve-se fazer uma distinção entre os produtos primários e os complementares do produto turístico urbano. Entre os produtos primários estão as características naturais (paisagem e clima), culturais e históricas, além das atrações criadas com fins específicos para atrair visitantes e eventos. O produto turístico complementar, relatado posteriormente em Borg (1999), consiste em elementos como hotéis, restaurantes, centros de conferências e palácios de exposições, produtos nos quais as cidades geralmente se superam, devido à força do sistema produtivo que é sustentada pelo movimento de negócios, daí a importância desses segmentos nos grandes centros urbanos do mundo. Por si mesmos esses produtos são complementares e não atraem visitantes potenciais, mas contribuem para os atrativos primários de uma cidade, (BERG, BORG & MEER, 1995:126). O atrativo turístico de uma cidade pode determinar a percepção que os turistas reais e os potenciais, bem como os moradores, possam ter em relação a ela e a imagem que será passada. A acessibilidade interna do sistema turístico e a acessibilidade na própria cidade com relação aos emissores são de extrema importância para o segmento de Turismo de Negócios e, conseqüentemente, para a prática do Turismo Urbano.

Vários estudos voltados à definição de modalidades turísticas, além da preocupação com os elementos voltados à oferta, evocam também a motivação

---

<sup>1</sup> Medlik e Middleton observaram que “para o turista, o produto engloba toda experiência – desde o momento em que ele sai de casa até o momento em que ele volta. Assim, o produto turístico deve ser considerado como um amálgama de três componentes principais de atrações,... instalações no destino e acessibilidade no destino”. Em outras palavras, o produto turístico “não é um assento de uma companhia aérea ou uma cama de hotel, nem mesmo relaxar em uma praia... mas sim uma amálgama de vários componentes, ou um pacote”: “Os assentos de companhias aéreas e camas de hotéis... são meramente elementos ou componentes do produto turístico que é um produto composto”, (Medlik e Middleton, 1973).

como princípio que contribui para a seleção e caracterização de localidades turísticas.

Ao investigar as obras que deram suporte teórico para esta tese, pôde-se perceber que estudos dessa natureza ainda não foram realizados no campo do Turismo Urbano. No entanto, outras modalidades já contam com discussões que permitem a formulação de conceitos. A modalidade que se opõe ao Turismo Urbano - o Turismo Rural – é uma das que envolve tais discussões.

No que tange às modalidades turísticas em geral, Tulik esclarece que “elas constituem o modo particular de fazer turismo, e disso resultam os diferentes tipos relacionados a um conjunto de características e conceitos” (TULIK, 2006:05). Em sua obra “Turismo Rural”, publicada em 2003, destaca:

*“Um assunto não resolvido, no meio acadêmico, é o arranjo sistemático dessas características, conforme suas afinidades, em grupos e categorias com propriedades análogas. Os diferentes critérios utilizados vêm resultando numa grande profusão de categorias não excludentes, tornando difícil a identificação dos diferentes tipos de turismo e, mais ainda, a conceituação de cada um deles. A confusão terminológica ocorre, ainda, pela variedade natural e cultural que se comunica às diferentes formas de turismo, principalmente àquelas relacionadas às motivações” (TULIK, 2003:28).*

Motivação e oferta, portanto, estão estreitamente relacionadas e interferem na discussão de qualquer modalidade, mesmo do Turismo Urbano.

Ao verificar a multiplicidade do arranjo sistêmico que a modalidade Turismo Urbano pode agrupar, tornam-se necessários também, alguns aportes teóricos para definir o que vem a ser esta modalidade. Indicadores para reflexão foram

encontrados num documento de referência oficial para implantação do Turismo Urbano em cidades europeias.

Na Comunidade Europeia, um dos caminhos encontrados para discutir o Turismo Urbano foi identificar e refletir sobre algumas questões diretamente ligadas às cidades.

Com o intuito de promover ações para o desenvolvimento dessa modalidade, levando em conta o potencial das cidades europeias a GIQ - Comissão Europeia de Gestão Integrada da Qualidade dos destinos turísticos urbanos - colocou em prática um programa. Trata-se da investigação pluridisciplinar e interministerial sobre “Turismo Urbano” com a proposta de identificar alguns eixos principais de reflexão, levantando questões essenciais e formulando as principais hipóteses para a realização dos trabalhos relacionados a esta modalidade nas diferentes cidades. O programa limitou-se às questões essenciais expostas, voluntariamente, de maneira um pouco caricaturesca e provocadora, a fim de contribuir para um referencial teórico, incluindo uma reflexão preliminar sobre “urbano” e sobre “turismo”, discutindo suas possibilidades e seus limites. As questões levantadas foram:

- O que se sabe de fato sobre Turismo Urbano, motivações que promovem seu desenvolvimento, em que classe de cidades se tem originado essa prática, e qual é a herança material e institucional dessa modalidade?
- Quais são as razões aparentes, ou mais profundas, para fazer ressurgir recentemente esse tema? O Turismo Urbano pode ser visto como recurso e alternativa para as “crises urbanas” no período pós fordista?
- Não é o Turismo Urbano um componente ou um complemento de outras formas e práticas turísticas melhor identificadas? Ou, ao contrário, pode ser considerado como um campo de investigação e um tipo de consumo original e

específico claramente constituído?

- A cidade é um produto turístico? É notável a heterogeneidade dos motivos de visita a uma cidade clássica (negócios; reuniões – congressos; recreio – cultura e distração; outras motivações pessoais: visitas aos pais, aos amigos; esportes; educação; saúde etc.), que, em combinação, nos mesmos lugares, com o ócio dos residentes urbanos, se traduz numa poderosa turbulência nos fluxos identificados, segundo vários critérios (origem geográfica, composição sócio-familiar, frequência e duração da estância, atrativos investigados, nível de gastos etc.). Quanto maior e mais atrativa a cidade, mais se acentuam essas questões.

- O Turismo Urbano é rentável? A intervenção da função turística nas estratégias urbanas mais globais, bem como nos elementos que compõem a oferta (hotéis, centros de reunião, parques e jardins, marina etc.) nas novas zonas de instalações, a justificativa “pretexto” de operações diversas (reabilitação do núcleo central, proteção e renovação do património monumental e cultural, vias principais, iluminação, limpeza e estabelecimento, medidas de segurança etc.) que aparece no processo de recuperação e carácter espetacular do desenho urbano. De que maneira e em que proporção pode-se imputar o custo dessas operações em um cálculo clássico da relação custo-benefício da política turística, e como apreciar os efeitos derivados neste terreno?

- O Turismo Urbano é inofensivo? A “turistificação da cidade” acompanha e reforça o processo contínuo de concentração das atividades superiores.

No conjunto dessas reflexões sobre Turismo Urbano em cidades europeias estão:

- crises urbanas pós fordistas;
- a cidade como produto;

- grau de atratividade;
- rentabilidade do Turismo Urbano;
- recuperação dos espaços urbanos;
- efeitos do turismo;
- concentração das atividades superiores

No que tange à busca dos referências teóricos para esta pesquisa merecem destaque: a herança material e institucional e o grau de atratividade das cidades. Ambas, direta ou indiretamente, são responsáveis pela atração que as cidades detêm e pela organização das localidades.

Sem entrar no mérito da validade das proposições elaboradas pela comunidade econômica européia, para avaliar o “Turismo Urbano” em diferentes destinos turísticos da Europa, o que se constata é que, com base na literatura existente, questões como as aqui levantadas pelo Programa de Investigação Pluridisciplinar e interministerial, não oferecem indicadores adequados para categorizar a modalidade. As questões relatadas podem ser insuficientes para se chegar ao necessário referencial teórico sendo, até mesmo, complexas demais para cidades que iniciam a implantação do Turismo Urbano.

As mencionadas proposições de Borg sobre o Sistema Turístico Urbano, somadas às necessidades das motivações proposta por Tulik com referência a Turismo Rural, enquanto teoria, podem, perfeitamente, serem discutidas na modalidade Turismo Urbano.

O Turismo de Negócios e o Turismo de Eventos refletem a grandeza das cidades expressas na oferta de atrativos e serviços. Embora os autores citados associem esses segmentos apenas ao trabalho, as cidades promotoras agregam os atrativos a esses destinos, completando, assim, o produto turístico. Com base na

bibliografia analisada, percebeu-se um cenário ainda muito abstrato ligado a esta modalidade. Discussões sobre a motivação poderiam revelar especificidades ligadas ao setor. A falta de entendimento da importância dos atrativos em cidades, onde os negócios e eventos estão mais próximos do mercado empresarial, revelam o desconhecimento do Turismo Urbano em sua totalidade.

A questão conceitual do Turismo Urbano e de seus segmentos principais pode ser enriquecida com o entendimento da dinâmica espacial das cidades. Entender as dimensões e as variáveis do Turismo Urbano é o assunto do item a seguir.

## **1.2. As dimensões e as variáveis do Turismo Urbano**

Para alcançar o objetivo desse item, é necessário investigar as diferentes dimensões temporais e espaciais do Turismo Urbano. Inicialmente convém resgatar a gênese do Turismo Urbano, e para isso, é preciso analisar a dimensão histórica para aprofundar o entendimento dessa modalidade.

Entre as obras analisadas, a pesquisa de Pires chamou atenção porque esclarece melhor a gênese da prática do turismo moderno, que, inicialmente, ocorre em cidades; e esse autor mostra, ainda, a proximidade dessa prática em relação aos modelos produtivos vigentes nos diferentes períodos da história, analisando as transformações pelas quais passava o Brasil no século XIX e os reflexos de tais transformações em cidades brasileiras. Segundo Pires, “as sínteses do desenvolvimento histórico do turismo, que antecedem algumas obras conceituais e técnicas, pelo seu caráter geral, podem levar a interpretações errôneas a respeito de determinados fatos. Um deles relaciona-se à idéia de que a partir das últimas décadas do século XVIII, a melhoria dos transportes esteve continuamente em ascensão, sem interrupções e sérios entraves, até a completa consolidação do sistema ferroviário europeu” (PIRES, 2001:06).

Utilizando a Inglaterra como exemplo, esse autor mostra que o incremento na demanda por viagens principalmente a partir do final do século XVIII, começou pouco antes de uma real mudança nos sistemas de estradas e nos serviços de diligências. Durante as primeiras décadas do século XIX, o vapor foi introduzido como força motriz e o conhecimento técnico adquirido colocou a Inglaterra na liderança tecnológica, fato que se refletiu na evolução dos transportes, (PIRES, 2001:06).

O progresso técnico e a ascensão da burguesia ocorreram concomitantemente à migração para cidades, o que gerou mudanças muito significativas na própria economia urbana, ocasionando o rápido crescimento de atividades ligadas a setores da economia antes diminuta (PIRES, 2001:13).

Segundo a literatura da época, antes mesmo do grande surto de ferrovias ocorrido na Inglaterra, esses segmentos intermediários, nutridos com o prestígio das atividades urbanas, representavam um mercado em rápida ascensão, que no decorrer dos anos beneficiar-se-ia com a revolução dos transportes.

O caso da Inglaterra foi utilizado para mostrar relação do progresso dos transportes para a ocupação das cidades que, posteriormente, movimentariam o turismo. Essa dinâmica refletiu-se embora pontualmente, em várias partes do mundo.

O desenvolvimento dos meios de transportes, assim como a aviação comercial e o investimento em estradas, condicionou as áreas urbanas a um ritmo de crescimento acelerado, chamando a atenção para o aumento do número de negócios que passaram a ocorrer nas cidades.

Por outro lado, o processo de industrialização revolucionou a forma de produzir, fato que exigiu uma concentração espacial para otimização econômica, proporcionando certa aglomeração próxima aos pontos de produção. Conforme coloca Pinzan, a inovação tecnológica, proporcionada pela Revolução Industrial, criou condições espacialmente necessárias para a produção e consumo na cidade (PINZAN, 2003:13).

A concentração espacial dos meios de produção nas cidades trouxe consigo o espaço de consumo. A cidade não é só o lugar onde se produz, mas é também o lugar onde se consome, onde o trabalhador obtém sua renda e realiza suas



despesas. A cidade é, a um só tempo, o espaço da produção e do consumo (PINZAN, 2003:13).

A grande movimentação de negócios nas cidades foi responsável pela criação de potenciais nichos para o mercado turístico com potencial de crescimento, e tem revelado novos espaços, como os centros de negócios. Nesse sentido Garnier (1997) afirma que:

*“O centro de negócios é a própria expressão do poder urbano, o coração vivo da cidade. Pela sua localização e extensão, pelos tipos de atividades nele concentrados, o estado de modernismo ou de abandono que revela, os trabalhos que lhe asseguram a conservação, o progresso ou a reconquista, o centro de negócios traduz as fases da vida urbana, a sua continuidade ou alternância, os efeitos da política regulamentar administrativa, assim como os das capacidades financeiras locais, nacionais e, por vezes, internacionais. O centro de negócios merece ser considerado como um dos elementos característicos do sistema de relações que estrutura o sistema urbano” (GARNIER, 1997:391).*

Considerando a proposição de Garnier, pode-se dizer que o poder urbano está estreitamente ligado à ação do homem no espaço. Cada manifestação das suas relações com o espaço pode dar lugar a uma análise reveladora, pois os centros de negócios, aos quais a autora se refere, desencadeiam um jogo financeiro e político que culmina num conjunto de características que se espacializa, mostrando a concretude da dimensão espacial somada à dimensão econômica. No caso do Turismo, essa concretização pode ser representada pela concentração de bens e serviços que podem vir a compor a oferta turística, e pelo movimento de turistas que é gerado para as cidades.

Um dos componentes da oferta que mais tem se destacado no contexto global, em várias cidades do mundo, é o ramo da hotelaria de rede que, de certa maneira, chega aos países de forma padronizada, e, no caso brasileiro, tem se mostrado grande aliado do setor de serviços gerado a partir do mercado de negócios da cidade. Daí a grande força do Turismo de Negócios e de Eventos nos espaços urbanos e, conseqüentemente, no Turismo Urbano.

Os reflexos econômicos, sociais, políticos, culturais e científicos gerados a partir da captação de eventos para as localidades que os sediam, e o efeito multiplicador da atividade turística e da segmentação do Turismo de Eventos, fazem com que inúmeros setores da economia se beneficiem direta ou indiretamente com a realização de um evento. Pode-se dizer que o sujeito que movimenta este setor de eventos é o **turista de negócios**, e o que comprova tal relação são as cifras apresentadas nas grandes cidades do mundo. O mesmo acontece no Brasil.

A Tabela 1, que apresenta os motivos da viagem dos turistas estrangeiros em visita ao Brasil, serve para mostrar segmentos associados ao Turismo Urbano, entre os quais, os Negócios, Congressos e Convenções.

**Tabela 1: Motivos da viagem dos turistas estrangeiros em visita ao Brasil – de 1999 até 2003 (%)**

Motivo da viagem	Ano				
	1999	2000	2001	2002	2003
Lazer	77,6	57,5	55,5	51,2	53,9
Negócios / Congressos / Convenções	21,2	27,9	34,9	28,3	26,0
Visitar Familiares / Amigos	-	10,9	10,6	15,6	17,1
Estudo / Ensino / Pesquisa	-	1,5	1,1	1,6	1,1
Religião / Peregrinação	-	0,2	0,1	0,5	0,5
Tratamento de Saúde	-	1,5	0,1	0,3	0,5
Outros	1,2	1,0	2,2	2,5	0,9

Fonte: Embratur, 2006.

O desdobramento do Turismo Urbano em vários segmentos reflete a complexidade existente nas cidades. Essa complexidade decorre da singularidade da oferta dos diversos destinos urbanos e se revela na composição dos produtos. No entanto, o estudo do Turismo Urbano não pode ser realizado apenas no viés econômico. Convém considerar, também, a análise da dimensão espacial.

O estudo da questão das formas de produção do espaço e das transformações sociais e espaciais do tecido urbano vem sendo mundialmente discutido por diversos autores em decorrência do predomínio do sistema econômico vigente (TELES, 2005).

A análise da estrutura sócio-espacial das cidades deve ser inserida em um contexto teórico e social mais abrangente do que os horizontes das análises quantitativas e microeconômicas, para compreender o conjunto dos processos que transformam a cidade atual.

“Para o Turismo Urbano é importante compreender como se estrutura o espaço das cidades e qual o significado e a importância dos elementos que constituem essa prática. E é importante também analisar o turismo como fenômeno urbano nas cidades e avaliar tal condição à luz das teorias espaciais já consolidadas, contribuindo para entender como se processa o turismo e de que maneira essa atividade agrega valores aos elementos que a compõem” (TELES, 2005:03).

O mesmo acontece com o Turismo de Negócio e o de Eventos que estão inseridos na dinâmica das cidades. Conforme Swarbrooke, o Turismo de Negócios tem destacado papel na renovação das principais cidades e metrópoles. A maior preocupação com o turismo nas áreas urbanas é a administração da pressão do grande número de turistas, principalmente em cidades históricas nas quais o

ambiente construído apresenta-se frágil diante da ampliação da malha urbana. Inúmeros registros mostram a procura de soluções para o congestionamento de pessoas e de trânsito, o que tem prejudicado a estrutura física e destruído a atmosfera desses locais (SWABROOKE, 2000:37).

O fato que desencadeia ações que provocam impactos no espaço pode ser justificado pelo modelo de organização dos espaços receptivos das cidades e que foram analisados por Judd (2003). Para este autor, o que se observa é a valorização de alguns espaços das cidades, condicionados à implantação de grandes empresas, contribuindo para a formação do que o autor chama de arquipélago ou enclave para os turistas. Para Judd o visitante, e também o morador local encontram dificuldades para escapar da estreita vigilância e do controle que os espaços enclávicos os condicionam. Judd observa, ainda, que, os enclaves constituem apenas um componente da espacialidade do Turismo Urbano, embora os ambientes construídos para o turista e o turismo estejam condicionados aos arquipélagos construídos. A complexa geografia das cidades proporciona muitas oportunidades para que os visitantes escapem do confinamento que lhes é oferecido. A dificuldade que o turista enfrenta de se desvencilhar dos espaços descritos por Judd esta relacionada às características das cidades visitadas. Nas cidades européias que desconhecem o extremo da segregação urbana, a excessiva criminalidade, os vários problemas sociais vividos nos EUA e em países subdesenvolvidos, os turistas tendem a ser absorvidos pela estrutura urbana. Já nos outros casos, a segregação proposta pelo modelo de organização que reflete a condição socioeconômica, ganha mais um aliado, a insegurança. Sassen, em suas pesquisas, sobre várias partes do mundo, conclui que a grande cidade tem assumido um papel de destino exótico. Para esta autora o turismo moderno já não está centrado nos monumentos históricos, nas

salas de concerto e nos museus, mas centrado na cena urbana ou em alguma versão da cena urbana adequada para o turismo. A cena que os turistas consomem é composta por um caleidoscópio de experiências e espaços orientados para o trabalho, consumo, ócio e alguns tipos de entretenimento (SASSEN, 1998).

Ao analisar a dinâmica do turismo em várias cidades do mundo, Berg propõe um modelo de desenvolvimento turístico que possa dar real importância ao desenvolvimento harmônico da cidade (BERG, 2003) e no qual percebe que o turismo é uma atividade integradora, e não segregadora, não resumindo a atividade a espaços turísticos enclávicos como os analisados por Judd. Para Judd, um equilíbrio entre as necessidades locais e os projetos de desenvolvimento econômico requer uma visão política de longo alcance, dificilmente possível em cidades onde os líderes estão ávidos pelo lucro imediato (JUDD, 2003:57).

A dimensão espacial do turismo deve merecer a atenção dos gestores, pois a interação dos turistas com o espaço geográfico, social e cultural provoca efeitos que transformam as localidades. É comum que os projetos turísticos tenham como objetivo maior o aumento da demanda e o interesse pelo lucro, denunciando mera preocupação econômica.

Assim, enquanto os profissionais envolvidos na gestão do Turismo em Cidades se preocuparem, apenas, com a pressão exercida pela demanda, ou com outros problemas que afligem o meio urbano apenas como elemento fim, estarão se distanciando, cada vez mais, da solução. Conclui-se, portanto, que o entendimento da mencionada dimensão é fundamental para compreender o turismo em sua totalidade. Às várias dimensões do Turismo Urbano correspondem variáveis urbanas que se encontram potencializadas e aquelas que estão prejudicadas.

A variável urbana pode agrupar grande número de atrativos históricos, espaços para eventos, *shows*, reuniões, convenções e todos os outros atrativos comuns a um destino de lazer. Cabe ao gestor avaliar a capacidade de visitação, a forma e os melhores produtos para a cidade com a qual estiver envolvido.

Pode-se dizer que as variáveis urbanas possibilitam caracterizar, diagnosticar e analisar, através de uma base analítica, os principais aspectos urbanos. Partindo do pressuposto de que as variáveis podem ter ou assumir diferentes aspectos, segundo as características ou circunstâncias de determinadas cidades, é importante agrupar a potencialidade indicada pelas variáveis apresentadas pela cidade que se dispõe a desenvolver a modalidade Turismo Urbano.

Um exemplo de variáveis urbanas prejudicadas e condicionadas pelo aumento do número de turistas nas cidades é descrita por Swarbrooke quando relata o caso das cidades históricas. Segundo esse autor, a ascensão do turismo histórico-cultural presencia uma pressão cada vez maior sobre as pequenas e grandes cidades históricas, especialmente na Europa. A rápida elevação do número de turistas nesses lugares tem causado grandes problemas, além da concentração dos mesmos em partes das cidades ou metrópoles e em apenas alguns dias do ano, causando vários problemas:

- danos a edifícios, causados pela vibração e pelos poluentes emitidos por carros;
- congestionamento e volume de pessoas nas ruas, trazendo transtorno inclusive aos moradores do local;
- perda da identidade, da sensação de paz e espiritualidade de alguns locais;

- presença de muitos viajantes que permanecem apenas um dia e que gastam relativamente pouco (SWABROOKE, 2000:37).

Todos esses problemas podem ser melhor analisados quando se avaliam as reais possibilidades da cidade e busca-se valorizar as variáveis urbanas, que podem se revelar no transporte, no patrimônio edificado, nas condições do saneamento básico, nas vias de acesso, na capacidade de lotação dos espaços de eventos, na quantidade de atrativos naturais e culturais, entre outros.

Ao analisar o caso de Veneza, na Itália, e Bruges, na Bélgica, Swarbrooke revela o quanto a atividade turística pode ser benéfica para a cidade quando os elementos que a prejudicam são contornados. Segundo esse autor, quando a pressão da quantidade de turistas é considerada um problema, as providências tomadas podem variar desde ações mais simples até outras mais complexas.

- iniciativas para controlar o trânsito;
- tentativas para motivar os turistas a andar ou a usar o transporte público para deslocamentos;
- tentativas de reduzir as visitas nas horas de pico, promovendo visitas em horários menos congestionados, entre outros;
- medidas para direcionar os turistas das cidades históricas superlotadas para cidades culturais que estejam ansiosas para receber mais turistas (SWABROOKE, 2000:37).
- a criação de rotas “alternativas” de turismo, ou seja, redes de atrações sustentadas por instalações turísticas complementares (...) utilizadas para espalhar a demanda em outras áreas das cidades ou metrópoles (BORG, Departamento de Estudos e Lazer / Unidade de Pesquisa do WORC *apud* SWABROOKE, 2000:37).

Na medida em que os países se urbanizam, o Turismo Urbano torna-se cada vez mais capaz de beneficiar as cidades. A particularidade de certas estruturas urbanas possibilita grande diversidade na oferta.

Ao analisar o espaço urbano buscando um entendimento para a atividade turística, o que se deve considerar, ao se tratar das variáveis urbanas, é: qual é a forma urbana que acomoda os elementos da oferta e, a partir daí, pensar o movimento turístico da cidade.

Segundo Sassen, em se tratando dos países desenvolvidos e de algumas cidades de países em desenvolvimento, entre as quais São Paulo, Cidade do México, Taipei, Bangcoc, estão surgindo três padrões distintos nas grandes cidades e nas regiões à sua volta, (SASSEN,1998).

Em primeiro lugar, havia, nos anos de 1980, uma densidade cada vez maior de locais de trabalho nos centros urbanos tradicionais, associada ao crescimento dos principais setores e das indústrias.

Em segundo lugar, juntamente com o crescimento do centro das grandes cidades, houve a formação de densos eixos de desenvolvimento comercial e de negócios em uma região urbana mais ampla, padrão que não era evidente em países em desenvolvimento. Esses eixos assumiram diferentes formas: complexos de escritórios em bairros distantes e de alto nível, cidades limítrofes, aglomerações urbanas em áreas periféricas.

O terceiro padrão refere-se à intensidade cada vez maior da marginalidade de áreas e setores que operam fora do subsistema orientado para o mercado, o que inclui um aumento da pobreza e das desvantagens sociais (SASSEN, 1998:122). Esse fato verifica-se, com certa nitidez, na região central da cidade de São Paulo



que, embora contenha alta qualidade no que se refere à distribuição dos atrativos histórico-culturais, não se insere na nova rede que dinamiza a produção na cidade.

As variáveis necessárias à dinamização da atividade turística, sobretudo nos países em desenvolvimento, não são independentes para a formação do espaço turístico num sistema de circuito superior. Esta questão confirma-se diante da afirmação de Sassen e de vários outros autores que tratam da questão urbana. Para Sassen, o desenvolvimento do espaço ocupado pelas atividades comerciais e pelos escritórios conduz a uma forma distinta de reconcentração descentralizada da atividade econômica na periferia urbana. O deslocamento geográfico está muito relacionado com as decisões das empresas nacionais e multinacionais quanto à localização das empresas que transformam as periferias urbanas em centros de crescimento das indústrias mais dinâmicas.

Entendendo-se que estudiosos do espaço urbano já revelaram os elementos que dão forma ao espaço urbano, cabe aos profissionais de turismo identificarem os elementos da oferta turística, e pensar de que maneira a oferta está inserida na cidade, e qual o mecanismo de funcionamento da atividade no contexto da cidade (SASSEN, 1998:123).

Sassen destaca que nos Estados Unidos, grandes cidades como Nova Iorque e Chicago possuem centros extensos, reconstruídos, muitas vezes devido ao brutal estado de abandono que atingiu boa parte da infra-estrutura urbana, e devido, também, à obsolescência imposta e tão característica das cidades americanas. Essa negligência, além da obsolescência acelerada, produz vastos espaços para a reconstrução do centro, de acordo com os requisitos dos regimes de acumulação urbana ditados por padrões de organização espacial da economia urbana que prevaleçam em determinado momento (SASSEN, 1998:123).

Algumas cidades como Nova Iorque, Paris, Londres e Milão são conhecidas no mundo todo como destinos turísticos e, a cada dia reforçam sua imagem sugestiva para estimular a demanda.

Berg, Borg e Meer afirmam que as cidades têm que passar uma imagem sugestiva enquanto destino turístico urbano, enquanto Pearce e Butler (2002) destacam a importância da revitalização urbana que, para atender a atividade turística, entre outros usos, deve permear o interesse político dos locais que se dispõem a atuar neste campo. Para esses autores, existe uma necessidade crescente de avaliação crítica do potencial turístico das cidades, pois os temas-chave para o desenvolvimento do turismo funcionam como veículo no processo de revitalização (PEARCE e BUTLER, 2002:106). O que se pode inferir, com base nesses autores, é que a cidade deve estar segura de sua capacidade para promover uma escala de produtos turísticos facilmente acessíveis e altamente competitivos, atraindo um número suficiente de visitantes que façam bom uso dos atrativos encontrados. O quadro abaixo, de Pearce e Butler, indica esquematicamente os caminhos que devem ser seguidos para garantir sucesso no processo de revitalização:

**Quadro 1: Temas-chave na revitalização urbana por meio do Turismo**

<b>1</b>	Transformação dos recursos históricos em produtos de Turismo Urbano
<b>2</b>	Identidade cultural das cidades: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilidade ao lugar,</li> <li>• Processo de seleção e interpretação.</li> </ul>
<b>3</b>	Gerência da qualidade: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Integração do turismo ao sistema urbano,</li> <li>• Gerência de recursos;</li> <li>• Gerência dos visitantes.</li> </ul>

Fonte: Pearce & Butler, 2002.

Considerando essas questões básicas e a maneira como se organiza o turismo, estes autores, afirmam que outras questões que parecem menores determinam também os resultados obtidos para promover o desenvolvimento do turismo urbano. No entanto, questões mais particularizadas, diferem de um caso para outro, estando, estreitamente relacionadas à situação da cidade e, às suas próprias expectativas de esforço no lançamento da atividade turística. Para Berg, Borg e Meer seria impossível elaborar uma lista completa das circunstâncias que beneficiam o turismo. Admitem, porém, que é possível discutir algumas delas, considerando a situação da cidade e a estratégia escolhida para o desenvolvimento do Turismo, (BERG, BORG e MEER, 1995:126).

Ainda para Berg, Borg e Meer, o ciclo de desenvolvimento do turismo no espaço urbano das cidades ocorre independentemente do ciclo do desenvolvimento do Turismo Urbano. No entanto, a eleição de uma estratégia de desenvolvimento depende do estágio em que se encontra o desenvolvimento urbano (BERG, BORG e MEER, 1995:126).

Embora o Turismo de Negócios e de Eventos apresente-se como os principais segmentos geradores de demanda para cidades, é possível observar o quanto múltipla e diferenciada é a oferta que tem grande importância para o cenário urbano.

Diante da multiplicidade da oferta encontrada nas cidades, e considerando que o turismo pouco tenha sido discutido sob a ótica do espaço urbano, sobretudo em cidades brasileiras, busca-se entender as dimensões e as variáveis relacionadas à distribuição dos fenômenos que dinamizam o turismo, especialmente os meios de hospedagem e os elementos que compõem a oferta turística na cidade.

Esta análise é importante porque, com base em teorias de organização do espaço, tem-se verificado que a ação transformadora do espaço se dá pela lógica de produção do atual momento, mas que a prática da atividade turística e o turismo como fenômeno urbano é resultado dos processos sociais que dão forma e movimento às práticas vigentes no atual momento histórico.

A fim de melhor compreender esse fato, convém destacar uma observação feita por Harvey em seu trabalho *Condição Pós-Moderna*, no qual o autor afirma que “a modernização envolve a interrupção perpétua dos ritmos espaciais e temporais, e o modernismo tem como uma de suas missões a produção de novos sentidos para o espaço e o tempo, num mundo de efemeridade e fragmentação” (HARVEY, 1992:56).

Percebe-se que ao analisar o fenômeno do turismo e verificar o atual estágio de desenvolvimento de tal atividade, tanto no recorte espacial selecionado nesta pesquisa quanto no mundo, deve-se considerar o estágio de desenvolvimento social do momento histórico em que a sociedade está inserida.

Conforme coloca Harvey, “a aparência de uma cidade e o modo como os seus espaços se organizam formam uma base material a partir da qual é possível pensar, avaliar e realizar uma gama de possíveis sensações e práticas sociais” (HARVEY, 1992:62).

A partir do momento em que se admite o espaço como uma categoria histórica, deve-se admitir, também, a característica mutável de seu conceito, pois a sucessão do tempo impõe a sucessão e a incorporação de novos eventos e novas variáveis para a análise do espaço urbano.

Conforme afirma Santos, cada época é determinada por um sistema técnico. O atual sistema tem a extensão do globo e se sobrepõe aos anteriores, além de ser

utilizado por atores hegemônicos. O meio técnico-científico-informacional é a nova cara do tempo e do espaço. O espaço e o tempo tendem à unificação, à convergência (SANTOS, 1994).

Diante de tal colocação, pode-se afirmar que a cidade reflete processos sociais, independentemente da época ou do período histórico em que existe, o que é bastante compreensível, dado o fato de que é nas cidades que ocorrem as relações entre grandes grupos de indivíduos, como aconteceu em outras épocas. A metrópole moderna como expressão máxima do desenvolvimento quantitativo de uma cidade contemporânea é produto da economia de mercado e da sociedade estratificada, ou melhor, é produto e fator de reprodução dos modos de vida capitalista, pós-industrial e neoliberal.

É na metrópole que se encontram as melhores condições para se realizar o acúmulo de capital e a reprodução das formas contemporâneas da força de trabalho, fato que justifica a infra-estrutura geral que atende ao Turismo, ligada ao mundo dos negócios. Assim, para Santos, o espaço urbano metropolitano passa a ser, ao mesmo tempo, causa e reflexo de uma mesma coisa, e passa a ser moldado, portanto, pelos processos que nele ocorrem no sentido de reafirmar a condição atual desse espaço (SANTOS, 1994).

Com base em tais proposições, avaliando a evolução do turismo, verifica-se que essa prática começou a produzir efeitos significativos sobre o espaço a partir do fim do século XIX, consolidando-se juntamente com a industrialização e a modernização, ocorridas plenamente no século XX. Pode-se dizer que o turismo é produto das mesmas condições de existência da lógica industrial e da sociedade de mercado. Como tal, participa da transformação do espaço urbano ativamente, pois é uma atividade de abrangência social, econômica, ambiental e cultural.

Exemplo disso é o fato de o turismo só poder ter se desenvolvido plenamente (sob a ótica comercial) a partir do desenvolvimento dos meios de transporte moderno, das facilidades do sistema financeiro e da otimização das relações internacionais. A força do turismo como transformador do espaço urbano começa a se revelar à medida que ele passa a ser o responsável pela movimentação e pelo fluxo de um grande número de pessoas que abandonam o espaço do cotidiano, promovendo a construção de estruturas que visam movimentar e abrigar massas de viajantes. Assim, enquanto os destinos ganham estrutura de alimentação, hospedagem e recreação, as fontes emissoras e também as receptoras procuram redefinir suas estruturas para dar suporte a essa prática do turismo e do lazer tão solicitada no mundo dos negócios.

Com base nessa reflexão, pode-se dizer que devem ser devidamente reconhecidos, administrados e gerenciados todos os elementos citados por Borg, com ações que visam promovê-los, daí a comunicação passa a ser instrumento fundamental para o fortalecimento da prática do Turismo Urbano. A importância da divulgação e da gestão dos processos comunicacionais direcionados para determinados setores é fundamental, uma vez que o espaço urbano é extremamente multifocal. O sistema produtivo desse tipo de espaço é complexo, e as constantes mudanças deram lugar à prática do Turismo Urbano, atividade que tem sido garantidora da base econômica de muitas metrópoles no mundo.

Em outras palavras, conforme observa Borg, o Sistema de Turismo Urbano é o resultado do comportamento espacial do turista, da atividade turística e do governo local. Os turistas interagem espacialmente, enquanto a atividade turística e o governo local (ambos como fornecedores de atrações e instalações) impulsionam o

turismo, o excursionismo e o recreacionismo, a fim de criar infra-estrutura para facilitar tais práticas nas diversas localidades.

Pode-se dizer que as novas formas de organização da produção fizeram surgir novas concentrações no espaço da cidade, fazendo com que o grande número de eventos e de negócios passasse a ter maior significado no mercado financeiro da cidade de São Paulo, assim como em outras cidades do mundo. O efeito sentido neste segmento de Negócios refletiu diretamente na maneira como a hotelaria tem se organizado. Segundo Middleton, “embora os hotéis econômicos estejam popularmente associados ao mercado de lazer, grande parte da receita – cerca de 66% – provém do mercado de viagens de negócios, especialmente de segunda a sexta-feira” (MIDDLETON, 2002:477). Diante do aumento da demanda, a hotelaria instalada nas cidades passa a comprometer-se com o motivo principal da viagem que, em sua maioria, são eventos e negócios, criando infra-estrutura específica para esse segmento.

Quando o turismo entra em cena, muitas alterações acabam ocorrendo com a dinâmica da cidade, e tais mudanças devem ser entendidas como integrantes de um novo modelo de organização e, para isso, as dimensões e as variáveis discutidas ao longo do texto, precisam ser minuciosamente avaliadas. O turismo é uma atividade muito peculiar em sua forma de organização, possuindo dinâmicas e necessidades atípicas se comparadas às do modelo industrial. Para que se efetive a importância do processo de investigação do turismo enquanto fenômeno urbano, este trabalho investiga o agrupamento de serviços relacionados com o turismo, verificando as relações entre os principais componentes que constituem essa prática, para a efetivação do Turismo Urbano em São Paulo.

## **2. São Paulo – Algumas questões urbanas**

### **2.1. Fundamentos do Turismo Urbano na cidade de São Paulo**

O Turismo Urbano na cidade de São Paulo fundamenta-se no processo de desenvolvimento que deixou estruturas e resíduos sócio-culturais que, por sua vez, se apoiaram no quadro físico existente. A Geografia e a História ofereceram o arcabouço para a situação presente.

Para Cordeiro, no plano geográfico, “São Paulo teve a trama urbana do período colonial substituída pela rede da economia de especulação do café, cujo nódulo se concentrava no centro da cidade de São Paulo”, (CORDEIRO, 1978:08).

Neste nódulo encontrava-se toda estrutura exigida para os grandes negócios realizados na cidade de São Paulo, então localizada no que hoje é chamado de CHT - Centro Velho da cidade, que nesta pesquisa, será tratado como Centro Histórico Tradicional.

À medida que a urbanização avançava, as estruturas urbanas tornavam-se obsoletas . Cordeiro Observa que a “São Paulo dos bondes”, na época geradora de importantes negócios, anula-se diante das sucessivas intervenções para a adaptação do traçado urbano frente à produção de carros que ocorria bem junto à cidade e marcava o primeiro e grande mercado mais constante da era industrial: a indústria automobilística. A mesma autora afirma que, “na fase industrial, o crescimento de uma nova rede vai destruir a anterior para atender as exigências da economia de produção e de relação de um tipo novo e com tendência à absorção de funções urbanas, criando uma hipertrofia de aglomeração incompatível com a formação de redes no interior, característica das economias jovens dos países subdesenvolvidos”, (CORDEIRO, 1978:08).



No presente, quando se avalia a infra-estrutura das grandes cidades de maneira geral e, neste caso, a da cidade de São Paulo, verifica-se uma relação estreita entre Eventos, Negócios e Turismo, que vai além do aproveitamento dos bens e serviços turísticos. Essa questão pode ser percebida na localização dos centros de eventos que fogem do circuito histórico tradicional.

No que se refere ao conjunto de atrativos histórico-culturais do centro de São Paulo, observa-se que eles não são contemplados na lógica do mercado turístico local. As ações voltadas aos mesmos são pontuais e não concorrem para complementar o grande mercado de capitais.

Pode-se dizer que, diante da grande revolução nas viagens, os meios de hospedagem têm dado sinais de grandes transformações, inscrevendo-se também no modelo globalizado, de maneira a atender a demanda de Negócios e de Eventos, consolidando sua oferta. Segundo Proserpio, nas últimas décadas o setor de hospedagem vem contando com a forte e crescente participação das empresas multinacionais, organizadas em rede, que se beneficiam e, ao mesmo tempo, retroalimentam o processo de crescimento, oferecendo novos atrativos para o mercado de viagens, (PROSERPIO, 2003).

Hoje, em São Paulo, a padronização hoteleira, que é ditada por uma lógica do mercado global, define a ordem de ocupação dos espaços interiores da cidade. É justamente a nova definição espacial, ditada pela distribuição da hotelaria, centros de eventos e de atrativos, o alvo de investigação dessa pesquisa. Deve-se, também, considerar que os segmentos Turismo de Negócios e Turismo de Eventos podem promover uma ocupação que valorize a cidade, respeitando as áreas expandidas de maneira que possam integrá-las ao município como um todo, beneficiando-as com as políticas urbanas traçadas pelo poder público.

Toda a infra-estrutura criada nas décadas de 1950 a 1960 vem passando por uma verdadeira revolução quanto ao seu ordenamento e a qualidade de serviços que estão sendo oferecidos aos turistas que buscam a cidade. E o que pode justificar tal condição é o próprio desenvolvimento econômico ao ditar regras que primam, cada vez mais, por qualidade em relação aos serviços oferecidos. Pode-se constatar que, recentemente, a estrutura produtiva e ocupacional da cidade sofreu profundas transformações devido à abertura econômica, à globalização e aos novos processos produtivos que se alastram pelo mundo. A nova tecnologia fraciona o processo produtivo, tornando-o mais complexo, globalizado e fragmentado, ao exigir maior sofisticação e concentração nas atividades gerenciais. Com isso, a cidade de São Paulo perde importância como centro industrial e ganha peso como centro de serviços de alta qualidade e complexidade.

Pode-se dizer que, entre os serviços de alta qualidade, destacam-se os financeiros, com elevado grau de concentração na cidade de São Paulo. Os grandes bancos privados nacionais e internacionais, a maior parte dos escritórios de representação dos bancos internacionais, as principais bolsas do país, as principais entidades representativas do setor financeiro e parcela expressiva dos grandes grupos empresariais que operam no Brasil têm sede na cidade de São Paulo. A proximidade do mercado, o peso econômico do Estado e a localização dos principais prestadores de serviços empresariais estimulam a concentração dos negócios na capital paulista.

Como entender esses negócios? Quais são esses negócios? Não é objetivo desse estudo detalhar o tipo de negócios que movimentam o mercado turístico da cidade, uma vez que se observou, nesta pesquisa, que as mudanças de ordem

econômica é que geram novas estruturas para a cidade de maneira a enfatizar os segmentos que compõem a prática do Turismo Urbano.

Conforme coloca a UBRAFE:

*“Centro econômico da América do Sul e do mais dinâmico e rico Estado brasileiro, a Cidade de São Paulo, quarta maior cidade do mundo, é o principal portão de entrada de visitantes estrangeiros por via aérea do país, totalizando cerca de 1.345.000 desembarques por ano. O Turismo de Negócios colocou a cidade de São Paulo como ponto estratégico no Mercosul, em linha direta com as principais cidades do mundo.*

*No Brasil, as coisas acontecem primeiro em São Paulo. A cidade abriga o maior número de eventos a cada ano, totalizando 70.000 eventos, com número de participantes e visitantes superior a 15 milhões de pessoas, das quais mais de 10 milhões são habitantes da cidade e de sua área metropolitana, e 4,2 milhões são turistas”. [UBRAFE (União Brasileira dos Promotores de Feiras)]. <http://www.cidadedesao paulo.com> (acessado em 10/01/2006).*

A grandeza do mercado de viagens a negócios é cada vez mais surpreendente. O efeito multiplicador que ocorre na cidade com a instalação de um banco, ou uma empresa pode atrair inúmeras outras, que passam a demandar por mais serviços. A necessidade de comunicação e transporte para outras localidades, sejam elas dentro ou fora do território brasileiro, promove outras viagens, além de demandar meios de hospedagem, restaurantes, locadoras de veículos, aeroportos etc.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), o Brasil recebeu cerca de três milhões de visitantes em 1997, dos quais 28,2% estavam em viagens a negócios. No âmbito doméstico, as viagens a negócios foram

responsáveis por cerca de 71% dos 21,2 milhões de desembarques domésticos realizados em 1997, segundo estimativas do Sindicato Nacional das Empresas Aeroviárias, (EMBRATUR, 1998).

Os números apresentados mostram a dimensão desse mercado, revelando que o país apresenta uma vasta oferta turística em seus grandes centros econômicos, o que não impede maior investimento por parte dos órgãos competentes num possível "destino Brasil" para negócios. Trata-se de freqüentes usuários de equipamentos turísticos, que geram receita e empregos para a cidade.

O mundo dos negócios ganhou impulso em São Paulo, transformando o segmento de viagens a negócios em viagens corporativas. O Turismo de Negócios passou a integrar a associação FAVECC (Fórum de Agências de Viagens Especializadas em Contas Correntes), que, além de organizar os deslocamentos, reserva meios de hospedagem e efetua locação de veículo, oferecendo esses serviços a custos menores. Adiciona também a disponibilidade de serviços diferenciados a seus clientes, como organização de pequenos e grandes eventos, informação da necessidade de vacinação, documentação como vistos e passaportes ou, ainda, a elaboração de relatórios para empresas e executivos referentes ao total de custos e ao que foi economizado por meio da compra na agência que o atende, (FAVECC, 1996).

Apesar de realizarem grande parte da emissão de passagens aéreas e reservas em meios de hospedagem no país, as agências de viagens que atendem ao mercado corporativo, ou seja, que organizam as viagens a negócios de funcionários de empresas ou instituições, não são conhecidas pelo grande público.

De acordo com o FAVECC, em 2000 houve um acréscimo de 25% no volume de vendas de viagens a negócios em relação a 1999, entre as agências associadas (FAVECC in Folha do Turismo, 2001).

A perspectiva de fechamento do faturamento para o ano de 2001 era muito promissora, porém, devido à crise gerada pelos atentados terroristas às aeronaves norte-americanas ocorridos em 11 de setembro de 2000, a associação passou a projetar queda de 3,3% no faturamento, em reais, da venda de passagens aéreas nacionais e internacionais. O resultado da queda seria compensado pelo volume de viagens de incentivo, lazer e reservas hoteleiras.

Porém, ao final de 2001, as 25 agências associadas ao FAVECC obtiveram acréscimo de 8,05% em relação à quantidade de passagens aéreas emitidas, nacionais e internacionais, em 2000. Somando-se o volume de vendas de passagens aéreas e terrestres, o seu faturamento ultrapassou três bilhões de reais (FAVECC *apud* ANDRADE, 2000).

É importante demonstrar, com isso, que tanto o Turismo de Negócios como o Turismo de Eventos contribuem, para efetivar o Turismo Urbano. A força que tais segmentos têm nas cidades está ligada aos negócios gerados em São Paulo, e o círculo se completa, pois esses segmentos também ampliam os negócios e os eventos, fortalecendo, assim, o Turismo Urbano.

Segundo Dantas, cada vez mais as feiras tradicionais são desdobradas em outras, e os promotores investem em novos mercados. Do salão do automóvel, surgiu uma feira de autopeças, e na composição do mesmo grupo nasceu uma feira de ônibus, a Expobus. Diante do movimento de feiras e de eventos na cidade, verifica-se que São Paulo está em primeiro lugar entre as cidades brasileiras. Várias condições justificam o grande movimento de eventos na cidade:

- o aumento do número de empresários, centros de tecnologia, estudantes, universidades, centros médicos;
- o aumento no fator negócios, em variados setores;
- a divulgação da cidade enquanto destino de negócios;
- os mercados especializados (compras na Rua 25 de março e em shopping-centers) (DANTAS, 2000).

A partir desses itens apontados, pode-se dizer que o Turismo de Eventos, enquanto segmento do Turismo Urbano, apresenta potencial de desenvolvimento e crescimento bastante expressivos para a cidade de São Paulo. Estudos realizados confirmam tal constatação. A esse respeito, Canton (2002) afirma:

*“Percebemos que hoje, muitas cidades brasileiras estão despertando para este novo nicho de mercado, que se destaca em decorrência da grande receita que deixa em localidades receptoras e sedes dos eventos. É notório que, no mundo todo, o Turismo de Eventos tenha se caracterizado como o mais lucrativo filão do mercado, tanto por seu potencial de ampliar a demanda na alta estação, quanto por ser a alternativa mais viável para superar o vazio da baixa estação”*  
(CANTON, 2002:88).

O que beneficia as localidades de maneira geral é o fato de que, na qualidade de agentes captadores de fluxo turístico, os eventos diferenciam-se de outros atrativos, como os naturais ou culturais, pois podem ser criados e moldados de forma a atender as necessidades de suas demandas específicas, bem como as dos espaços e localidades que os abrigam. Esse fato ainda não é peculiar à cidade de São Paulo, por ela não ter organizado seus atrativos de maneira a torná-los interessantes para quem a visita.

As possibilidades de criação de eventos são ilimitadas, podendo ser realizados para atrair público específico e servir como atrativos adicionais numa localidade turística, incrementando ou fomentando seus fluxos. Canton destacou a ampla capacidade de criação desse segmento: “Os eventos são tão variados quanto a criatividade de quem os provoca. A atividade moderna, em sua múltipla diversidade, faz com que surjam eventos de todos os tipos e qualidades”, (CANTON, 2001:37).

Diante das questões colocadas, nota-se que o Turismo de Eventos, ao lado do Turismo de Negócios, estão surgindo em cidades que se configuram em diferentes escalas, e especialmente em cidades com as características de São Paulo.

Na teoria urbana, as questões apontadas por Canton podem ser percebidas nas idéias de Lefebvre. Para esse autor, o fenômeno urbano surpreende por sua enormidade; sua complexidade ultrapassa os meios do conhecimento e os instrumentos da ação prática. Ele torna quase evidente a teoria da complexidade, segundo a qual os fenômenos sociais vão de uma certa complexidade (relativa) a uma complexidade maior, (LEFEBVRE, 2004:51).

É importante destacar que, em várias cidades de todo o mundo, a captação e a promoção de eventos vêm sendo considerada a atividade que mais retorno econômico e social oferece às localidades promotoras. Isso se dá em função do próprio movimento financeiro promovido ainda pela atividade industrial, que desencadeia atividades no setor terciário, no qual se enquadra o turismo. A EMBRATUR aponta vários benefícios que esse segmento promove para as cidades:

- o Turismo de Eventos ajuda a equilibrar oferta e demanda, pois a realização dos eventos concentra-se na baixa estação. A ocupação na baixa temporada é vantajosa para empresários e para turistas;

- por ocorrer normalmente em baixa temporada e por receber um número pré-definido de participantes, diz-se que o Turismo de Eventos faz com que o turismo seja praticado de forma mais consciente e responsável;

- a antecedência com que se decide a realização dos eventos e a sua divulgação permitem aos fornecedores de serviços turísticos a previsão dessa demanda, e com isso podem se preparar melhor para recebê-la;

- o investimento na promoção do local é menor e mais direcionado do que no caso do Turismo de Lazer, pois não é necessário atingir cada turista ou cada pequeno grupo de turista, e sim apenas a empresa organizadora do evento;

- a realização de eventos enriquece a vida cultural da cidade, tanto por receber as autoridades e “*experts*” em determinada área, como por incrementar a produção e a valorização de membros da comunidade local;

- o turista de eventos permanece na localidade de quatro a cinco dias, gastando em média US\$ 240,00 – ao passo que o turista de lazer gasta três vezes menos, e seu tempo de permanência é de três dias;

- o Turismo de Eventos vem crescendo de forma ininterrupta. De cada 70 mil congressos ocorridos ao ano no mundo, dois mil são realizados no Brasil, (EMBRATUR, 2002);

Percebe-se que o Turismo de Eventos e o Turismo de Negócios fortalecem a cidade de São Paulo dadas as suas características urbanas. A região metropolitana de São Paulo, polarizada pela capital, é formada por 39 municípios e constitui uma



enorme mancha urbana, onde estão reunidas todas as condições que favorecem o Turismo de Negócios. Conforme aponta Braga, as condições incluem:

- sistema de transportes – que a partir da capital irradia em todas as direções;
- aeroportos;
- estações rodoviárias;
- serviços especializados de táxi, heliportos, motoboys, além de metrô e outros;
- comércio e serviços especializados em geral, que primam pela diversidade;
- hospedagem diferenciada e de vários níveis, (BRAGA, 2005:32).

Para Braga, “a extraordinária efervescência de São Paulo identifica-se com a imagem de metrópole agitada, geralmente associada à Avenida Paulista, local de grande concentração das instituições financeiras do país, das principais federações de empresários e industriais do Brasil, do museu cujo acervo é de interesse internacional, de mansões que remetem à história de famílias abastadas da época do café. Na Avenida Paulista, manifestações e eventos políticos e sócio-culturais acontecem, reunindo milhares de pessoas. A esta artéria paulistana marcada pela expressiva realização de negócios, outras se juntam, como a região da Avenida Engenheiro Luís Carlos Berrini e outros centros comerciais distribuídos pelos diversos distritos do município”, (BRAGA, 2005:34).

A cidade de São Paulo, como toda grande cidade, é apontada como destino preferencial para o Turismo Urbano, pois além dos atrativos que pode oferecer, tem no movimento de eventos e negócios o elemento-chave para a identificação dessa modalidade, visto que são esses segmentos que contribuem para o fortalecimento da infra-estrutura que dá suporte a essa categoria. Entender o Turismo Urbano na

cidade de São Paulo representa um desafio necessário para buscar novas formas de gestão capazes de aprimorar essa modalidade.

Analisando a tendência de crescimento da cidade, questões relacionadas ao mercado de turismo podem ser claramente elucidadas, pois o espaço urbano revela a ordem estabelecida pelos setores da economia. Esse fato pode ser comprovado pelas iniciativas da Associação Viva o Centro, que busca a valorização do patrimônio e o resgate da memória da cidade.

O crescimento urbano gera mudanças como resultado do dinamismo social, econômico e cultural. Rolnick, em sua obra “O que é Cidade?”, revela o dinamismo das cidades, e afirma serem elas aceleradoras de partículas e fontes de inovação artística e tecnológica. É nelas que tudo acontece, e, por isso, não desaparecerão jamais, mas elas precisam mudar, e já estão mudando (ROLNICK, 1997).

Diante das mudanças estruturais das cidades, o turista que chega a negócios ou para participar de eventos depara-se com uma infinidade de produtos, cuja formatação só é possível devido à gama de possibilidades oferecidas. No caso da cidade de São Paulo, essa ainda não é uma realidade, mas já existem iniciativas que apontam para o amadurecimento dessa idéia. O Turismetrô, por exemplo, é um roteiro que foi formatado inicialmente em 1987, deixou de existir em 1989, e em 2004 retornou com três roteiros. Hoje já conta com cinco roteiros e, segundo a operadora, atende até 110 turistas a cada fim de semana.

As agências receptivas RMB-*Interpreter-Guide-Consultant*, *Graffit Viagens e Turismo*, *Miratur*, *Tayar*, *Terra Nobre São Paulo Turismo* e *Gol Tour Agência de Viagem e Turismo*, gerenciam roteiros que são procurados por turistas e também por alguns moradores da cidade. A grande dificuldade em ofertar este produto está

no próprio mecanismo de desigualdade ao qual o espaço urbano é submetido, pois o poder financeiro que constrói lugares é pautado pela lógica do mercado globalizado, mercado este que a cidade de São Paulo, assim como várias cidades da América Latina, reproduz conforme a especialização do sistema de produção ditado pelos já mencionados mercados superiores.

O Turismo Urbano na cidade de São Paulo não aconteceu por acaso. O processo histórico, questões geográficas, econômicas, sociais e culturais atuaram em diversos momentos e com intensidades variadas como forças de atração para formar diversos segmentos, entre os quais destacam-se o Turismo de Negócios e o Turismo de Eventos. A expansão urbana, marcada por diversos fatores, entre os quais o incremento do setor terciário, concorre para formar novos pólos que se difundiram para outras áreas da cidade. Essa dinâmica promoveu novas centralidades que beneficiaram o Turismo Urbano ainda carente de organização. O papel das políticas públicas será discutido no item seguinte.

## **2.2. O papel das políticas públicas e das iniciativas particulares na dinâmica da centralidade**

A importância do Turismo Urbano tem conquistado prioridade nas políticas e programas principalmente das cidades que hoje já sobrevivem dessa atividade senão como principal, pelo menos como muito importante.

Jansen e Lievois *apud* Tyler destacam que, em muitos países da Europa, espera-se que o desenvolvimento do turismo reequilibre a economia urbana, pela geração de atividades novas e pela regeneração dos distritos defasados. Ainda para estes autores, essa “injeção econômica” não é, por definição, e certamente não para todas as cidades, uma cura mágica. A revitalização para fins turísticos depende da presença de recursos que podem ser aproveitados como atrações turísticas e depende também da capacidade financeira dos associados públicos e privados para recuperá-los, (JANSEN E LIVOIS *apud* TYLER, 2001).

Devido ao amadurecimento das discussões relacionadas às políticas públicas em alguns países, verifica-se que existem diferenças consideráveis entre as cidades da Europa quanto à forma pela qual as políticas para o Turismo Urbano são concebidas e integradas às estratégias de desenvolvimento urbano, (JANSEN e LIEVOIS *apud* TYLER, 2001:105).

Segundo Meer e outros, todas as cidades européias investigadas para análise da proposição teórica – Turismo Urbano –, consideram o turismo com parte importante do avanço das atividades econômicas da zona urbana. Em especial, os representantes de cidades portuárias e industriais que têm estimulado, com maior entusiasmo, o turismo e o lazer para compensar as perdas ocasionadas nas atividades tradicionais, (MEER, 1995).

Para Jansen e Lievois, as políticas para revitalização urbana são fortemente

inspiradas pela possibilidade de explorar o potencial cultural dos distritos históricos urbanos. No caso europeu, o primeiro estágio do “Projeto Piloto Urbano” (1989-1993) teve como enfoque principal a regeneração dos centros históricos. Os projetos pilotos foram um primeiro passo para a busca de soluções para os problemas de declínio dos centros urbanos, que, se presumia, tivessem um valor histórico intrínseco.

O que se pode observar é que as cidades são berços de história e cultura, de vida social e cultural, e que são ricas em construções históricas, mas, em muitos casos, são também áreas onde se concentram problemas econômicos, sociais e ambientais. Devido à complexidade de relações em que a cidade está mergulhada, pensar no Turismo Urbano e gerenciar essa atividade representa um grande desafio que inúmeras cidades do mundo têm procurado enfrentar, sobretudo, conforme relata Sessa, as de grandes dimensões que mantém correlação entre o tamanho e o número de turistas, (SESSA, 1982).

No Brasil busca-se também a valorização dos centros históricos na composição da prática do Turismo Urbano. Entretanto, o alto custo das estruturas físicas, aliado à elevada desvalorização de alguns pontos da cidade tem levado lugares de grande importância histórica a se tornarem áreas de obsolescência, submetendo essas áreas a um ciclo de declínio que dificulta a sua regeneração.

A cidade de São Paulo assiste, ainda hoje, à degeneração de grande parte do seu patrimônio em função de políticas estabelecidas em décadas passadas. A falta de políticas públicas que contemplassem um melhor ordenamento da cidade, colocou-a em um movimento de desordem, de maneira que o desdobramento da centralidade, que tem ocorrido nas últimas décadas, só tem degradado espaços que outrora ocupavam lugar de comando.

Os anos da década de 1930 assinalam os primórdios da meta de uma intervenção urbana que transformaria São Paulo numa metrópole multipolar. No mesmo período, quanto à política econômica, verificava-se a mudança da gestão de Getúlio Vargas (1951-1953), que dava prioridade ao capital nacional e estava concentrada na produção de bens de capital. Dessa mesma forma, na gestão de Juscelino Kubitschek (1955-1960), a siderurgia promoveu ampla abertura ao capital estrangeiro, voltando-se para a modernização industrial em torno da produção de bens duráveis de consumo, com ênfase na indústria automobilística implementada pelo Plano de Metas, que incluiu a construção da nova capital nacional – Brasília, (LIBÂNEO, 1989 e GOMES, 1991).

A política pública estabelecida por Wladimir de Toledo Piza resultou na criação da SAGMACS - Sociedade para a Análise Gráfica e Mecanográfica Aplicada aos Complexos Sociais. A SAGMACS diagnosticou São Paulo como cidade com crescimento anárquico e caótico, ao sabor da valorização especulativa, como cidade antieconômica e anti-humana, com o sacrifício das classes populares, situadas em áreas periféricas sem qualquer infra-estrutura, (LIBÂNEO, 1989:69-71). Classificou-a, ainda, como cidade “tentacular” – porque avançava com a industrialização para muito além de seus limites territoriais – e “centrípeta” – por atrair grande contingente populacional de várias áreas do país, (LIBÂNEO, 1989:71-72).

Quanto ao Centro de São Paulo, o diagnóstico da pesquisa da SAGMACS concluiu que a cidade já atingira o máximo econômico e físico de saturação. Essa saturação teria sido motivada pelo fato de a cidade ser caracteristicamente monopolar, isto é, totalmente organizada em função do único e antigo Centro, e que as cristalizações secundárias como Brás, Mooca, Penha, Vila Mariana, Vila Maria e tantas outras, teriam se desenvolvido sem organização e ordenação, tornando-se

insuficientes para atender as necessidades da população. Ao mesmo tempo, o desequilíbrio entre local de residência e de trabalho acarretou excessivo afluxo diário ao Centro principal e os esforços previstos para desobstruir o Centro não surtiram efeito, (LIBÂNEO, 1989:92).

A crescente expansão periférica entrava em conflito com a visão dominante de cidade moderna da burguesia ascendente, para quem a cidade representava um campo de batalha da acumulação do capital, mostrando-se o projeto inviável numa sociedade regida pelas forças de mercado, (LIBÂNEO, 1989:122).

A vida cultural, econômica e política de todos os grupos sociais da metrópole compartilhavam um espaço que abrigava simultaneamente a boca do lixo e a do luxo, a sede das grandes empresas e uma multidão de vendedores ambulantes, engraxates, pastores e pregadores do fim dos tempos, homens-sanduíche e os magazines elegantes da Rua Barão de Itapetininga, os apartamentos luxuosos da Avenida São Luís e os chamados “treme-treme” feitos de quitinetes superpovoadas na baixada do Glicério e na Bela Vista, (ROLNICK, 1990). Esse contexto contribuiu para a formação de novas centralidades, uma vez que as aglomerações urbanas metropolitanas incorporam novos segmentos e atividades que requerem uma ampliação das articulações entre a região central e os demais pontos da cidade.

Percebe-se que a falta de interesse em se pensar a cidade para os cidadãos e as políticas de planejamento tecnocrata voltadas para os fortes grupos de capital já se refletia no ordenamento territorial desenhado para a época. Verifica-se, também, que a política urbana não mudou muito o seu propósito, pois continuou atendendo aos interesses de apenas alguns grupos privilegiados do país, evoluindo para o desenvolvimento espacial em forma de eixos, o que redefiniu a configuração

territorial da cidade e o sistema de comunicação da mesma com os diferentes fluxos por ela gerados.

No caso do Turismo, a desvalorização a que alguns pontos da cidade são submetidos os colocam numa condição de segregação que contribui para a extinção de estruturas urbanas que se revelam atrativos com alto grau de importância no contexto da cidade. Apenas ações públicas que possam vir a incentivar ações privadas têm condições de reverter este quadro que, a princípio, revela-se bastante complexo.

A característica principal dos investimentos recentes no país, e que se reflete diretamente nas cidades, segundo Motta, é dada por seu caráter seletivo, privilegiando espaços dinâmicos e desconhecendo as áreas de baixo dinamismo, ou estagnadas economicamente, o que, conseqüentemente, pode aumentar os problemas sociais, urbanos e ambientais de alguns pontos da cidade, (MOTTA, 2004:135).

O próprio sistema SAGMACS não atendia aos interesses de grande parte da população que era proprietária de edifícios no Centro. Os proprietários defendiam a revitalização e propunham ampliação do serviço de água e esgoto, do sistema viário e transporte coletivo para a região. A solução que, mais tarde, o metrô assumiu – a linha norte-sul, privilegiando o centro da cidade – pode indicar como eram fortes os grupos que defendiam essa medida (LIBÂNEO, 1989:116), e o quanto foram beneficiados com a implantação desse moderno meio de transporte.

No entanto, a proposição da SAGMACS, ao contrário, pretendia promover novos centros, um desdobramento da centralidade, mas a multipolaridade imaginada pela SAGMACS terminou por ocorrer a partir dos anos 60, com reflexos no Centro, significativos para o CHT. A falta de investimentos públicos, a não



contemplação de ações que pudessem valorizar o CHT no plano Diretor Estratégico da Cidade de São Paulo, submeteu a região central a uma condição bastante precária. Com isso, segundo dados do IBGE/SEADE/EMPLASA, o centro, área já consolidada, cuja urbanização é completa, perdeu parte expressiva da população que lá habitava entre 1991 e 2000, enquanto outras áreas da cidade que ainda careciam de infra-estrutura tiveram sua população aumentada em até 30%. O Quadro 2 mostra o desequilíbrio ocorrido na região central.

**Quadro 2: Esvaziamento populacional das áreas consolidadas e centrais, e crescimento das áreas de urbanização precária e de proteção ambiental.**

CENTRO		PERIFERIA	
Área central (limites da antiga AR-Sé)	Sua população diminui 19% (cerca de 100.000 habitantes) entre 1991 e 2000.	Distrito de Anhangüera (Zona Norte)	Sua população cresceu 210% (cerca de 26.094 habitantes) entre 1991 e 2000.
Distrito do Pari	Sua população diminui 30% (cerca de 6.475 habitantes) entre 1991 e 2000	Distrito de Cidade Tiradentes (Zona Leste)	Sua população cresceu 98% (cerca de 94.376 habitantes) entre 1991 e 2000.

Fonte: IBGE/SEADE/EMPLASA, 2002.

Até os anos de 1960, como mostra Cordeiro, São Paulo contaria efetivamente com um único centro metropolitano, dividido então entre “Centro Tradicional” (da Praça da Sé à Praça do Patriarca, com eixo na Rua Direita) e o “Centro Novo” (da Praça Ramos de Azevedo à Praça da República, com eixo na Rua Barão de Itapetininga), com maior concentração de empresas neste último (CORDEIRO,

1980:60). Ambas as áreas corresponderiam, respectivamente, ao desenvolvimento paulistano durante a primeira fase da industrialização, no período 1910-1940, e à fase da industrialização da Segunda Guerra, em 1940-1960 (CORDEIRO, 1992:10).

Com base na literatura pode-se dizer que a partir dos anos de 1960, à medida que o centro da cidade de São Paulo se popularizava em função do crescimento da economia informal, que seguia no ritmo do avanço das altas taxas de desemprego, desencadeando um aumento diário de vendedores ambulantes nos semáforos, nas ruas e em toda parte do CHT, ocorria também a evasão das empresas, bancos e instituições financeiras rumo a outros subcentros.

A presença dessa nova massa de trabalhadores no CHT proporcionava, de certa forma, a inclusão de um grupo no processo produtivo informal, e por se tratar de um número grande de migrantes, tal atividade comercial contribuía para que os mesmos criassem novas formas de inclusão na metrópole.

A falta de políticas públicas de valorização desse espaço contribuiu para o processo de deteriorização do centro, caracterizado, não apenas pela evasão do capital econômico, mas também, pela perda do valor imobiliário na região. A cidade ganhou outro “centro” que passou a desenvolver funções no âmbito econômico-financeiro e arquitetônico, caracterizado pela modernidade, que foi a Avenida Paulista. Só durante o assim chamado “milagre brasileiro” (1968-1973) teria início a formação de um novo e poderoso sub-centro em torno da Avenida Paulista, (LIMA, 2002).

O surgimento do Centro Paulista, como novo centro econômico, levou o Centro Tradicional à total decadência, pois as atividades de mercado de capitais deixaram de acontecer nessas áreas e migraram para as áreas de grande interesse de mercado. Assim, a paisagem paulistana da “Paulicéia Desvairada”, marcada pela

Semana de Arte Moderna, pelos Barões do Café, os ricos empresários e industriais, além do ar romântico e poético que envolvia o jardim da Luz, o Teatro Municipal, o Largo São Francisco, a Catedral da Sé, a Praça da República até os anos de 1950, entre outros, foram obscurecidos pela decadência e violência, tornando-se uma região perigosa, abandonada pela população de alta renda e pelas autoridades, (REIS, 2006:142).

Com o objetivo de recuperar a região central da cidade (CHT), a prefeitura desenvolveu leis e projetos que atendiam inclusive os reclamos revelados por alguns proprietários de edifícios, moradores e apaixonados pelo centro, fato que permitiu a formação da Associação Viva o Centro.

A Associação Viva o Centro, uma organização não governamental, foi criada em 1991 por um grupo de profissionais e empresas privadas com os objetivos de elaborar diagnósticos e propostas para a revitalização da região central da cidade de São Paulo, além de servir como um canal de comunicação entre a sociedade civil e o poder político na realização de programas para a melhoria da qualidade de vida no antigo Centro Histórico da Capital.

A fundação da Associação Viva o Centro constituiu uma poderosa e exemplar experiência da atuação da sociedade civil frente aos problemas urbanos de São Paulo, tendo, inclusive, motivado a criação da ProCentro, comissão municipal especialmente desenhada para a requalificação da região, (LIMA, 2002:134).

A Comissão ProCentro tem como objetivos: conter o processo de deteriorização presente no ambiente e na paisagem urbana; melhorar as vias de acesso, circulação e facilitar o estacionamento na região central; proporcionar lazer, cultura e entretenimento; e, como uma das principais propostas apresentadas, há a tentativa de desenvolver projetos, cujos parceiros sejam a iniciativa privada e a

comunidade, de acordo com os aspectos geopolíticos e funcionais do centro em relação à metrópole, (LIMA,.2002:138).

Em julho de 1997 foi promulgada a Lei nº 12.349 denominada Operação Urbana Central, que consistia em um conjunto de medidas cuja finalidade era estimular o investimento e criar condições para que o moderno e o antigo pudessem conviver pacificamente. Além disso, a lei também permitia a construção de hotéis e edifícios comerciais, estendendo seu uso para habitação, cultura, lazer e entretenimento. De certa forma, o efeito desejado não foi alcançado, pois o objetivo era eliminar uma defasagem que, há décadas, existia na legislação a respeito do uso do solo, e tentar conter o processo de degradação que avançava na região central. Se, por um lado, a ProCentro enfatizava a paisagem urbana, a arquitetura e a sinalização, a Associação Viva o Centro definiu-se por criticar e apontar propostas para os problemas do comércio informal nas ruas centrais, na tentativa de melhorar a ocupação dos centros urbanos, (Lima, 2002).

A Associação Viva o Centro propunha que fossem utilizados os edifícios vazios, armazéns ociosos e terrenos vagos para instalação de núcleos de comércio popular, onde os camelôs poderiam se tornar microempresários, havendo também o recolhimento de impostos. Para a Viva o Centro, o espaço público é inegociável sob qualquer ponto de vista no que diz respeito aos fins privados. A associação aponta para a importância da postura firme da prefeitura e autoridades responsáveis.

*“O destino do espaço público nas áreas centrais da cidade de São Paulo torna-se problemático, diante das mudanças em curso, no que diz respeito às utilizações cotidianas. (...) o conjunto de etnografias realizadas aponta (...) para uma espécie de cultura de massa, que tende a uma aversão a qualquer tipo de institucionalização, opera segundo princípios*

*informais, implica algum tipo de 'apropriação privada' do espaço público (...), pauta-se por certas formas de transgressão, que, estrategicamente, inserem-se num conjunto de regras e códigos, conhecidos de forma completa apenas por seus integrantes, e estão, na maioria das vezes, em conflito com a ordem estabelecida pelo poder público. Podem ser redes que articulam apenas atividades transgressivas, como outras que combinam atividades toleradas com algumas ilegais", (FRÚGOLI JUNIOR, 1995:70).*

Além disso, a associação apresentou como proposta a criação de centros comerciais de caráter popular próximos aos grandes troncos rodoviários, cujos locais poderiam abrigar a maior parte dos comerciantes localizados nos espaços públicos, provocando congestionamento nas calçadas e praças. Os centros comerciais apresentariam boa infra-estrutura tal qual *shopping centers*, porém, dotados de instalações e equipamentos mais simples, (LIMA, 2002).

Contudo, em muitos projetos apresentados, não são consideradas as presenças de vários atores sociais: o indivíduo que é consumidor, o cidadão comum e o indivíduo enquanto comerciante/vendedor. A participação e a presença das autoridades são importantes para que inúmeras propostas tornem-se realidade, melhorando as áreas públicas afetadas pelo comércio ilegal. A Viva o Centro apresenta propostas, cuja participação principal seria do poder público:

*"Regulamentar esse tipo de comércio, dentro da legislação em vigor, de forma que ele se instale apenas em lugares adequados e, principalmente, desvinculado das quadrilhas e cartéis que domina a atividade; proibir terminantemente a atividade dos camelôs no Centro (distritos Sé e República) e em outros locais da cidade, onde isso se revestir de interesse público e de acordo com as características de cada bairro. A proibição do comércio de camelôs no Centro permitiria que a Polícia Militar colaborasse*

*no controle da atividade dos camelôs na área, tarefa exequível desde que não implique verificação dos aspectos burocráticos; eliminaria de uma vez por todas os riscos de que voltem a funcionar amplos esquemas de corrupção dos agentes públicos, e facilitaria enormemente um programa de recuperação da área central de São Paulo, com reflexos imediatos na geração de empregos e nas receitas públicas. Essa proibição não significa, necessariamente, a remoção pura e simples dos camelôs da área, mas apenas de seus espaços públicos”* ([www.vivaocentro.org.br](http://www.vivaocentro.org.br) acessado em 10/02/2006).

Segundo pesquisas de Costa, os ambulantes na Cidade de São Paulo são muito criativos e constroem diferentes e improvisados suportes para exercerem suas atividades comerciais.

*“O mercador redefine espaços, projeta e monta seus equipamentos; burla as leis e acaba por inspirar a criação de novas; cria suas próprias regras; impõe-se. A sociedade, contudo, nem sempre se dispõe a considerar a importância do papel que ela desempenha no cotidiano urbano”* (COSTA, 1989:51).

Conforme já citado, a Associação Viva o Centro tenta recuperar núcleos urbanos que não estão inseridos nas políticas públicas. Assim, a associação tem procurado atrair a atenção para áreas que estão abandonadas pelo poder público; para a possibilidade das práticas de Turismo e Lazer, uma vez que, além do alto grau de atratividade, possuem grande valor histórico e contribuem para o fortalecimento da identidade paulistana.

Segundo Rolnick, a partir de meados dos anos de 1960, teve início um processo lento de evasão de sedes de empresas e de bancos para a região da

Paulista. Ao mesmo tempo, parte dos equipamentos públicos começou a exibir sinais de deterioração e, pela primeira vez na história da cidade, o metro quadrado do Centro Histórico deixou de ser o mais caro. Paradoxalmente, tudo isso ocorreu enquanto um dos investimentos mais importantes e custosos da história da cidade, o metrô, marcava a centralidade daquele lugar, ao fazer cruzar ali as duas primeiras linhas da futura rede, (ROLNICK, 2003).

Reforçando uma circulação radioconcêntrica, o metrô acabou atraindo para a área central os grandes terminais de ônibus, e ocupando a área central com mega áreas de trasbordo. Com a expansão da indústria automobilística no país disseminou-se o uso do carro particular, relegando o transporte público aos mais pobres, ou seja, àqueles que não podiam ter seu próprio veículo, cujo uso ficou restrito quando se implantou os calçadões na área central, o que transformou as principais ruas em áreas exclusivas para pedestres. Assim, desenhou-se para a área central um destino de máxima acessibilidade por transporte público e restrição para os automóveis, no momento em que as elites e as classes médias da cidade se confinavam definitivamente dentro de seus carros, deixando de ser pedestres. Estavam lançadas as bases para uma popularização do Centro e seu abandono progressivo pelas elites, (ROLNICK, 2003).

Um número expressivo de edifícios modernos, inspirados nos princípios funcionalistas e afirmando uma arquitetura nacional, marcava a nova paisagem da Avenida Paulista a partir dos anos 1950. “Nações Unidas”, “Paulicéia”, “Quinta Avenida”: condomínios residenciais começavam a substituir os casarões na paisagem da Paulista. A inauguração do Conjunto Nacional, primeiro edifício de uso misto (comercial e habitacional) na Paulista, em 1956, anunciava a liberação do uso comercial e transformava uma de suas fronteiras – a Rua Augusta – em importante

eixo comercial. A cena cultural paulistana, embalada pelo jazz, bossa-nova e iê-iê-iê, desenhava um território, da Galeria Metrôpole ao Conjunto Nacional, ocupando-o com bares, boates, galerias de arte e cinemas. Esse movimento teria impulso maior ainda com a transferência do Museu de Arte de São Paulo (Masp) da Rua Sete de Abril, próxima à Praça da República, no Centro, para a Avenida Paulista, reeditando assim, em 1968, com seu imenso vão livre de concreto, o que foi o antigo Belvedere do Trianon, àquela altura já abandonado e até demolido, (ROLNICK, 2003: 47).

A ocupação cultural da Paulista-Augusta foi a vanguarda de um movimento que, nos anos 70, ali plantou, em estilo internacional, os poderosos do milagre econômico: grandes empresas, bancos e sindicatos patronais. A lei de zoneamento da cidade, aprovada em 1972, já conferia esse destino para a avenida, (ROLNICK, 2003:47).

Outras áreas que ganharam especial destaque foram a Avenida Brigadeiro Faria Lima e a Avenida Engenheiro Luís Carlos Berrini. Segundo Fugimoto, em 1977, em São Paulo, junto à LUBECA, uma das grandes empresas do setor imobiliário, instalou-se o Centro Empresarial: um conjunto de edifícios destinados a abrigar setores diretivos de empresas, (FUGIMOTO, 1994:12).

Essa pesquisa mostrou que, a Avenida Berrini, com menos de três quilômetros de extensão, hoje agrupa um centro de negócios, diretamente conectado com toda a região da Faria Lima, formando um único centro de negócios. Juntas, elas agregam 54 hotéis, sendo que 96% pertencem a redes hoteleiras. Somados aos empreendimentos hoteleiros, o padrão de construção de toda a área comercial e de negócios revela, à localidade, o alto grau de modernidade, que vem sendo acompanhado por áreas de entretenimento, seguidas pelo fortalecimento da crescente oferta de serviços que se torna mais disponível na área.



Segundo Fugimoto, dadas as características de ocupação, com prédios modernos e para uso exclusivo de grandes empresas, a Avenida Berrini vem sendo considerada por alguns como “a nova Paulista” ou “a nova Faria Lima (FUGIMOTO, 1994:15). Embora tal citação demonstre uma divisão espacial do propósito da ocupação, existe conectividade do ponto de vista da instalação da hotelaria, pois para o setor de entretenimento, restauração e hospedagem, a já mencionada distância aferida entre Faria Lima e Berrini não é significativa.

A evolução dos loteamentos de alto padrão para a região, que compreende este grande pólo da porção sul da cidade de São Paulo, sobretudo as áreas próximas à marginal do Rio Pinheiros, marcou um dos fatores para a nova função atribuída à região.

Fugimoto lembra que não se pode afirmar que isso tenha ocorrido em todas as áreas da metrópole, mas é interessante notar que, no caso da Avenida Berrini e com características semelhantes na Avenida Paulista e Avenida Faria Lima, a evolução territorial da atividade terciária seguiu praticamente a mesma orientação do desdobramento territorial das áreas residenciais abastadas, (FUGIMOTO, 1994:24).

Conforme esse mesmo autor, no final da década de 1960, e início de 1970, toda a região sofreu uma nova valorização que, num primeiro momento, deu-se ainda através do uso residencial e que, posteriormente, resultou no surgimento das novas funções terciárias, que fizeram da Avenida Berrini um grande centro de concentração de edifícios comerciais (FUGIMOTO, 1994:24), e também de ocorrência de eventos.

A vocação da cidade para eventos é uma consequência do fato de São Paulo concentrar indústrias, escritórios, bancos, hospitais etc. Porém, diante do surgimento de novos pólos na cidade e um novo posicionamento da oferta, a cidade se

conscientizou de que precisaria concorrer pelos eventos nacionais e internacionais, pois também vivenciou, de dez anos para cá, o “boom” da hotelaria, que exige atitudes emergenciais de fomento dos fluxos turísticos baseados em muita responsabilidade sobre o que se pode fazer diante da super oferta de leitos, pois trata-se de investimentos, empregos e movimento para a cidade.

O que diferencia a criação do centro de negócios Paulista, Faria Lima e Berrini, do Centro Tradicional da cidade é que, toda infra-estrutura dos novos centros são recriadas como se a cidade não contasse com nenhuma oferta de atrativos. Isso promoveu uma desvalorização da hotelaria da região central que poderia ter dado suporte a uma possível valorização dos importantes atrativos localizados no Centro Tradicional. Percebe-se que as ações de valorização do Centro são muito pontuais e isoladas. A valorização do Centro Tradicional não anularia todos os atrativos e equipamentos que surgiram ao longo do tempo nos novos pólos da cidade, pois são contemporâneos ao Centro Tradicional, e, muitos deles, compõem um cenário moderno, sendo este inclusive um diferencial que a cidade pode oferecer aos visitantes. Embora a cidade apresente grande dimensão territorial, é importante valorizar inclusive os bairros que não estão em evidência para o mercado de capital, uma vez que são partes integrantes da cidade e contribuem para melhorar a qualidade de vida dos seus moradores e, também, para melhorar a qualidade de visitação dos turistas que aqui chegam.

Para mediar a força do mercado que constrói e reconstrói novos territórios em detrimento de outros, chegando a deslocar a função da centralidade, cabe ao poder público garantir a aplicação de instrumentos urbanísticos, jurídicos e tributários, através de Planos Diretores para promover o equilíbrio da cidade.

### **2.3. A questão da centralidade: a dinâmica espacial do CBD e a hotelaria**

Analisando o processo histórico de construção espacial referente a dinâmica do CBD na cidade de São Paulo percebe-se, de uma maneira geral, que o Centro apresentava-se sob a forma de um triângulo, cujas bases eram ocupadas pelos conventos São Francisco, São Bento e Carmo. Todas as principais atividades estavam concentradas na região desse triângulo, cujos lados eram constituídos pelas ruas Direita, 15 de Novembro e São Bento. Segundo Reis, fora desse espaço estendia-se “uma paisagem uniforme de casas construídas sobre o alinhamento das vias públicas, com seus balcões e janelas de rótulas, montados sobre grossas paredes de taipa e protegidas pelos talhadões de duas águas com seus largos beirais” (Reis, 1975:21).

Esse quadro que expressava a modéstia dos padrões de vida que então animava a Capital foi inteiramente transformado com a consolidação econômica graças ao café que do interior seguia para o porto de Santos, passando pela cidade de São Paulo. A segunda metade do século XIX marcou o início de profundas alterações no quadro da época.

A partir do momento em que a ferrovia atingiu os centros produtores de café, ocorreu uma verdadeira revolução urbana. Com base na obra de Toledo, verifica-se que a facilidade de transporte trouxe, para a capital, os fazendeiros, e novos bairros surgiram do loteamento de antigas chácaras, num processo de crescimento nunca mais interrompido. A riqueza do café, o afluxo da imigração, a importação de materiais de construção geraram o fenômeno conhecido como o período da “*Belle Époque*” (TOLEDO, 1976:1), que impulsionou, inclusive, a evolução dos meios de hospedagem na região central.

Até então, segundo Dias, os meios de hospedagem encontravam-se estipulados em 5 categorias, momento em que se atribuiu a primeira classificação das hospedarias paulistanas no início do século XVIII, conforme descrito no Quadro 3.

**Quadro 3: Tipos de hospedarias paulistanas – Século XVIII.**

Primeira Categoria	Simples pouso de tropeiro.
Segunda Categoria	Telheiro coberto ou rancho ao lado das pastagens.
Terceira Categoria	Venda, correspondente à pulperia dos hispano-americanos, mistura de venda e mercadoria.
Quarta Categoria	Estalagem ou hospedaria.
Quinta Categoria	Hotéis.

FONTE: DIAS, 2000.

Segundo Dias os primeiros hotéis em São Paulo, dignos, dessa denominação, começaram a aparecer a partir de 1870. Nessa época, São Paulo mostrava um processo de crescimento inusitado e um parque hoteleiro dos mais expressivos do país. No Largo do Capim, atual Ouvidor, existia o Hotel Palma; na Rua São Bento, o Hotel Paulistano; na Rua da Fundação, esquina com o Pátio do Colégio, o Hotel do Comércio; na Rua do Comércio, com bilhares, o Hotel Providência, de Madame Lagarde; no Pátio do Colégio, o Hotel Universal, do francês Levebre; o Hotel das Quatros Nações, que mais tarde, sob a direção de José Maragliano, passou a denominar-se Hotel Itália; o Hotel de França; o Hotel Rebechino; o Hotel Boa Vista; o famoso Hotel D'Oeste; o Grande Hotel e os Allogios, pequenos hotéis italianos, onde a comida era farta e o vinho generoso. O almanaque da província de São Paulo, editado em 1885, registrava a existência, então, dos seguintes hotéis: Hotel Brasil Itália, na Rua Boa Vista; Hotel Fasoli, na Rua Senador Feijó; Hotel Boa Vista

na rua de mesmo nome; Hotel Provenceau, na Rua São Bento; Hotel Albion, na Rua Alegre, atual Brigadeiro Tobias; Hotel das Famílias, próximo ao Mercado, no fim da Rua General Carneiro; Hotel Bristol, na Rua dos Gusmões; Hotel Suíço e a Pensão Moraes, no Largo do Paissandu. Alguns outros hotéis de pequena expressão ainda existiam na capital paulista, mas com características de hotel e capacidade de hospedagem e prestação de serviços, os hotéis paulistanos eram os acima enumerados, (DIAS 1990:52).

Todo o novo arranjo espacial, econômico, social e político que se configurava na cidade graças ao café criou determinadas condições que facilitaram o aparecimento das primeiras indústrias. O surto cafeeiro e seu comércio na capital paulista contribuiu para o aumento da população, a ampliação do mercado consumidor, o crescimento do comércio e, a realização de melhoramentos urbanos. Conforme Singer, a constituição dos mercados de capitais e de trabalho foi suficiente para desencadear o desenvolvimento industrial, (SINGER, 1974).

Com as primeiras indústrias, uma nova atividade econômica começou a justapor-se às já existentes e, com ela, a cidade, mais uma vez, transformou-se de modo a permitir o desempenho de novas funções, para acomodar as novas atividades e os novos grupos sociais, sobretudo a camada de trabalhadores urbanos, até então inexistente, (REIS, 1967:22). Neste momento, bairros como Pinheiros, Penha, São Miguel, Guarulhos e Santo André começaram a integrar-se ao sistema econômico da cidade com o apoio de novas linhas de transporte.

No início da Primeira Guerra Mundial, a cidade de São Paulo contava com quase um milhão de habitantes e com um quadro espacial e de serviços públicos que atendiam, satisfatoriamente à demanda decorrente de suas funções internas e externas, que continuavam a girar, basicamente, em torno do café, enquanto a

industrialização iniciava seus primeiros passos, fato que veio reforçar o fluxo de pessoas que se movimentavam nas cidades, (LIMA, 2002:121-122).

Como conseqüência do afluxo de pessoas, multiplicaram-se os já citados meios de hospedagem e, conseqüentemente, surgiu a necessidade de organização do setor. Segundo Dias, no início do século XX, as categorias hoteleiras e similares começaram a se agrupar. Em 07 de julho de 1921, fundou-se a União de Proprietários de Hotéis e Restaurantes, Bares, Confeitarias, Cafés, e Casas Congêneres de São Paulo, (DIAS, 1990:52). Na primeira reunião realizada no mês de julho de 1921 foi discutida, e aprovada, a idéia e a necessidade de organizar uma corporação composta exclusivamente de proprietários de hotéis, restaurantes, bares, confeitarias, cafés e casas congêneres, com o fim de juntos estabelecerem as bases de uma associação que tinha por único objetivo tratar de interesses comuns da classe. Essa reunião pode ser considerada a primeira semente do atual sindicato de Hotéis e Similares de São Paulo.

Verificou-se que os próprios comerciantes, inseridos na prestação de serviços de hospedagem, que se configurava na região central, tornavam-se empreendedores. De acordo com Dias, a influência italiana, francesa e suíça não podem ser negadas, em função dos sobrenomes apresentados (DIAS, 1990), fato justificado pelo modelo de ocupação territorial, apoiada na figura do imigrante, pelo qual o Estado de São Paulo e, conseqüentemente, o município passaram.

A rápida expansão do setor de serviços, já neste período, na região central, conseqüência da impossibilidade de importação de produtos manufaturados para o atendimento do mercado interno, contribuiu sobremaneira para que se verificasse uma rápida expansão do Parque Industrial. Tal perspectiva consolidou-se com a Segunda Guerra Mundial e com a política de desenvolvimento adotada pelo governo

brasileiro nos anos de 1950 e 60, o que reforça o processo de urbanização que neste momento intensificou-se com os fluxos migratórios incorporados ao sistema econômico, aumentando a população em alguns milhões de habitantes.

Tais condições contribuíram para desencadear novos estilos nos meios de hospedagem. Nesse momento, a Cidade de São Paulo contava com a implantação de grandes hotéis que assumiram importância no cenário da hotelaria brasileira, concorrendo, segundo Dias, apenas com a cidade do Rio de Janeiro. As unidades hoteleiras de grande destaque na época eram os hotéis Jaraguá, Alvear, Claridge, Ca'd'Oro, Comodoro, Terminus, entre outros, (DIAS, 1990). A implantação desses hotéis na região central, somada à oferta de menor categoria, que historicamente já havia se apropriado da área, ocorreu em função das oportunidades de negócios geradas pelas necessidades decorrentes do aumento da demanda.

À evolução econômica correspondeu uma expansão da hotelaria, ambas associadas ao centro de negócios, embora a primeira seja fundamental para a gênese do processo e a segunda seja seu complemento. No caso da cidade de São Paulo, o CHT correspondia ao centro de negócios ou, como usualmente tratado CBD (*Central Business District*) ou Distrito Central de Negócios. Conforme afirma Garnier, o centro de negócios é a própria expressão do poder urbano, o coração vivo da cidade. Pela sua localização e extensão, pelos tipos de atividades nele concentrados, o estado de modernismo ou de abandono que revela, os trabalhos que asseguram a conservação, o progresso ou a reconquista, o centro de negócios traduz as fases da vida urbana, a sua continuidade ou sua alternância, os efeitos da política regulamentar administrativa, assim como os das capacidades financeiras locais, nacionais e, por vezes, internacionais, (GARNIER, 1997:26). Conforme a mesma autora, CBD é:

*“... o local onde se reúnem as atividades que dirigem e que se relacionam, tal como das que visam dar à população a possibilidade de satisfazer as suas mais elevadas exigências. Objeto de intensa concorrência, o solo atinge, aí, os mais elevados preços que repelem a função residencial e só podem ser suportados por atividades muito lucrativas, com necessidades de localização particularmente acessível e de grande procura” (GARNIER, 1997: 392).*

Garnier destaca, ainda, a função do CBD proposta para a cidade de Paris:

*“... é a zona onde é maior a proporção de compras em comércio não diário; onde dominam as transações verbais e financeiras em relação às transferências de mercadorias; onde se desenvolvem todos os recursos do setor terciário mais sofisticado quanto aos serviços pessoais; é a zona, enfim, onde a sobreposição destas atividades é tal, que acaba por invadir o espaço urbano” (GARNIER, 1997: 392).*

Percebe-se, conforme as observações de Garnier, que São Paulo, assim como várias metrópoles do mundo, não fugiu ao modelo clássico que caracteriza o CBD, expressão do mais elevado nível de centralidade. A hotelaria que se instalou no CBD reflete a força da centralidade no contexto urbano.

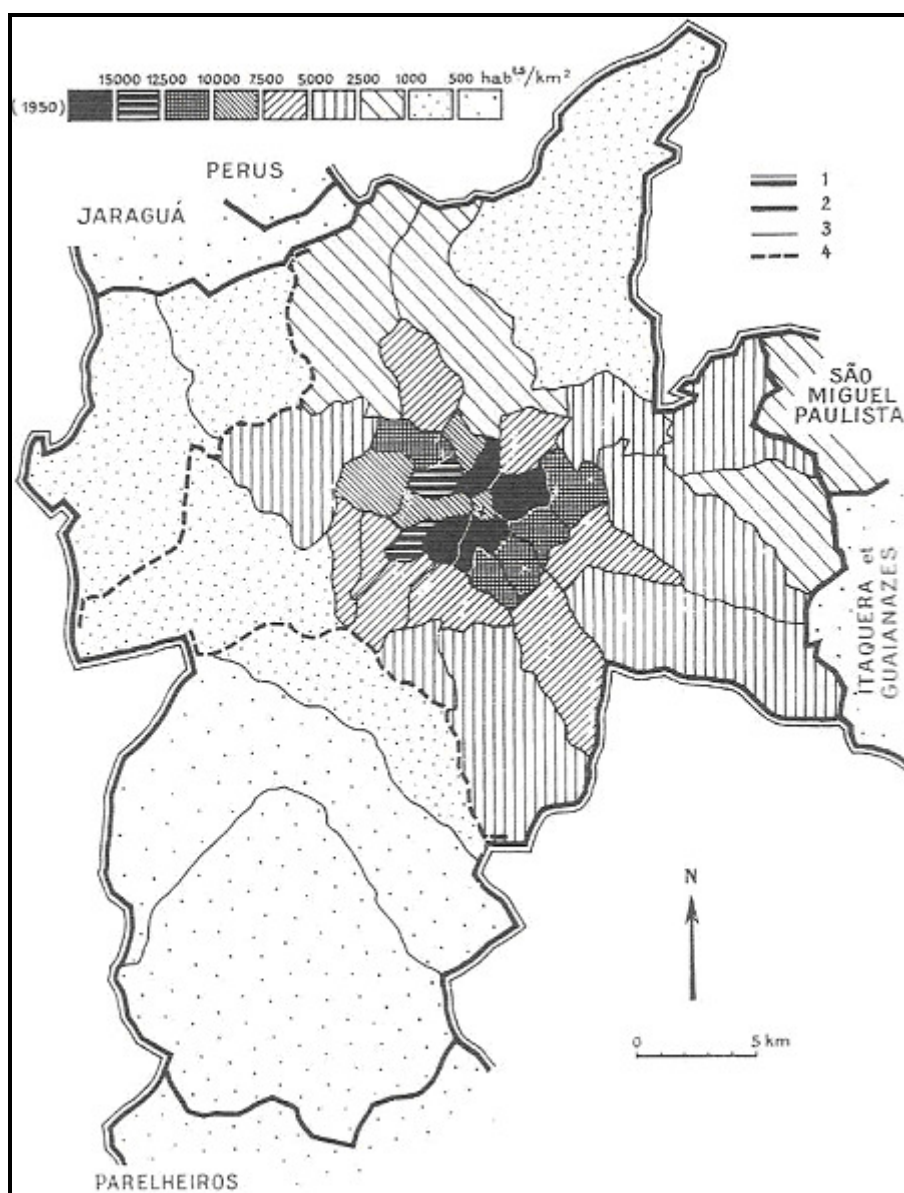
Garnier, após analisar alguns casos clássicos que revelam a centralidade a partir dos centros de negócios, como Paris, Londres, Los Angeles, Nova Iorque, entre outros, com informações da década de 1980, registra algumas considerações a respeito da centralidade na cidade de São Paulo, (GARNIER, 1997). Para Garnier, a disposição da aglomeração de São Paulo, no Brasil, constitui igualmente um ótimo exemplo, assim como os analisados por ela, dentro de suas especificidades. A



autora afirma que o coração da cidade de São Paulo estava localizado em torno da Praça da Sé, onde a densidade era de apenas 8.620 habitantes por quilômetros quadrados e com tendência a decrescer; um bairro de edifícios administrativos, eclesiásticos, e de ruas comerciais representava o centro menos povoado, mas muito ativo na cidade; depois, há uma primeira auréola de bairros muito povoados, ultrapassando os 18.000 habitantes por quilômetro quadrado; a que se segue uma segunda auréola onde as densidades são de 10 a 15.000 hab/km<sup>2</sup>; finalmente, uma zona muito mais extensa, sobretudo a Leste e a Sudeste, prolongada por tentáculos para Norte e para Oeste, onde a densidade desce para menos de 6.000 hab/km<sup>2</sup>, permanecendo, contudo, superior a 2.000 hab/km<sup>2</sup>, (GARNIER, 1997:259).

Ainda para Garnier, é necessário notar que nos núcleos centrais, sobretudo nas grandes cidades, o papel residencial vinha sendo, progressivamente, ameaçado pela implantação de outras atividades. Em Milão, contavam-se 16.600 habitantes por quilômetro quadrado no centro e mais de 20.000 na cintura urbana periférica. A planta de São Paulo mostrava a mesma disposição. Essa particularidade acentuou-se com o tempo: deu-se-lhe a designação de “fenômeno de *city*” (GARNIER, 1997:259-260), o Mapa – Densidade de população nas diversas divisões administrativas da cidade de São Paulo - apresenta tal distribuição, e a partir dele é possível entender a distribuição de grande parte da infra-estrutura de serviços desenvolvida em algumas áreas a partir do CBD.

**Mapa 1: Densidade de população nas diversas divisões administrativas da cidade de São Paulo**



FONTE: Garnier, 1997.

A disposição das densidades forma a imagem de zonas concêntricas, pois a evolução parece, de fato, fazer-se com essa mesma disposição: o espaço atingido pelo fenômeno de *city* não registra apenas uma perda quantitativa de população; tem também tendência para ocupar cada vez mais espaço. As densidades urbanas que se registram em contato com a *city* têm, pois, tendência para serem empurradas

um pouco para mais longe à medida que a melhoria dos transportes urbanos favorece o alastramento da superfície ocupada pela aglomeração (GARNIER: 1997:261).

Para situar o contexto histórico da evolução de São Paulo e de seu centro urbano foi utilizado como recurso a revisão da bibliografia existente sobre o assunto, o que permitiu evidenciar o processo que resulta na forte polarização e centralização de atividades econômicas na dinâmica espacial da cidade, em relação à sua área de influência, extrapolando o espaço representado apenas pelo CHT, e promovendo a formação de novos centros econômicos. O recurso da revisão bibliográfica permitiu também destacar o papel de importância que a metrópole desempenhou, e vem desempenhando, no contexto nacional e internacional.

Com relação ao Centro Histórico Tradicional pode-se afirmar que houve total mudança fisionômica do núcleo urbano; a verticalização passou a ser a tônica do modelo arquitetônico, determinando o aumento da densidade de uso da área. Segundo Reis, essa fase foi marcada pelo período de 1920 a 1940, quando se verificou, também, um crescimento em extensão nas faixas residenciais e industriais da periferia (REIS, 1975:22), período este em que a hotelaria se estruturava na cidade.

Uma década depois, confirmando as colocações de Garnier, a verticalização atingiu igualmente as construções destinadas às habitações nos bairros junto ao Centro. No entanto, a partir da década de 1970, a desvalorização da região central (CHT) ocorreu numa relação inversamente proporcional ao crescimento econômico da cidade.

No que se refere à expansão da hotelaria, o período de 1946-1960 correspondeu à fase de relativa estagnação com algumas exceções, como, por

exemplo, o Grand Hotel Ca'd'Oro inaugurado em 1953. O mais antigo hotel de luxo da cidade de São Paulo, de propriedade da família Guzzini, contava com 290 apartamentos e oferecia serviços diferenciados. Durante décadas, o Ca'd'Oro representou ponto de hospedagem e encontro de Monarcas, Chefes de Estado, Ministros, empresários, entre outros. O Ca'd'Oro pertencia à categoria das belas mansões eventuais, algo como a casa dos nossos sonhos, providencialmente oferecida ao viajante, (PROSERPIO, 2003:39). A atual condição do Ca'd'Oro localizado numa área atualmente degradada, testemunha a migração do CBD.

Outra explicação para essa degradação do núcleo central foi a força da expansão do Parque Industrial. Esse fato conferiu à cidade novas funções, essas da mais alta importância, no nível das maiores e mais complexas estruturas urbanas do mundo, caracterizando-a como metrópole.

A metropolização, conforme Singer, favorece uma crescente especialização da cidade como fornecedora de serviços; paralelamente verifica-se um gradativo afastamento das indústrias para a periferia, liberando as áreas mais internas da metrópole que passam a abrigar cada vez mais atividades terciárias. Como exemplo dessa tendência, coloca-se a acentuada centralização administrativa, inerente à constituição das grandes organizações sociais e industriais que acarreta uma crescente especialização do núcleo central da região metropolitana, (SINGER, 1974:74).

O que se observa é que as atividades que geram negócios, concentram-se em determinados pontos da cidade e vão se expandindo para outros. Além desse deslocamento, as variações de preço dos escritórios permitem avaliar a existência de uma verdadeira especulação em áreas que passam a ter valor de uso em função da expansão da malha urbana e da criação de um novo CBD. A criação do novo

CBD proporcionou, conseqüentemente, a instalação de grandes firmas que marcaram o aparecimento de grandes redes hoteleiras nacionais e internacionais, somadas aos grandes espaços para eventos.

Observa-se que a transformação das localidades amplia muito a demanda por serviços que, no caso das cidades, soma-se à infra-estrutura de ordem geral, alimenta sua vocação para o Turismo de Negócios e de Eventos. Este, por sua vez, propicia a ocorrência de outras modalidades que podem também ser beneficiadas pela oferta turística disponível.

De acordo com Pearce (1998), alguns estudos têm sido realizados em grandes áreas urbanas policêntricas, sendo que as áreas turísticas em cidades têm sido negligenciadas, muito embora se reconheça que áreas metropolitanas possam ser destinos turísticos expressivos. Ashworth e Turnbridge *apud* Pearce observam que:

*“O maior problema da policentricidade é a necessidade de conectar fisicamente os vários agrupamentos. Em alguns casos, isso é possível por corredores de movimento turístico que, assim, se tornam, eles mesmos, atrações lineares”, (ASHWORTH e TURNBRIDGE apud PEARCE, 1998:20).*

Pearce afirma que tais conexões são importantes, sendo mais centrais ao conceito e funcionalidade das áreas turísticas num exame de como a natureza e a estrutura das áreas podem variar de uma parte da cidade para outra.

Refletindo sobre a verificação feita por Ashworth e Turnbridge baseada em estudos aplicados a várias cidades do mundo, e com base nas proposições de Pearce, percebe-se uma divisão funcional do espaço que, no conjunto, não se processa igualmente. Assim, conclui-se que a inserção do turismo em várias áreas

da cidade, obedecendo a tipos de zoneamento diverso, pode gerar diferentes associações espaciais e funcionais dentro da malha urbana existente.

Tal situação nem sempre é confortável quando se pretende definir a importância das estruturas já existentes na cidade, visando seu aproveitamento para uso da atividade turística. Conforme afirma Santos (2003), nos países subdesenvolvidos o espaço se caracteriza por ser organizado e reorganizado dentro de uma matriz global, em função de interesses distantes. Segundo esse autor:

*“As forças de modernização são extremamente seletivas tanto quanto à forma como quanto aos efeitos. As variáveis modernas não se difundem homoganeamente através do espaço operacional, alterando-se a importância de cada uma delas. Esta mudança de forças produz instabilidade na organização espacial, com freqüentes desequilíbrios e reajustamentos”* (SANTOS, 2003:115).

Percebe-se, então, muitas áreas da cidade confinadas em um espaço onde o lazer e a possibilidade da existência do turismo gradualmente perdem a importância.

É pertinente lembrar que a expansão da cidade de São Paulo ocorreu em detrimento de algumas áreas que hoje contam com conjuntos de atrativos de grande valor histórico e, também, uma oferta de leitos hoteleiros que não pertencem às grandes incorporações, mas que acabam tendo algum significado no contexto da cidade e da região, e que foram sendo deixados de lado, assim que a cidade sinalizou seu crescimento para outras áreas que no contexto do início do processo de ocupação não tinham valor algum. Hoje toda região central da cidade passa por grandes dificuldades na gestão dos serviços e seus atrativos ainda estão totalmente desconectados da proposta de turismo para a cidade. Por outro lado, enquanto

áreas que há décadas atrás não possuíam valor algum, passaram a constituir grandes centros econômicos na cidade.

Nessa nova condição, teoricamente, conforme destaca Santos, existem dois tipos gerais de difusão: a realocização e a expansão. Segundo Santos, por realocização se entende a migração de objetos de um ponto para outro do espaço; no fenômeno da expansão, existe uma localização inicial seguida pela difusão para outros pontos do espaço de objetos do mesmo tipo, (SANTOS, 2003:57). Refletindo sobre a proposição teórica de Santos, verificou-se que, no Turismo, e mais precisamente nos elementos analisados nesta pesquisa (hotelaria, eventos e atrativos), ocorreu um processo de realocização seguido de expansão, fato que tem consolidado novos espaços na cidade, em detrimento de outros degradados.

### 3. Hotelaria, negócios e atrativos em São Paulo: fragmentos espaciais

#### 3.1. O Centro: apogeu e decadência

Com o passar das décadas o Centro da cidade de São Paulo cresceu, devido aos fatores já destacados e também ao processo de aglutinação com outros bairros. Conforme já exposto, o centro passou por mudanças a partir da década de 1920 que foram intensificadas em 1950, acelerando, conseqüentemente, a urbanização.

Devido à localização estratégica do Centro de São Paulo – aqui tratado especificamente como Centro Histórico Tradicional (CHT) – e ao reforço das condições de crescimento empreendido pelos investidores, existem nesse bairro marcas que registram diversos momentos históricos pelos quais a cidade como um todo passou, e que foram alvo de mudanças constantes. Tais marcas resultam do próprio processo de produção ocorrido na área. Essa herança reflete a força que as cidades possuem, fato já assinalado por Mumford (1961):

*“A cidade é o ponto de máxima concentração do vigor e da cultura de uma comunidade; tem a forma e o símbolo de um conjunto integrado de relações sociais; é a sede do templo, do mercado, da Corte de Justiça, das academias de ensino” (Mumford: 1961:13).*

A distribuição das atividades econômicas desenvolvidas no Centro Histórico Tradicional caracterizou o período correspondente à primeira metade do século XX, deixando inúmeras marcas, além de outras, que hoje são matéria-prima para a prática do Turismo Urbano em São Paulo. Tal distribuição conferiu ao CHT o que pode ser chamado de *Central Business District* (CBD) ou *core* dentro da área central da cidade, destacando-se ali atividades tradicionais vinculadas: ao comércio; às



grandes corporações (escritórios de empresas, sedes bancárias, comércio especializado e restaurantes sofisticados); aos órgãos públicos (Prefeitura da Cidade de São Paulo, Teatro Municipal, Fórum João Mendes Jr., Tribunal de Justiça e Receita Federal); além do crescente número de atividades de apoio (bares, restaurantes, cinemas, oficinas, transportes e hotelaria).

Toda a estrutura urbana, já definida no Centro Histórico Tradicional, proporcionada pelo desenvolvimento da atividade industrial, numa primeira fase entre as décadas de 1920 e 1940 e, numa segunda fase, entre as décadas de 1950 e 1960, agregou novas feições e funções ao centro.

A metropolização, tendo o CHT como referência da cidade, favoreceu uma crescente especialização da cidade como fornecedora de serviços. Segundo Sant'anna, paralelamente ao processo de metropolização verificou-se um gradativo afastamento das indústrias para a periferia, liberando as áreas mais internas da metrópole, que passaram a abrigar cada vez mais atividades terciárias. “Como exemplo dessa tendência, coloca-se a acentuada centralização administrativa, inerente à constituição das grandes organizações sociais e industriais que acarreta uma crescente especialização do núcleo central da região metropolitana”, (SANT’ANNA, 1981:46).

No entanto, o exame da literatura mostra que, concomitantemente à segunda fase de consolidação do Centro, nesse mesmo período, ou mais precisamente em 1940, inaugurava-se na Avenida Paulista o primeiro prédio de apartamentos, marcando uma ruptura no sólido domínio das mansões. Posteriormente, no início da década de 1950, surgiu o prédio do Conjunto Nacional, propondo uma nova forma de ocupação e de uso do solo para a nobre avenida, (SANT’ANNA, 1981:45).

A expansão do Parque Industrial Nacional conferiu à cidade de São Paulo funções novas, essas da mais alta importância, o que proporcionou a criação de uma estrutura hoteleira diferenciada. Entre 1940 e 1950 ocorreu na cidade a instalação da hotelaria de alto padrão, que começou a se consolidar na região central e caminhou, no início do período citado, embora de maneira tímida, para a região da Paulista. O eixo encontrado para tal expansão foi a Rua Augusta, que conecta os dois núcleos de maneira bastante linear. O resultado dessa expansão conferiu à cidade uma complexa estrutura urbana, colocando-a entre as maiores do mundo.

A urbanização assumiu características do processo de metropolização, o que significou a consolidação de diferentes núcleos no município de São Paulo, que assumiu funções que outrora estiveram limitadas apenas ao Centro Histórico Tradicional.

Segundo Sant'anna, "a predominância do núcleo central se manteve à medida que as ligações entre o centro e a periferia eram mais eficientes do que as ligações externas. Desse modo, as empresas dependentes de um mercado mais vasto, viam como melhor opção para sua localização o Centro Histórico Tradicional, contribuindo para sua excessiva concentração de atividades econômicas", (SANT'ANNA, 1981:47).

Cordeiro adverte que, ao se considerar o processo de metropolização da cidade nos últimos anos, deve-se ter como base, não apenas o crescimento industrial, mas, sobretudo, o avanço da importância do setor de serviços em relação ao industrial. Segundo essa autora, a expansão do setor de serviços com alto nível de sofisticação verificou-se no Centro, principalmente no período de 1962 a 1967,

com a ampliação vertical do mercado e o aprofundamento e a diversidade do consumo das camadas de alta e média renda, (CORDEIRO, 1978).

Diante das transformações ocorridas na cidade que passou a ser prestadora de serviços, a sua área central começou a sofrer as mais significativas modificações. O Centro Histórico Tradicional, por sua vez, não respondia mais satisfatoriamente às novas exigências de ocupação do solo e de instalação de serviços.

O que se observa é a concentração de atividades econômicas, nas últimas décadas, exercendo grande pressão na área central e contribuindo sobremaneira para a descaracterização da região. Segundo Sant'Anna, a cidade, em seu processo de mudanças, transformou seu aspecto visual, novos grupos sociais emergiram, novos hábitos urbanos se instauraram, novos critérios de qualidade e de gosto se impuseram, (SANT'ANNA, 1981:48).

Sant'anna exemplifica as mutações pelas quais passou a cidade de São Paulo por meio de sua estruturação social. “A partir dos anos trinta, nota-se a emergência de novos grupos sociais, com o aparecimento do imigrante enriquecido que substitui, em parte, a antiga aristocracia rural; mais recentemente o topo da pirâmide social inclui camadas sociais emergentes do setor terciário originários da cidade que começa a especializar-se como prestadora de serviços”, (SANT'ANNA, 1981: 48). A cidade muda em sua configuração social e a partir daí surge uma nova forma de vida urbana. No entanto, o valor atribuído ao Centro enquanto espaço que possa se adaptar à nova realidade não é considerado pelo novo modelo de produção.

Atentando a essa questão, Cordeiro identifica na “vertiginosa transformação da cidade de São Paulo”, observada no último quartel de século XX, a ocorrência de

profundas alterações na sua fisionomia metropolitana, com destaque especial para o centro. Nesse sentido, assinala a autora, vemos a área central da cidade mudar seu arranjo visual, reduzir a vivência social que oferecia, deslocar seus pontos referenciais, transformar-se, finalmente, em suas características mais tradicionais:

*“Notamos o desaparecimento de alguns dos seus principais pontos referenciais urbanos, o deslocamento das instituições de encontros culturais, dos cinemas, e dos estabelecimentos de entretenimento. Vimos as sedes dos bancos e empresas destacarem-se do seu reduto nas ruas do triângulo e circunvizinhanças para novas paragens. “À la recherche du temps perdu” rememoramos as indelévels vitrines dos tradicionais magazines do comércio sofisticado das ruas Barão de Itapetininga e Marconi em peregrinação para novas posições” (CORDEIRO 1978:1).*

Referindo-se às mudanças de comportamento social urbano, Cordeiro destaca:

*“... com o desdobramento do Centro Metropolitano de São Paulo, ocorreram amplas mudanças de comportamento urbano. O paulistano perdeu hábito de descansar no seu roteiro de compras. Os bares das salas de espera dos cinemas desapareceram. Sumiram os locais tradicionais de encontro do centro principal: as salas de chá da Casa Mappin e Cleper/Exposição, Confeitaria Seleta, Rotisserie Fasano, Café Juca Pato, Livraria Jaraguá e inúmeros outros, dando lugar às agências bancárias, lojas de eletrodomésticos e roupas, bares de alô rápido e sanduíches engolidos à beira do balcão. Monumentos foram retirados ou deslocados, alterando usuais pontos de referências...” (CORDEIRO, 1978:202).*

A cada nova fase de desenvolvimento da cidade, corresponde um novo arranjo do espaço. Assiste-se a uma ocupação aleatória na região central, que se transformou praticamente em espaço de sobrevivência mais evidente na década de 1980. Trabalhadores excluídos do processo produtivo passaram a atuar na economia informal, desmontando toda a atmosfera construída na região ao longo do processo de construção. Por outro lado, o processo de desconstrução do espaço central vitimou grande parte do patrimônio ali construído, fez com que a oferta existente descaracteriza-se, chegando a se perder importantes exemplares patrimoniais.

No período transcorrido ente 1920 a 1940, a hotelaria que despontou no CHT esteve aliada basicamente a um mercado nacional de capitais, além dos empreendimentos estarem ligados a diversos empreendedores. Com base na sondagem de campo para a elaboração do pré-teste, observou-se que, hoje em dia, alguns desses hotéis são meios de hospedagem de curta permanência, que atendem o movimento gerado inclusive pelo próprio mercado de prostituição que ocorre na região central – Anexo 1.

As considerações feitas permitem avaliar as transformações ocorridas e perceber que instituições começam a promover outros elementos que valorizam o CHT, embora as ações tenham sido mais pontuais.

O Centro Histórico Tradicional, submetido a uma condição de desvalorização ao longo do tempo, e através de algumas ações, tenta ressurgir revelando toda sua importância no contexto social, econômico, cultural e afetivo da cidade.

Timidamente, alguns bares e restaurantes do Centro, mesmo com horários limitados, abrem nos finais de semana. Segundo Rossetti, Salmerón e Marchina (2005), nessa área, existem vários restaurantes com fatores de atração que são

muito utilizados durante a semana, e hoje, são também freqüentados nos finais de semana [...] Com base em critérios como: localização; horários de funcionamento; condições de higiene; isolamento dos graves problemas sociais – prostituição, mendigos etc., ao redor dos estabelecimentos –; e qualidade do atendimento, esses autores selecionaram os seguintes estabelecimentos que conferem essa condição: “Café do Pátio do Colégio, Café Girondino, Mosteiro São Bento, Ponto Chic, Sujinho, Farinata, Bar Brahma, Doces Dulca, Gato que Ri, Café Califórnia, Terraço Itália Restaurantes, Sanduíche Pernil do Estadão e Mercado Municipal de São Paulo”, (ROSSETTI, SALMERÓN e MARCHINA, 2005:24-25). Observa-se que a oferta descrita é bastante tradicional e singular, característica que pode agregar um diferencial na composição do produto turístico no CHT.

Outro aspecto da oferta é a hotelaria, tão desvalorizada, que volta a ser reconhecido como uma das possibilidades para atender turistas, especificamente os de compras. O Centro Histórico Tradicional, embora ainda não apresente números tão expressivos quanto os hotéis da região da Paulista e os do complexo Berrini/Faria Lima na oferta de leitos, mantém alguns empreendimentos tradicionais e, também, outros novos para atender uma demanda real para o Turismo de Compras que existe na região.

Conforme o levantamento da oferta hoteleira do CHT, realizado em janeiro de 2006, a região conta com sete estabelecimentos hoteleiros vinculados a Redes, e juntos ofertam 1.088 unidades habitacionais, sendo 60,4% classificados na categoria “muito confortável”, e os demais 39,6% entre as categorias “confortável” e “simples”.

**Tabela 2: Centro Histórico Tradicional - Oferta hoteleira por categoria – 2006.**

<b>REGIÃO CENTRO – Oferta Atual</b>			
<b>Categoria</b>	<b>Uhs.</b>	<b>Hotéis/Flats</b>	<b>%</b>
Luxo	0	0	0
Muito confortável	658	4	60,4
Confortável	129	1	11,9
Médio conforto	0	0	0
Simple	301	2	27,7
<b>Total</b>	<b>1.088</b>	<b>7</b>	<b>100</b>

Org. Reinaldo Miranda de Sá Teles – 2006.

A oferta atual de redes no Centro caracteriza-se, predominantemente, por hotéis de redes nacionais. Existe apenas um empreendimento com marca internacional, o Novohotel da rede *Accor Hotels*, sendo as demais genuinamente brasileiras, compondo-se pelas demais marcas descritas na Tabela 3.

**Tabela 3: Centro Histórico Tradicional – Hotéis de rede nacional e internacional – 2006.**

<b>REGIÃO CENTRO – Oferta Atual</b>			
<b>Rede hoteleira</b>	<b>Marca</b>	<b>Hotéis</b>	<b>Uhs.</b>
Accor Hotels	Mercure	1	260
Bourbon	Bourbon	1	129
Riema	Sem Marca	1	180
Eldorado	Eldorado	1	155
San Juan	San Juan	1	63
Nacional Inn	Nacional Inn	1	40
	Shelton Inn	1	261
<b>TOTAL</b>	<b>-</b>	<b>7</b>	<b>1.088</b>

Org.: Reinaldo Miranda de Sá Teles – 2006.

Os reflexos da forte expansão econômica observada no período de 1968 a 1974 foram acompanhados por expressivo crescimento das viagens a negócios e dos meios de hospedagem, que se refletiram diretamente no movimento de turistas a negócios na cidade de São Paulo.

O florescimento da indústria automobilística, em décadas passadas, demandou a expansão da infra-estrutura de transporte rodoviário, que apresentou expressivo crescimento, incentivando novos deslocamentos. Segundo a EMBRATUR, entre 1969 e 1973 o número de viajantes/hóspedes aumentou 36%, fato que leva a inferir que grande parte desse movimento ocorreu em São Paulo.

Diante da proposta desta pesquisa, buscou-se, nesse capítulo, caracterizar o recorte espacial denominado CHT, e a sua oferta hoteleira, para que posteriormente se possa avaliar o grau de conectividade entre a hotelaria, eventos e atrativos turísticos. A Figura 2, detalha a distribuição da parca hotelaria que restou no CHT.

**Figura 2: Região Centro Histórico Tradicional**





Observa-se na Figura 2 que não existe concentração de hotéis nas Praças da Sé, do Patriarca, do Largo São Bento e nas proximidades, lugares que outrora abrigavam importantes hotéis<sup>2</sup>.

Observações empíricas e entrevistas aplicadas aos gerentes dos hotéis mostraram que aqueles hotéis representados na Figura 2 atendem mais o turista que vem às compras em São Paulo do que o que vem à cidade motivado por outros negócios, ou, mesmo, para o lazer. A característica atacadista da região central indica o processo de mudança pelo qual o CHT passou. O centro ainda mantém uma significativa demanda real que, mesmo desligada de práticas de lazer, poderia ser melhor aproveitada por políticas e programas que venham valorizar a grande oferta de atrativos existentes na região.

---

<sup>2</sup> Diferente da cidade do Rio de Janeiro que teve, no início do século XIX, (mais precisamente a partir de 1808, com a chegada da Família Real) um aumento no fluxo de estrangeiros e, conseqüentemente, na construção de alojamentos, a cidade de São Paulo só teve um crescimento nesta demanda a partir de meados do século XX, com a instalação da Academia de Direito do Lago de São Francisco.

Para Antônio Rodrigues Porto, “a instalação da Academia de Direito foi o acontecimento mais importante para a vida da cidade de São Paulo em toda primeira metade do século XIX. A presença desse estabelecimento de ensino superior deu-lhe mais vigor e entusiasmo. A Academia de Direito arrancou São Paulo do seu sono colonial e criou condições para alterar seus costumes tradicionais”.

No entanto, com o crescimento da cidade no século XIX, surgiu uma nova fase de construções hoteleiras e muitos hotéis foram destaque na Cidade de São Paulo. A cidade, ainda em sua formação inicial de urbanização, o “Triângulo Central”, teve seus principais elementos hoteleiros localizados próximos à Faculdade de Direito e às Estações Ferroviárias da Cidade. Um dos mais notáveis deste período foi o *Grande Hotel*, construído por encomenda do alemão Frederico Glete, na Rua São Bento, esquina do Beco da Lapa (atual Rua Miguel Couto).

Inaugurado em 1878 era considerado, conforme descrição de Antônio Rodrigues Porto, “o *melhor hotel do Brasil*”. Projeto do alemão Von Puttkamer, era um edifício de três andares e que recebeu ao longo de sua história inúmeros hóspedes famosos como o príncipe Henrique da Prússia (1885) e a artista Sarah Bernhardt (1886). Este prédio veio a ser demolido em 1964 e em seu lugar foi construído um edifício comercial.

### **3.2. Avenida Paulista: o início da modernidade**

A tradicional e nobre avenida, área residencial da elite paulistana, transformou-se, com o passar do tempo, em um centro de prestação de serviços.

A ocupação inicial da avenida abrigoando luxuosas mansões, consagrou-a como nobre e aristocrática. Segundo Toledo, seu surgimento foi inspirado nas grandes avenidas das capitais européias, e com a intenção de ter em São Paulo um empreendimento do mesmo porte, ela começou a ser construída em 1890. Tal ousadia provocou risos de incredulidade nos paulistanos, quando João Eugênio de Lima, seu idealizador, associado a José Borges de Figueiredo e a José Augusto Garcia, fundaram uma sociedade para urbanizar o alto do Caaguaçu, (TOLEDO, 1978:11).

A nobre avenida foi inaugurada em 08 de dezembro de 1891. Segundo Sant'anna, Eugênio de Lima, declinando da homenagem de ter seu nome atribuído à avenida, insistiu: "... se chamará Paulista, em homenagem aos paulistas". A avenida constituia-se, então, como um enorme rasgão na mata que cobria o espigão em seus 2.800m de comprimento por 30m de largura. Seu leito era dividido em três faixas: uma para carruagem, outra para cavaleiros, e a terceira para bondes. De cada lado da Avenida Paulista havia dois renques de plátano e magnólia, bem ao gosto europeu (SANT'ANNA, 1981:93).

Do mesmo modo que outras obras inauguradas nesse período, denominado, com propriedade, "Belle Époque" (tais como o Viaduto do Chá, o Palácio dos Campos Elíseos, a Estação da Luz, o Jardim da Luz, entre outros), a Avenida Paulista foi uma obra grandiosa: "A Avenida Paulista foi o marco de uma era: eu não saberia comparar a Paulista senão a certas avenidas de Nova Iorque", escrevia em 1912 o francês Gaffre. Aberta ao tráfego em 08 de dezembro de 1891, cortando o

antigo Caaguaçu, essa avenida coroava o divisor de águas do Tietê a Pinheiros. A série de palacetes aí edificados constituiu a mais representativa mostra da arquitetura da "Belle Époque", (TOLEDO, 1978:04).

O sonho de Eugênio de Lima, rapidamente entusiasmou as mais abastadas famílias do Estado e, em 1900, já se podia contar mais de 50 residências na avenida. Todas apresentavam recuo de pelo menos 10 metros em relação ao alinhamento da rua, eram cercadas de grades e envoltas em jardins cuidadosamente arranjados. Pouco tempo depois de sua inauguração, a Avenida Paulista já abrigava a elite da gente paulistana, os corsos carnavalescos e as festas mais requintadas, (TOLEDO, 1978:32).

Atesta essa realidade a referência à avenida que faz Martins (1967: 31) no seu estudo da biografia do Conde Matarazzo. Referindo-se aos anos de 1900, afirma: "Francisco nesse tempo já era um homem rico, e possuía seu palacete na recém-aberta Avenida Paulista, a terceira via pública tomada pela burguesia paulista, localizando-se ali as mansões dos grandes fazendeiros do café<sup>3</sup>,

---

<sup>3</sup> Embora o texto citado por Martins faça referência aos grandes fazendeiros do café na Avenida Paulista, cabe aqui esclarecer que é clássica a versão histórica equivocada de que os barões do café construíam suas suntuosas mansões na região mais alta da cidade.

**Campos Elísios e Higienópolis eram o reduto da elite cafeicultora paulista. Bairro tipicamente residencial, as construções eram suntuosas e versões reduzidas dos palácios da nobreza européia, que lhes inspiravam os estilos arquitetônicos, os móveis, os objetos de decoração, as louças, o mármore, os hábitos, etc.**

Campos Elísios era um bairro quase que totalmente voltado para os riquíssimos "palacetes" de fazendeiros. Alguns exemplares: Família Cícero Prado, Conde Prates, Olívia Guedes Penteadó, Pacheco e Chaves, Antônio da Silva Prado etc...

Higienópolis rivalizava com Campos Eliseu na preferência das famílias do baronato cafeicultor.

Eram esses dois bairros os endereços das famílias dos barões de café, no entanto, há exemplares de palacetes em outras regiões da cidade. Ex. a região próxima da Estação da Luz, era um local muito disputado pelos cafeicultores, especialmente os que possuíam os títulos: Barão de Tatuí, Marquesa de Itu, Barão de Piracicaba, Conde do Pinhal, etc., tal escolha esteve ligado a proximidade do lugar de acesso do café para o porto Santos e também para o Oeste do estado.

A Av. Paulista não era o endereço preferido de tão nobre gente, apesar da associação tão comum.

comerciantes e industriais”.

Uma referência ao requinte de tais mansões aparece na descrição da obra de Sant’anna: "As lindas mansões eram habitadas por uma elite paulistana, agregava muito charme a região. O requinte e a elegância predominavam em tudo. Destacava-se o elemento feminino que aos domingos passeava pela avenida, ao longo das ruas calçadas. Era notável então, nas residências, a opulência e o fausto das recepções, onde os convidados eram recebidos com fidalguia...". (SANT’ANNA, 1981)

O Trianon, construído na área do bosque natural reservada para esse fim pelos construtores da avenida, transformou-se em área de ponto de encontro sofisticado, para atender ao quadro social da época.

Nesse ambiente, a avenida abrigou por muitos anos as mais abastadas famílias paulistas, desde os comerciantes enriquecidos, até os capitães da indústria, alguns dos quais imigrantes, sobretudo italianos, evidenciando a própria evolução da economia. Uma crônica social relatada por Loyola, exposta na obra de Antonio Soukef<sup>4</sup> mostrava aspectos de uma relativa circulação de elites econômicas na ocupação das tradicionais mansões da avenida, que continuava abrigando as festas e as recepções mais requintadas.

---

A Avenida era sim região nobre, mas, ocupada principalmente por imigrantes enriquecidos: os Matarazzo, Siciliano, Calfat, Schmidt, Andrauss, etc... Essas famílias mandavam construir "palacetes" tão suntuosos e poderosos como os das famílias ligadas ao café, instalava-se na época uma certa competição.

<sup>4</sup> Os abastados, aos poucos, foram chegando à avenida. No início, porém, devido ao difícil acesso, os casarões ou "vilas" eram utilizados mais para veraneio do que local de residência. Com a chegada dos bondes, em 1900, a ocupação se intensificou. As mansões eram erguidas em vários estilos arquitetônicos: neoclássico, neocolonial, egípcio, "art nouveau".

Uma das mais imponentes era a Vila Fortunata, que foi construída em 1903 pela família Thiollier, dona de uma companhia importadora. A casa recebia freqüentemente artistas e intelectuais que organizariam depois a Semana de Arte Moderna de 1922. Antonio Soukef localizou a seguinte descrição nas memórias do advogado e escritor René Thiollier, filho do proprietário do casarão. "(...) escancarado a veneziana. A manhã surpreende-me linda. Uma manhã lustrosa, dourada, o céu de um azul imaculado, o sol a derramar-se por tudo, pelo arvoredo compacto do bosque de minha 'Vila'".

O ano de 1940 marcou uma ruptura no sólido domínio das mansões, quando surgiu o primeiro prédio de apartamentos situado na esquina com a Rua Frei Caneca, assinalando, assim, o início da construção de altos edifícios, (TOLEDO, 1978:130).

Referindo-se aos bairros que compunham o entorno da Avenida Paulista, Mendes *apud* Toledo (1978) remarca suas características iniciais, bem como o caráter de sua função residencial de luxo observados no Jardim América, Jardim Paulista e Jardim Paulistano, parte dos quais na década de 1950 estavam apenas arruados, formando bairros homogêneos quanto às funções, estrutura e paisagem urbana, com residências que demonstravam ser da alta burguesia, sempre marcadas com áreas de lazer (MENDES *apud* TOLEDO, 1978).

Segundo Toledo, em 1952, verificou-se a construção do primeiro aglomerado de edifícios com galerias para a instalação de lojas, o “Conjunto Nacional”, encerrando uma nova concepção de ocupação do solo, e reunindo, pela primeira vez, num só bloco, um centro comercial, um hotel, área para escritórios, e principalmente apartamentos residenciais de luxo, encarado como um projeto ousado, do ponto de vista comercial. O pioneirismo desse empreendimento, ao invadir os limites dos grandes casarões, apenas indicou o caminho que deveria ser seguido quando se concretizasse a superpopulação do CHT, (TOLEDO, 1978).

“Na mesma época do lançamento do Conjunto Nacional, do outro lado da avenida, na esquina com a Avenida Brigadeiro Luis Antônio, estava sendo inaugurado o Nações Unidas, um prédio de apartamentos residenciais de padrão alto luxo. Consolidava-se a filosofia imobiliária de montar na região da Paulista um núcleo de edificações verticais”, (TOLEDO, 1978:138).

Desse modo, em meados da década de 50, quando apenas se iniciava o setor terciário, a Avenida Paulista encontrava-se em plena fase de ocupação residencial vertical. Segundo Mendes *apud* Toledo, os fatores que teriam levado à verticalização da avenida tiveram suas origens na década dos anos 1940 e desencadearam-se a partir de determinadas situações: "1) extraordinária valorização dos terrenos levaram a obter lucros compensadores; 2) decadência material das residências senhoriais e a dificuldade para alugá-las; 3) difusão do sistema de apartamentos em condomínios e a longo prazo; 4) inflação e desvalorização da moeda", (MENDES *apud* TOLEDO, 1958:302).

A transição da fase residencial para a de serviços deu-se por etapas. Deve-se destacar que muitos dos primeiros serviços que se instalaram na área, abrigavam-se em antigas residências. A primeira leva de população comercial foi caracterizada por representantes das profissões liberais: arquitetos, engenheiros, médicos e administradores. Quando a saturação do Centro se acentuou, restaurantes de luxo, além de algumas lojas de comércio de luxo, deslocaram-se para a Paulista. Conforme Cordeiro "a mudança da loja Madame Rosita para a Paulista está registrada em 15/03/1963, representando a chegada do comércio de luxo" (CORDEIRO, 1978:126) à região.

Os pontos de serviços mais populares, por sua vez, viriam a se fixar na avenida para atender àqueles que vinham com a segunda fase de comercialização da Paulista quando aos profissionais liberais juntaram-se os escritórios de grandes empresas, bancos, firmas de consultoria, de publicidade, etc. Nessa fase, a verticalização da avenida se acentuou bruscamente, (CORDEIRO, 1978: 126).

Com base numa maior sofisticação do setor terciário, além da própria sofisticação da economia, as grandes empresas se ampliaram, enfeixando um

grande número de atividades que exigiam amplos escritórios e contigüidade de espaço. Os bancos, outrora em sóbrias edificações, começaram a modificar suas instalações, ao mesmo tempo em que as multinacionais vinham também disputar uma faixa desse espaço, (CORDEIRO, 1978: 128).

Os prédios comerciais do Centro, de instalações nem sempre satisfatórias ou suficientes, foram, em parte, deixados para as empresas menores e para os profissionais dos pequenos serviços: despachantes, corretores, vendedores; é a chamada “época do capital financeiro”, (CORDEIRO, 1978: 136) e a Paulista vai mais uma vez refletir esse momento da economia, consolidando sua ocupação, e evidenciando o setor de serviços, no qual se destacam inclusive atividades do terciário superior.

Mais recentemente, com o Projeto Nova Paulista, a avenida sofreu mais uma grande desfiguração. O projeto tendenciava consolidar a ocupação da avenida como área prestadora de serviços, na medida em que pretendia criar condições viárias para melhorar o desempenho de seu novo papel, o que levou a um aumento importante de sua densidade populacional e de ocupação, (TOLEDO, 1978:122).

Embora esta pesquisa não trate com detalhes de toda a polêmica criada em torno do Projeto Nova Paulista, os autores que estudaram esse assunto destacaram que em sua versão final, ou seja, aquela que levou ao simples alargamento da avenida, o projeto não atendia as necessidades viárias da Paulista. Esse fato, conforme relatado, está na origem de muitos dos problemas atuais que a via apresenta, e que também levaram a região central a desagregar a função urbana a ela atribuída.

O decorrer do desenvolvimento do Projeto Nova Paulista levantou tantas questões urbanísticas quanto político-administrativas, com um grau de complexidade

que escapa aos objetivos dessa tese. No entanto, sem pretender esgotar os pontos que suscitam a reflexão, alguns aspectos pertinentes merecem destaque:

a) a compreensão da formação na Avenida Paulista de uma centralidade metropolitana, estruturada na passagem dos anos 1960 para os 1970, a partir de uma grande concentração do setor terciário, que desencadeou considerável infraestrutura, sobretudo hoteleira, que vem crescendo até o momento presente;

b) a análise das propostas e da atuação concreta do poder público nessa região, durante essa época, marcadas, sem dúvida, por um novo contexto metropolitano em formação, que originou espaços potenciais para o Turismo.

O que se observou no exame das diferentes obras que tratam da questão urbana da cidade de São Paulo, é que o abandono do projeto proposto pelo então prefeito Figueiredo Ferraz teve como conseqüência a implementação de uma solução viária inadequada para a avenida, fato que, na época, já se julgava como elemento que pudesse impedir ou prejudicar (a médio e a longo prazo), seu desempenho funcional, enquanto área de expansão do Centro. Tal fato se confirma em função das novas proposições para áreas centrais na cidade, nos dias de hoje.

Na época da inauguração da "Nova Paulista", os grandes edifícios dominavam a avenida, estivessem acabados ou em construção, com a finalidade de abrigar as sedes e escritórios de grandes empresas, agências e matrizes de bancos nacionais e estrangeiros, além de uma variedade de serviços de assessoria, consultoria, computação etc., consolidando-a, em nível de ocupação do solo, como uma área especializada na prestação de serviços, sobretudo aqueles ligados ao setor terciário superior da economia, (SOUZA:1986:145).

Analisando o Projeto Nova Paulista, Frúgoli destaca que havia um crescente reconhecimento de que a "Avenida Paulista passava a constituir um emergente pólo



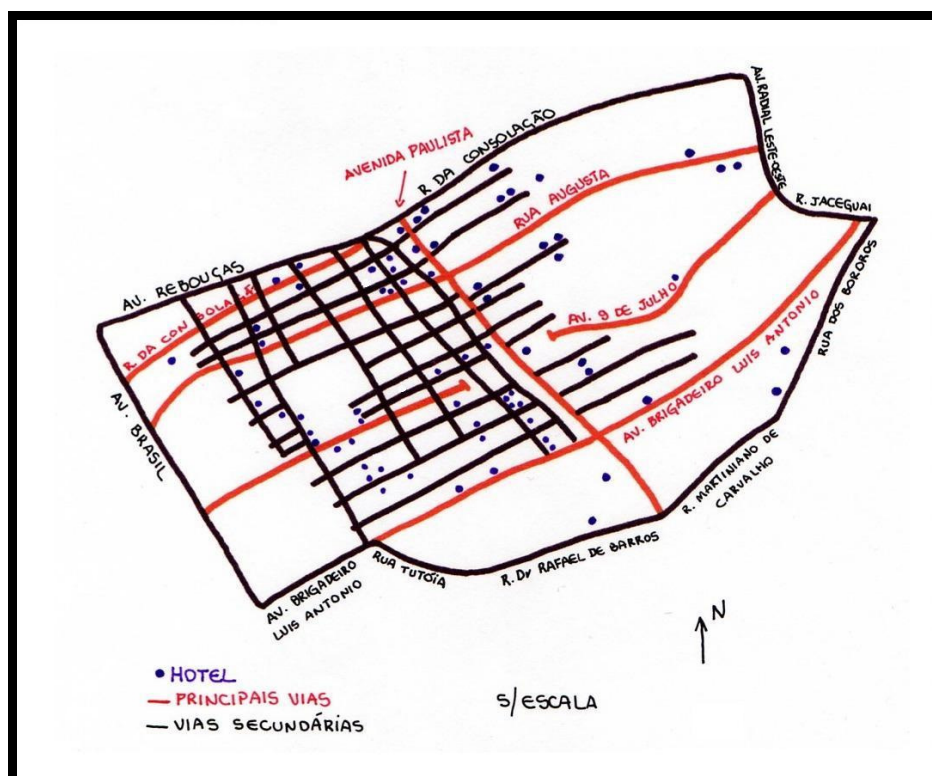
econômico na metrópole, com ênfase, naquele momento, em sua dimensão comercial, o que veio a se consolidar depois, embora com aumento posterior de empresas e do capital financeiro”, (FRÚGOLI, 2000;129).

Para Sousa, a discussão da vocação da Avenida Paulista como centro, ficou em parte muito obscura, porque “o poder público desejava equacionar, sobretudo, sua função de eixo viário, sem um consenso a respeito – local ou metropolitano, conectado ou não a um sistema mais amplo de tráfego na cidade –, incluindo a questão do metrô, um tema que trouxe várias controvérsias”, (SOUZA, 1986:147).

As questões analisadas por Frúgoli e Sousa são pertinentes a esta tese. Do ponto de vista da evolução urbana, de equipamentos e de serviços, a Avenida Paulista desencadeou ações que beneficiaram o Turismo, setor que ganhou expressão na região, após sua consolidação. Por outro lado, a espontaneidade ocorrida a sabor do sistema produtivo não poderia ocorrer sem a tutoria do Estado, questão que, segundo Sousa, não se encontrava muito clara na época. No entanto, nas discussões do Projeto Nova Paulista, que envolveu inúmeros atores interessados no incremento dessa nova célula da cidade, essa artéria tornou-se um espaço de grande destaque para a cidade.

A nova e significativa concentração estruturou-se ao longo do espaço, configurando o então Centro – Paulista. Esse trecho formou-se basicamente pela junção do corredor comercial da Rua Augusta. Conforme coloca Cordeiro, esse fato ocorreu com a expansão do corredor de serviços da própria avenida. Tal condição movimentou sobremaneira o mercado de hospedagem desse trecho da cidade, além disso, conferiu aos hotéis instalados neste corredor, alto padrão de atendimento e a qualidade do equipamento. A figura abaixo destaca os pontos de concentração dos hotéis da região, (CORDEIRO, 1980:66).

**Figura 3: Região da Paulista – Distribuição dos hotéis – 2006**



Org. Reinaldo Miranda de Sá Teles, 2006.

O que se observa é uma grande concentração na cabeceira da Avenida Paulista a partir da Rua Augusta. Com base na categoria de hotéis, o que se verifica é que, nas décadas de 1970 e 1980 os hotéis instalados pertenciam à categoria 4 e 5 estrelas<sup>5</sup>, padrão que condicionava o valor da diária a um preço muito elevado,

<sup>5</sup> Desde 2002, os meios de hospedagem não são mais classificados pelo antigo método das estrelas, que eram fixadas nas entradas dos hotéis. Apesar do tempo, os novos critérios ainda não estão muito claros para turistas e até mesmo para alguns proprietários de estabelecimentos de hospedagem.

Sentindo a necessidade de atender às convenções internacionais estabelecidas por grandes potências do turismo, a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), em parceria com o Instituto Embratur, estabeleceu uma nova forma de classificação dos meios de hospedagem.

O novo sistema de classificação está mais rigoroso, a lista de itens que antes enumerava 185 quesitos, hoje tem 270 tópicos, registrando assim um aumento de 42% nos itens a serem avaliados. Para o presidente do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Curitiba (Sindotel-Ctba), Emerson Jabur, é importante que os proprietários de estabelecimentos menores

daí deve-se ter criado uma cultura de que o homem de negócios é, sempre, um afortunado. De acordo com pesquisa feita por Braga, constatou-se que a realidade não é muito diferente. Braga observou que os visitantes das feiras de negócios perfazem 22,3% de profissionais liberais, seguido dos proprietários de empresas de pequeno porte (18,1%), proprietários ou executivos de empresas de médio porte (16,2%). Encarregados ou chefes de áreas administrativas somam 14,7%, e os chefes de áreas operacionais 10,1%. Os turistas de negócios que ocupam cargos de assistentes de áreas administrativas representam 6,7% e os proprietários ou executivos de empresas de grande porte 5,7%. As demais ocupações como microempresários, trabalhador braçal, ambulante e outras não especificadas somam 6,2%, (BRAGA, 2005:105), o que se conclui como uma grande polarização no perfil relacionado ao homem de negócios, com número significativo para as empresas de pequeno porte.

As Figuras 2 e 3 mostram o quanto o CHT e a região da Paulista estão ligados espacialmente. No entanto, o processo de desvalorização do CHT, marcado pelo modelo de desenvolvimento industrial, transformou-o numa área de obsolescência.

---

também tenham conhecimento da nova classificação. Jabur considera que “o cumprimento dos requisitos básicos exigidos para a classificação dos meios de hospedagem é fundamental para o reconhecimento dos pequenos empresários”.

O Meio de Hospedagem que antes era classificado com uma estrela, agora recebe a classificação de Simples. O antigo duas estrelas passa a ser chamado de Econômico, e o três estrelas corresponde ao Turístico. Para os hotéis que pretendem oferecer maior conforto e serviços personalizados aos hóspedes, foram criadas as categorias Superior e Luxo, que correspondem ao quatro e ao cinco estrelas, respectivamente.

Além dos serviços especiais, alguns detalhes fizeram com que surgisse ainda uma nova categoria, a Super Luxo. A classificação foi criada para os hotéis que oferecem serviços superiores aos dos antigos cinco estrelas, como heliponto, música ao vivo, segurança particular e sistema eletrônico para detectar a presença do hóspede em todas as áreas do estabelecimento. Os meios de hospedagem superior, luxo e super luxo, devem fornecer cartão do estabelecimento com o nome do hóspede e período de hospedagem. No quesito saúde/higiene, as três categorias oferecem atendimento médico de urgência e higienização do alimento “in natura” antes do armazenamento.

A nova planta hoteleira que surgia na cidade, ditada por um novo modelo de organização, acentuava o reordenamento da oferta turística para a cidade que veio se expandindo do CHT até a Avenida Paulista. O centro metropolitano se desdobrou, formando o “Tradicional” e o “Novo”, (CORDEIRO, 1993).

Esse desdobramento deu início a uma fuga dos escritórios centrais das grandes empresas para áreas de maior prestígio, tanto na região da Paulista, como nas residências senhoriais de determinados corredores de serviços metropolitanos, nas avenidas Brigadeiro Luis Antônio, Rebouças, Nove de Julho, Brasil e Brigadeiro Faria Lima, (CORDEIRO, 1993:325).

O crescimento comparativo das sedes do setor financeiro situado entre o Centro Tradicional e Centro Paulista pode dar uma idéia do crescimento do último: “das 89 sedes de bancos no Estado de São Paulo, em 1968, 1970 estavam no Centro Tradicional, na área do Triângulo; no final dos anos 1970, desse total 81,1% ainda estavam no Centro Tradicional, mas o Centro Paulista já contava com 16,6%; já, em 1987, havia 50 sedes no Centro Tradicional e 80 no Centro Paulista, enquanto 11 estavam na Faria Lima, (CORDEIRO, 1993:15). Segundo Teixeira, em relação aos bancos, até 1970 havia somente duas agências e duas matrizes no Centro Paulista; em 1983, já havia 38 agências e 23 matrizes”, (TEIXEIRA, 1984:87).

Quanto às sedes das maiores empresas não financeiras, “enquanto em 1968 o Centro Principal detinha 315 (41,5% do total do Estado de São Paulo) e o Centro Paulista apenas 45 (5,9%), em 1987 o Centro Principal abrigava 115 (13,5%), o Centro Paulista 116 (13,6%), a Faria Lima 44 (5,2%) e a Berrini 91 (10,7%)” (CORDEIRO, 1993:18-22).

O resultado do processo de evolução da estrutura urbana da Avenida Paulista reservou lugar para equipamentos que desencadeiam a prática de lazer e

turismo. Para isso, a oferta agregada destacou-se, inicialmente, com a expansão dos meios de hospedagem. O modelo da evolução da hotelaria paulistana apresentou-se como sendo totalmente desconectado da hotelaria convencional, que existia no CHT, a hotelaria de luxo destacou-se com a construção do Maksoud Plaza e dos hotéis que surgiram na Rua Augusta, além daqueles que estiveram acoplados às redes e que hoje são em maior número e muito freqüentes em toda parte do mundo, conhecidos em função dos efeitos do mercado globalizado. A Tabela 4 apresenta a oferta atual na região da Paulista.

**Tabela 4: Região Paulista -Oferta hoteleira por categoria – 2006.**

<b>REGIÃO DA PAULISTA – Oferta Atual</b>			
<b>Categoria</b>	<b>Uhs</b>	<b>Hotéis/Flats</b>	<b>%</b>
Luxo	1106	4	11,7
Muito confortável	6728	53	71,4
Confortável	844	10	9
Médio conforto	741	3	7,9
Simplex	0	0	0
<b>Total</b>	<b>9.419</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Org. Reinaldo Miranda de Sá Teles – 2006.

Nessa região, ao contrário do que se verifica no CHT, predomina a categoria muito confortável (71,4%), seguida com à considerável distância pela categoria luxo (11,7%). Menos expressivas aparecem as categorias: médio conforto (7,9%) e confortável(9%). Não foram constatados hotéis na categoria simples.

Essa análise mostra o contraponto entre o CHT e a Paulista no que se refere à qualidade dos meios de hospedagem, Percebe-se que, embora a categoria muito confortável seja expressiva (60,4%), quase comparável ao índice observado na Paulista (71,4%), os valores absolutos de unidades habitacionais registram a grande

diferença entre uma região e outra, ou seja, são 6728 Uhs na Paulista e, apenas, 658 Uhs no Centro.

**Tabela 5: Região da Paulista - Hotéis de rede nacionais e internacionais – 2006.**

<b>REGIÃO DA PAULISTA – Oferta Atual</b>			
<b>Rede hoteleira</b>	<b>Marca</b>	<b>Hotéis</b>	<b>Uhs</b>
Accor Hotels	Formule 1	2	699
	Ibis	1	236
	Mercure	2	280
	Parthenon	7	988
Astron Hotéis	Astron	3	135
Atlantica Hotels International	Clarion	1	170
	Comfort Suites	1	204
	Quality Suites	2	423
	Quality	1	228
Best Western	Sem Marca	2	126
Blue Tree	Blue Tree Towers	1	256
Chambertin	Sem Marca	5	740
	Golden Tulip	2	335
Estanplaza	Estanplaza	1	120
Feller Hotelaria	Feller	3	254
Four Plus	Sem Marca	1	117
George V	George V	2	98
Golden Paulistania	Sem Marca	2	140
Hotelaria Brasil	Matiz	1	69
Intercontinental	Crowne Plaza	1	217

Hotels Group	Inter Continental	1	193
Marriot	Renaissance	1	452
Matsubara	Matsubara	1	162
Nacional Inn	Sem Marca	1	42
NH Hoteles	NH	1	135
Othon	Othon	1	72
Pestana	Pestana	1	198
Posadas	Caesar Business	1	200
Residence	Sem Marca	2	133
Riema	Sem Marca	9	616
Sol Meliá	Gran Meliá	1	244
	Meliá Comfort	2	318
	Tryp	1	64
Transamérica	Transamérica Flat	5	685
Travel Inn	Travel Inn	1	70
<b>TOTAL</b>		<b>70</b>	<b>9.419</b>

Org. Reinaldo Miranda de Sá Teles – 2006.

A oferta de hotéis de rede na região Paulista revela predominância da rede internacional. A maioria das marcas foi implantada na Paulista a partir da década de 1980, trazendo novos grupos hoteleiros das mais variadas nacionalidades. Embora não se pretenda, nessa pesquisa, analisar a hotelaria como meio de hospedagem no que diz respeito a outros aspectos como demanda, serviços oferecidos, qualidade no atendimento, convém lembrar que essa hotelaria reflete a migração do CBD. Este, por sua vez, responde pela demanda que busca esses estabelecimentos.

A oferta apresentada não só revela o grau de internacionalização e dos empreendimentos hoteleiros na região da Paulista, como também mostra que os

mais recentes investimentos neste setor contam com espaços ocupados por uma hotelaria de vanguarda, que segue um padrão funcional e econômico, mantendo, ao mesmo tempo, boa qualidade na prestação dos serviços como, por exemplo, o Caesar Business Paulista inaugurado em 2004, e o Ibis Paulista aberto em dezembro de 2005.

### **3.3. Avenidas Luis Carlos Berrini e Brigadeiro Faria Lima: sinais da contemporaneidade**

O eixo Berrini/Faria Lima representa o mais recente fragmento espacial dos centros de negócios de São Paulo. Ao contrário do que aconteceu no CHT, que teve a maior parte de suas funções transferidas para a região da Paulista, este eixo formou-se a partir de novos empreendimentos que, hoje, complementam a Paulista. Esse movimento já foi bastante estudado e discutido por geógrafos e economistas, entre os quais Garnier, Perroux, Boudeville e outros. Das regiões apresentadas nesse capítulo nenhuma se mostrou tão adequada às teorias sobre crescimento econômico como o eixo Berrini/Faria Lima.

No campo teórico a contribuição de Françoise Perroux, através da sua teoria do “*pôles de croissance*”, permitiu melhores esclarecimentos a respeito do crescimento de uma economia no espaço, fornecendo, ao mesmo tempo, instrumento para a política de desenvolvimento regional, (PERROUX *apud* ANDRADE, 1970).

“A idéia simples, porém evidente, defendida por Perroux é de que o crescimento econômico não aparece em todas as partes ao mesmo tempo. Ao contrário, se manifesta em certos pontos ou pólos de crescimento”, (PERROUX *apud* ANDRADE 1970: 42). Para Perroux, “pólo” pode ser identificado como um foco



de crescimento, um ponto no espaço para onde convergem e emanam certas forças. Exemplo que ilustra a proposição de Perroux ocorre atualmente na região da Berrini/Faria Lima, momento em que a consolidação da segunda seguiu o desenvolvimento da primeira.

Nessa região havia uma ruptura na circulação, representada pela Rua Funchal, que hoje é o canal de ligação entre uma avenida e outra. A integração só foi possível com as chamadas operações urbanas, essas experiências têm norteado ações que implicam na mudança da legislação para certas intervenções sobre a cidade, e servem de base para a elaboração do Estatuto da Cidade e de Planos Diretores Estratégicos<sup>6</sup>.

Segundo a Secretaria Municipal de Planejamento, o que caracteriza uma Operação Urbana, no geral, é um perímetro previsto em lei (o que evita ações jurídicas de inconstitucionalidade, tal foi o caso das operações interligadas), uma quantidade igualmente limitada de metros quadrados virtuais a serem vendidos para empreendimentos interessados em edificar além do permitido pelo zoneamento original do local, um conjunto de ações (ou investimentos em aparelhos urbanos) que tornem a área interessante para novos empreendimentos (no caso da Operação Faria Lima, a própria avenida era o “equipamento urbano” usado para suscitar a região como bom local para empreendimentos), e uma conta própria para gerir os valores recebidos pela venda dos metros quadrados edificáveis que

---

<sup>6</sup> O primeiro Plano Diretor de São Paulo foi praticamente imposto à cidade em 1971, seguido da Lei de Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo (Lei do Zoneamento) em 1972. Naquele período as liberdades democráticas estavam suspensas e o Legislativo não tinha nenhuma autonomia e legitimidade para inferir na proposta. Em 1988, quando se processava a transição para o regime democrático, o novo Plano Diretor foi submetido à Câmara sobre o regime do decurso de prazo, expediente autoritário que possibilitou sua aprovação sem qualquer participação do Legislativo e da população, o que, inclusive, provocou contestação na justiça. Outras propostas de Plano Diretor, encaminhadas pelo Executivo em 1985, 1991 e 1998 não chegaram a ser votadas, de modo que a metrópole, malgrado o intenso crescimento e agravamento de seus problemas urbanos, não dispunha, até a recente aprovação do PDE, de instrumentos adequados para planejar seu desenvolvimento urbano e se valer do novo marco jurídico estabelecido pela Constituição de 1988.

ultrapassarem o zoneamento original da área (os CEPACs, ou Certificados de Potencial de Construção), (SMP: 2000).

A Operação Urbana, implantada nos moldes das “forças centrífugas”, faz da cidade de São Paulo um grande laboratório, e expõe trechos da cidade como o fragmento recortado nessa pesquisa – Berrini/Faria Lima –, como um modelo de área central. No entanto, algumas considerações com relação a essa região devem ser destacadas, uma vez que a ocupação não ocorreu, conforme já mencionado de forma análoga à região do CHT e da Paulista.

A operação urbana Faria Lima trouxe um elemento renovado para a construção dos espaços para escritórios em São Paulo. Consolidou um outro pólo, viabilizando sua articulação com o restante da metrópole, destruindo a barreira que impedia sua expansão, não só criando uma via semi-expressa de comunicação, mas criando uma área “incorporável” para a construção de alguns edifícios numa área antes ocupada pelo uso residencial horizontal. Criou uma área para novo uso e, também, com a mudança do uso do solo urbano, a possibilidade da construção vertical, antes proibida pela lei de zoneamento (CARLOS, 2004:99). Essa mudança de condição do eixo em questão reforça a desvalorização do CHT.

A ocupação neste novo complexo formado pela Berrini/Faria Lima é apontada por vários autores que se especializaram na área, como sendo uma ação especulativa, (CORDEIRO, 1993; FUJIMOTO, 1994 e DOTTO, 1987) ao justificarem tal ação com base no processo de implantação dos empreendimentos.

Considerando o fluxo de negócios, Fujimoto explica como ocorreu a ação monopolista na reestruturação do espaço na região estudada: “uma única empresa, a BRATKE – COLLET, desdobrou-se em três, a BRACO S/C Ltda., a BRATKE – COLLET, e a F. COLLET S/C Ltda.; as duas primeiras de propriedade de Roberto

Bratke e Francisco Collet, e a última somente de F. Collet, que tiveram o papel de maior importância, ao desempenhar, respectivamente, as funções de incorporadoras de capitais, construtora e empreiteira de mão-de-obra, produzindo num curto espaço do tempo uma grande concentração de edifícios”, (FUJIMOTO, 1994:49-55). Essa estratégia estava presente, desde o início, com a aquisição simultânea, de trinta terrenos, para posteriormente construir vários edifícios (evitando assim a concorrência), por meio da incorporação de capitais privados, incluindo o conhecimento prévio de futuros investimentos públicos na região, (FUJIMOTO, 1994).

Ao mesmo tempo em que a Berrini diferencia-se da Paulista e do CHT do ponto de vista da gênese, aparentemente configura-se como sendo uma expansão do centro metropolitano, o que evidência uma certa contradição. Realmente, as possibilidades de expansão das atividades existentes neste eixo foram limitadas pela falta de várias condições como, por exemplo, o espaço físico. O que se observou foi sua inserção num processo mais amplo de desconcentração das atividades de administração e de gestão. Fujimoto aponta o caráter quantitativo e funcional dos serviços locados em edifícios da região da Berrini em 1992. Esse autor observa que, “73,7% eram escritórios de empresas, dentre os quais predominavam os escritórios industriais (31,3%), comerciais e de prestação de serviços (20%) e de informática (18,3%)”, (FUJIMOTO, 1994:106).

Ao contrário do que ocorreu no CHT, onde o crescimento configurou-se de acordo com as necessidades da época, desdobrando-se para a região da Paulista por uma questão de espaço, modernidade, funcionalidade entre outros. O processo de criação dos novos espaços na região da Berrini/Faria Lima não é resultado de práticas espontâneas, mas de estratégias pré-determinadas de produção de

espaços pelo capital imobiliário, visando obter vantagens de localização da matriz sócio-espacial, para apropriação do valor criado da terra [...], sobretudo, “pela especificidade que essa produção realizou a partir da reestruturação do espaço herdado que não tinha vocação aparente para implantação de atividades do terciário e que não se constituiu, em uma expansão recente do centro, mas que foi resultado da difusão simbólica de um novo modo de gestão e de reprodução de seu espaço de poder”. (FUJIMOTO, 1994:47).

Esses aspectos vêm reforçando o fato de que o pólo representado pela contemporaneidade da Berrini/Faria Lima colabora para esclarecimentos, mesmo que parciais, da mobilidade e da dimensão Turismo de Negócios na cidade de São Paulo, e o quanto ele é dinamizador do Turismo Urbano. Estabelecendo uma relação do Turismo com a hotelaria e a fase mais recente de sua expansão na cidade de São Paulo, ocorrida nessa área, percebe-se o poder dos negócios na modernização de uma cidade. A tabela abaixo reflete a velocidade de ocupação hoteleira ocorrida na região.

**Tabela 6: Região Berrini/Faria Lima – Oferta hoteleira por categoria – 2006.**

<b>REGIÃO DA BERRINI/FARIA LIMA – Oferta Atual</b>			
<b>Categoria</b>	<b>Uhs</b>	<b>Hotéis/Flats</b>	<b>%</b>
Luxo	770	2	8,8
Muito confortável	7.253	36	82,8
Confortável	735	6	8,4
Médio conforto	0	0	0
Simplex	0	0	0
<b>Total</b>	<b>8.758</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

Org. Reinaldo Miranda de Sá Teles – 2006.

Nessa região, ao contrário do que se verifica no CHT e, mais condizente com a realidade da região da Paulista, a categoria muito confortável supera os números

já apresentados (82,8%), seguida também com à distância da categoria luxo (8,8%) e confortável (8,4%). Assim como na região da Paulista, não foram constados hotéis de médio conforto e simples, o que se justifica pelo modelo de ocupação ocorrido nessas áreas e aqui já discutido.

**Tabela 7: Região Berrini/Faria Lima – Hotéis de rede nacionais e internacionais  
– 2006.**

<b>REGIÃO DA BERRINI/FARIA LIMA – Oferta Atual</b>			
<b>Rede hoteleira</b>	<b>Marca</b>	<b>Hotéis</b>	<b>Uhs</b>
Accor Hotels	Novotel	1	191
	Parthenon	5	831
Astron Hotéis	Howard	1	180
	Johnson	1	49
	Sem Marca		
Atlantica Hotels International	Clarion	1	128
	Quality	2	357
	Radisson	1	216
Blue Tree	Blue Tree Towers	4	935
Chambertin	Sem Marca	1	53
Estanplaza	Gran	1	209
	Estanplaza Estanplaza	3	405
Feller Hotelaria	Feller	1	47
George V	George V	1	83
Hilton	Hilton	1	485
Hyatt	Hyatt	1	470
Intercontinental Hotels Group	Staybridge	1	216
Othon	Othon	1	124
Posadas	Caesar Park	1	180

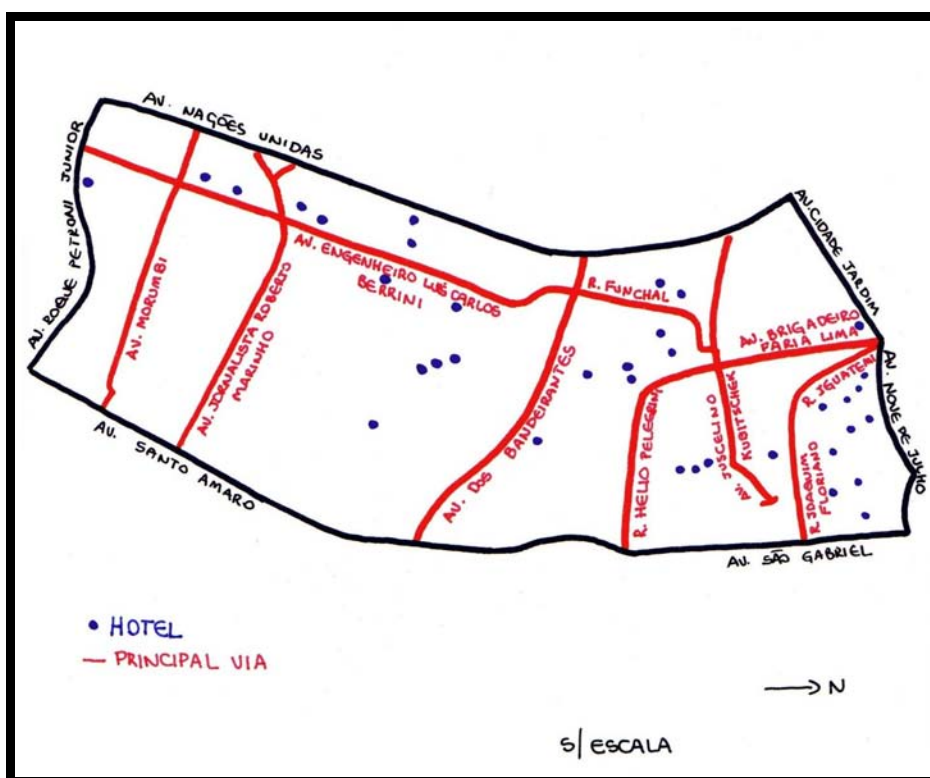
	Caesar Business	1	214
Residence	Sem Marca	1	26
Riema	Sem Marca	2	39
Sol Meliá	Gran Meliá	1	300
	Meliá Comfort	1	240
	Tryp	6	2.084
Transamérica	Transamérica	1	400
	Transamérica Flat	2	206
Travel Inn	Travel Inn	1	90
<b>TOTAL</b>		<b>44</b>	<b>10.158</b>

Org. Reinaldo Miranda de Sá Teles – 2006.

Assim como na região da Paulista, a oferta de hotéis de rede na Berrini/Faria Lima revela predominância da rede internacional. A maioria das marcas foi implantada na Berrini/Faria Lima a partir da década de 1990, trazendo grandes grupos hoteleiros das mais variadas nacionalidades. Enquanto a implantação da hotelaria de rede na região da Paulista acompanhou o deslocamento do CBD, na região da Berrini/Faria Lima representou um desdobramento do centro de negócios respondendo pela demanda que busca esses estabelecimentos. As características verificadas nos hotéis da Berrini/Faria Lima destacam a força que os negócios têm naquela região. Os espaços para eventos, e toda infra-estrutura implantada pelos *WTC* revelam a vocação da área.

A Figura 4 mostra a distribuição da hotelaria na região em questão. Os hotéis encontrados são exclusivamente de rede e foram construídos para dar suporte a todo movimento de negócios gerados na região. Devido aos novos investimentos que tem ocorrido em direção à Avenida Roque Petrone, os mais recentes empreendimentos revelam um adensamento acentuado nessa área.

Figura 4: Região Berrini/Faria Lima – 2006



Org. Reinaldo Miranda de Sá Teles – 2006.

No que se refere ao Turismo, o setor conta com um movimento de Turismo de Negócios e ocupando posição de destaque no que se refere aos serviços oferecidos e que também fazem parte da infra-estrutura geral. No entanto, avalia-se a importância de uma oferta melhor definida para a cidade, que se encontra distribuída no espaço e que Santos chama de circuito inferior da produção. A conexão do fluxo gerado para a região da Paulista e da Berrini/Faria Lima poderia promover um Turismo de melhor qualidade na cidade, aproveitando o potencial e os atrativos já existentes, a fim de promover uma ligação entre os mesmos. Isso contribuiria para o fortalecimento do Turismo Urbano em São Paulo.

Hoje, em São Paulo, nota-se que as políticas de turismo, não desencadeiam programas que estimulem a classe empresarial para o desenvolvimento do turismo pelo turismo. A falta de investimento no setor de turismo é percebida quando se verifica que a Operação Urbana traçada para o CHT é mais antiga e até o momento foi incapaz de alavancar sua economia. As ações de negócios voltadas para o Turismo ocorrem por parte de diferentes grupos: daqueles que acreditam na potencialidade do Centro e são descapitalizados; dos grupos comunitários que conseguem ações pontuais junto ao poder público e, até mesmo, junto à iniciativa privada; outros que desenvolvem ações que se comparadas à região da Berrini/Faria Lima, caminham a passos lentos.

Chesnais *apud* Baitz afirma que São Paulo como cidade centralizadora das Operações Urbanas, como laboratório de ensaios, longe de um acaso, esclarece sua posição na rede hierarquizada mundial. Externamente é uma periferia integrada ao centro, e internamente cumpre o papel de agente centralizador, estabelecendo o território nacional com sua área de influência. Ainda para Chesnais *apud* Baitz, o acerto de todos os trabalhos até o momento foi o de demonstrar a cidade que se concretiza: cidades como produtos, embaladas em caixas, que são vendidas nas prateleiras do mercado mundial. Em alguns casos, com promoções do tipo “compre dois edifícios e ganhe o direito de construir o terceiro de graça” (CHESNAIS *apud* BAITZ, 1996:297). Se no reino da mercadoria, a administração pública tratou de mercantilizar seu território, como afirma o autor supra citado, vê-se como absolutamente natural a morosidade e o caráter de obsolescência pelo qual passa o CHT. Embora o Turismo em São Paulo esteja adequado à modalidade urbana, as ações do mercado estão estritamente voltadas para a cidade global<sup>7</sup>, atendendo

---

<sup>7</sup> Segundo pesquisa da Universidade de Loughborough (Inglaterra) são aquelas que concentram perícia e conhecimento em serviços ligados à globalização, independente do tamanho de sua população. Isso é medido pela presença de escritórios das



apenas à dinâmica da produção industrial. É evidente que todos os elementos importantes para a promoção dos atrativos, como patrimônio histórico edificado e intangível, e elementos da cultura, deixaram de ter valor para a cidade enquanto atrativos capazes de dinamizar o Turismo.

Parece haver consenso no fato de que “quanto mais dinheiro aplicado em infra-estrutura, maior o retorno proporcionado pela atração que essas infra-estruturas projetam para o ano fiscal seguinte, que, por sua vez, proporcionarão outros investimentos...” “Como uma nave espacial que orbita um planeta para ganhar velocidade, o dinheiro que entra nesse circuito não descansa nunca, gira cada vez mais rápido, aproveitando-se da gravidade que não é sua”. (BAITZ, 2004: 297-298).

---

principais empresas mundiais em contabilidade, consultoria, publicidade, bancos e advocacia. As cidades globais são subdivididas em categorias. Numa escala de 1 a 12, São Paulo, Por exemplo, marcou 8 pontos, o que a coloca no nível 2 (7 a 9 pontos), enquanto Nova Iorque marcou 12 pontos e ficou no nível 1 (10 a 12 pontos). (Folha de São Paulo, 2 de maio 1999).

## **4. A distribuição da oferta turística no contexto da globalização**

### **4.1. Conectividade entre hotelaria, eventos e entretenimento**

No Turismo, a hotelaria, os atrativos e também os eventos são elementos que compõem a oferta turística de uma localidade. No entanto, eles são também componentes que estruturam o espaço turístico<sup>8</sup> que, conseqüentemente, está contido no espaço geográfico.

Identificar os elementos que compõem a oferta e analisar a sua distribuição no espaço é fato que pode vir a contribuir para melhor entender o Turismo em Cidades. Ao considerar a evolução da atividade turística, percebe-se o quanto ela é importante no contexto das cidades, fato que tem valorizado sobremaneira alguns destinos urbanos. A conexão da oferta, especificamente da hotelaria, com os novos espaços de negócios promove a centralidade no contexto da urbanização. Tal discussão, já faz parte do campo teórico investigado por alguns especialistas, que, atualmente, se dedicam a entender o turismo neste contexto.

Os poucos estudos sobre essa temática fundamentam-se nos trabalhos elaborados por geógrafos, arquitetos, e economistas. Corrêa expõe que, a partir do começo do século XX, o processo de centralização e a sua correspondente forma espacial, a Área Central, passaram a ser sistematicamente considerados pelos estudiosos do fenômeno urbano e que economistas como Hurd e Haig, e sociólogos como Mackenzie abordaram a temática do processo de centralização, despertando o interesse pela magnitude desse processo em relação à

---

<sup>8</sup> Segundo Boullón, "O espaço turístico é a conseqüência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos, são a matéria-prima do Turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infra-estrutura turísticas, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país". (BULLÓN, 2002:75)

sua forma espacial, bem como ao seu significado para a cidade, (CORRÊA, 2004:37-38).

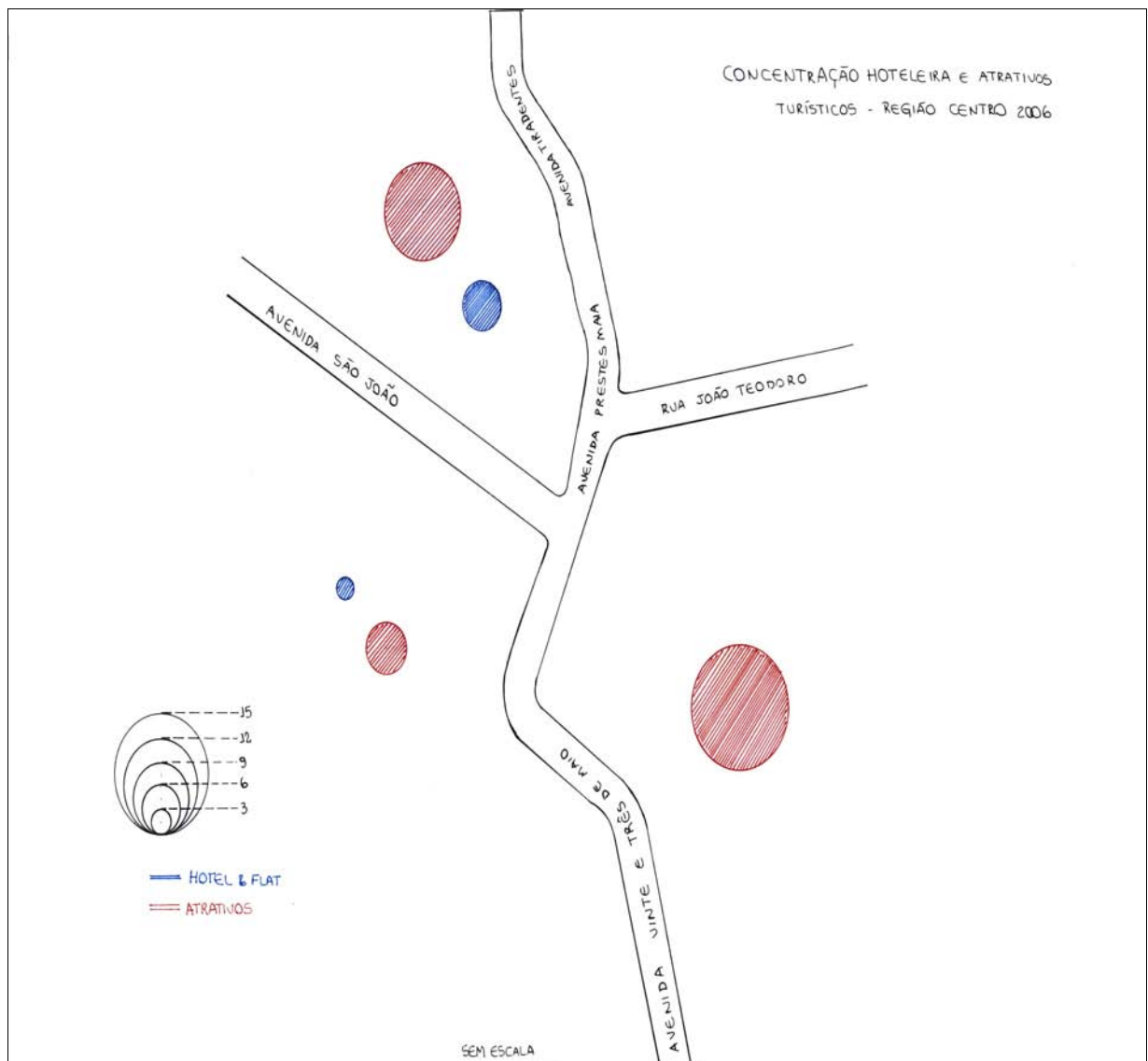
Os estudiosos desse tema constataram que, de fato, a Área Central constitui foco principal, não apenas da cidade, mas também, de sua hinterlândia. Nela concentram-se as principais atividades comerciais, de serviços, da gestão pública e privada, os terminais de transportes inter-regionais e intra-urbanos (CORRÊA, 2004), e a infra-estrutura básica para atender o fluxo gerado pelo Turismo.

Outros elementos consideráveis, e que têm participado desses processos espaciais são a hotelaria, os atrativos e os espaços para eventos, também responsáveis pela organização espacial da cidade.

Com base na literatura disponível sobre a questão da centralidade e, sobretudo, tendo como referência Garnier e Corrêa, buscou-se entender a distribuição espacial da oferta turística por meio do processo de implantação da hotelaria, dos atrativos e dos centros de eventos nas três áreas escolhidas para esse estudo e, também, revelar a ligação entre esses elementos com o objetivo de discutir o Turismo Urbano.

Inicialmente, será analisado o Centro Histórico Tradicional e, para melhor avaliar e esclarecer a sua estrutura, estabelecendo relação com o turismo, esta área foi detalhadamente estudada. No recorte estabelecido para o CHT, foram compilados sete hotéis de rede. Durante o mapeamento, percebeu-se que os mesmos estão voltados para um público mais exclusivo do segmento de compras. A Figura 5 indica a distribuição dos estabelecimentos hoteleiros e dos atrativos, além da densidade, dos mesmos, representada por valores absolutos.

FIGURA 5 - CROQUI DO CENTRO



O que se observa na Figura 5 é um evidente desequilíbrio entre a hotelaria e a oferta de atrativos encontrados no CHT. Hotéis como Jaraguá, Alvear, Excelsior, Claridge, Ca'd'Oro, Comodoro, Términos, já citados como pioneiros, e que foram os primeiros a serem classificados na categoria de hotel, decaíram ou desapareceram por completo. Outros hotéis foram surgindo ao longo dos anos e conseguiram sobreviver, mas a maioria não pertence à hotelaria de rede e atende à demanda que busca os centros de compras ligados às ruas 25 de março e José Paulino. O crescente fluxo de turistas revela a necessidade de pesquisas que possam oferecer subsídios para melhor compreender e organizar esse setor.

Do ponto de vista teórico, considerando a proposta de Boullón para os espaços turísticos, pode-se inferir que o CHT é uma zona turística de grande importância na cidade de São Paulo.

O que se observou no processo de investigação no decorrer da pesquisa e que merece destaque, é que, embora a hotelaria de rede tenha menor expressão do que nas outras áreas analisadas, existe, ainda, grande número de meios de hospedagem que não são classificados e nem mesmo reconhecidos pelos organismos de classe. Esse fato se explica pelo estado de decadência em que se encontram, geralmente associado à degradação da área central. No entanto, estes equipamentos atendem às necessidades de hospedagem do segmento de turistas de compras. Muitos deles hospedam-se no CHT atraídos pelo baixo preço e pela proximidade das áreas populares de compras de atacado, destacando-se a Rua 25 de Março e a Rua José Paulino. A representação cartográfica em anexo expressa o significado dessa oferta (ver anexo 1).

Considerando que esta área desempenha funções pertencentes ao sistema de fluxo inferior<sup>9</sup> da economia, conforme teoriza Milton Santos (1979), e que não existe, hoje, uma valorização dos atrativos de modo a aproximar ou incentivar a oferta hoteleira, o CHT afasta-se, cada vez mais, da possibilidade de compor um centro de serviços.

O deslocamento do Centro de Negócios gerou o empobrecimento do CHT e acentuou o processo de migração do CBD para a região da Paulista, intensificado, principalmente, a partir da década de 1970.

O período de 1940 a 1970 corresponde à renovação da região da Avenida Paulista, e à sua verticalização. Segundo Souza, [...] foi a época da consolidação de uma “arquitetura nacional” (SOUZA, 1994) [...] “...essa condição se justificou a partir do ecletismo anterior à formação inicial de um conjunto de edifícios, inspirados em princípios funcionalistas: o Anchieta (1940), o Nações Unidas (1959), o Conjunto Nacional (1956). O Paulicéia (1956) e o 5<sup>a</sup> Avenida (1959) – todos residenciais, com exceção do Conjunto Nacional, de uso misto nos anos 60. Os edifícios Cásper Líbero e o Masp, ambos de concreto armado, completaram esse quadro...”, (SOUZA, 1986:149).

Essa concentração na Avenida Paulista desencadeou uma nova centralidade em São Paulo que, segundo Cordeiro, estruturou-se ao longo do então “Centro Paulista”, formado basicamente pela conjunção do corredor comercial da Rua Augusta com a expansão do corredor de serviços (CORDEIRO, 1980). Nesse momento iniciou-se aí, significativo deslocamento

---

<sup>9</sup> A teoria dos fluxos descrita por Santos coloca o sistema de fluxo superior e inferior como sendo resultado direto da modernização. “O fluxo do sistema superior está composto de negócios bancários, comércio de exportação e indústria de exportação, indústria urbana moderna, comércio moderno, serviços modernos, comércio atacadista e transporte. O sistema inferior está essencialmente constituído por formas de fabricação de ‘capital não intensivo’, por serviços não modernos geralmente abastecidos pelo nível de venda a varejo e pelo comércio em pequena escala e não moderno” (SANTOS, 1979:132).

dos escritórios centrais das grandes empresas para o chamado “Centro Paulista”, lugar de maior prestígio. Diante dessa condição, o setor de serviços ligados diretamente à prática turística, sobretudo a hotelaria, ressentiu-se da condição de obsolescência pela qual o CHT começou a passar, e a região tornou-se foco de investimentos dos grandes hotéis que marcaram época na cidade, entre eles: o Maksoud Plaza, o Caesar Park e o Ca’d’Oro na Rua Augusta. Houve um crescente movimento de negócios e, com isso, surgiu uma demanda por meios de hospedagem com qualidade e preço mais adequados a homens a negócios de maior poder aquisitivo que freqüentam a cidade. Tal procura intensificou, também, o movimento empresarial da hotelaria em sistema de rede, fruto do processo de globalização assistido no mundo. As redes hoteleiras identificam a região da Paulista, ainda como importante nicho do mercado de hospedagem. O que se verifica é que, atualmente, os espaços livres na região estão totalmente esgotados. No entanto, algumas estruturas estão sendo substituídas para abrigar novas marcas acrescidas ao circuito de hospedagem da região.

A Figura 6 referente à distribuição da oferta de estabelecimentos hoteleiros e dos atrativos, mostra uma distribuição irregular dos hotéis (entre 27 e 3 estabelecimentos), e pequena irregularidade na distribuição dos atrativos (entre 3 e 6).

FIGURA 6 – CROQUI DA AVENIDA PAULISTA





A maior concentração hoteleira (entre 18 e 27), ocupa espaços entre as avenidas 9 de Julho e a Brigadeiro Luiz Antonio e, ainda, entre a Rua Augusta e Avenida Rebouças. Pontos médios e fracos de ocupação hoteleira (entre 15 e 3 estabelecimentos), aparecem entre a Rua Augusta e Avenida 9 de Julho e, também, em toda a extensão do lado oposto da Avenida Paulista em direção ao Paraíso.

Comparando-se a oferta hoteleira da Avenida Paulista à do CHT, percebe-se que ambas têm estabelecimentos de rede nacional, embora a qualidade do atendimento e da estrutura sejam diferentes, uma vez que a primeira atende homens a negócios e a segunda turistas de compra. Deve se destacar, ainda, que a rede nacional do centro não aparece na região da Paulista, ou seja, os empreendimentos do CHT são nacionais e excluídos do processo de globalização. Isso significa que o centro detém redes endógenas, ao contrário da Paulista, cujos estabelecimentos têm representatividade no mercado global.

A distribuição dos atrativos na Paulista, ao contrário dos hotéis, aparece ao longo da avenida, sem grandes irregularidades. Comparados à oferta de atrativos do CHT, eles se diferenciam quanto a proposta, pois são contemporâneos e estão adaptados à estrutura urbana criada numa das áreas mais dinâmicas da cidade, acompanham a proposta do processo de urbanização ditado pela implantação das grandes empresas na região. Espaços culturais, museus, teatros, cinemas e importantes casas de shows são exemplos da oferta de atrativos da Avenida Paulista.

Embora a região da Paulista tenha, aos poucos, adequado suas funções às atividades de turismo e de lazer, à infra-estrutura herdada de um bairro de

elite, o Parque Trianon, por exemplo, adaptou-se, perfeitamente, à moderna Paulista. Nele foram criados novos equipamentos que se transformaram em importantes atrativos (ver anexo 2). Estes foram agregados ao pólo de negócios, conforme mostra a Figura 6. Por outro lado, espaços para eventos e convenções passaram a ser muito necessários em função da grande demanda gerada pelos negócios. Assim, os hotéis investiram em espaços para atender a crescente demanda de eventos que ocorre na região.

Na década de 1990 houve o prolongamento dos negócios da Paulista em direção à região da Faria Lima e Luis Carlos Berrini, embora esta já existisse em 1980. A criação de uma nova centralidade ocorreu num intervalo de tempo menor em relação ao que aconteceu na região da Paulista. Verificou-se que a migração do CBD do CHT para a Paulista foi mais lenta, se comparada ao desdobramento do centro de negócios da Paulista para a Berrini/Faria Lima.

A partir da década de 1980 surgiu este novo centro de negócios na cidade. O que se observou nessa terceira área analisada é que a região Berrini/Faria Lima apresenta diferenças muito significativas com relação à oferta de infra-estrutura relacionada à prática turística, distanciando-se, ainda mais, da área 1 do CHT, com relação à distribuição dos atrativos. Essa condição justifica-se pelo modelo de desenvolvimento ocorrido, e já tratado ao longo do trabalho. O deslocamento do CBD, até a década de 1970, se deu a partir do modelo agro-exportador para o modelo fordista e a partir da década de 1970, do modelo fordista para o de acumulação flexível, momento que se destacou com o crescimento do capital financeiro, o que resultou na criação de um novo centro de negócios na cidade, promovendo grandes reflexos na economia e, também, no turismo, uma vez que o movimento de negócios na cidade foi estimulado.

Cordeiro observa que o “Centro Berrini” representa, sobretudo, uma continuidade do desenvolvimento do Centro Metropolitano, ou seja, um transbordamento de sua nucleação, (CORDEIRO, 1993).

A Figura 7 revela a infra-estrutura hoteleira construída na região Faria Lima/Berrini e a distribuição dos atrativos. Para esta pesquisa o espaço da Berrini/Faria Lima foi delimitado considerando o polígono formado pelas avenidas Cidade Jardim, Nove de Julho, Roque Petrone Junior e Nações Unidas, entre a Nova Ponte do Morumbi e a ponte Cidade Jardim. Este recorte se justifica devido à distribuição da hotelaria que acompanha o processo de construção dessa área, somada à influência da polarização que as duas principais avenidas exercem sobre este espaço.

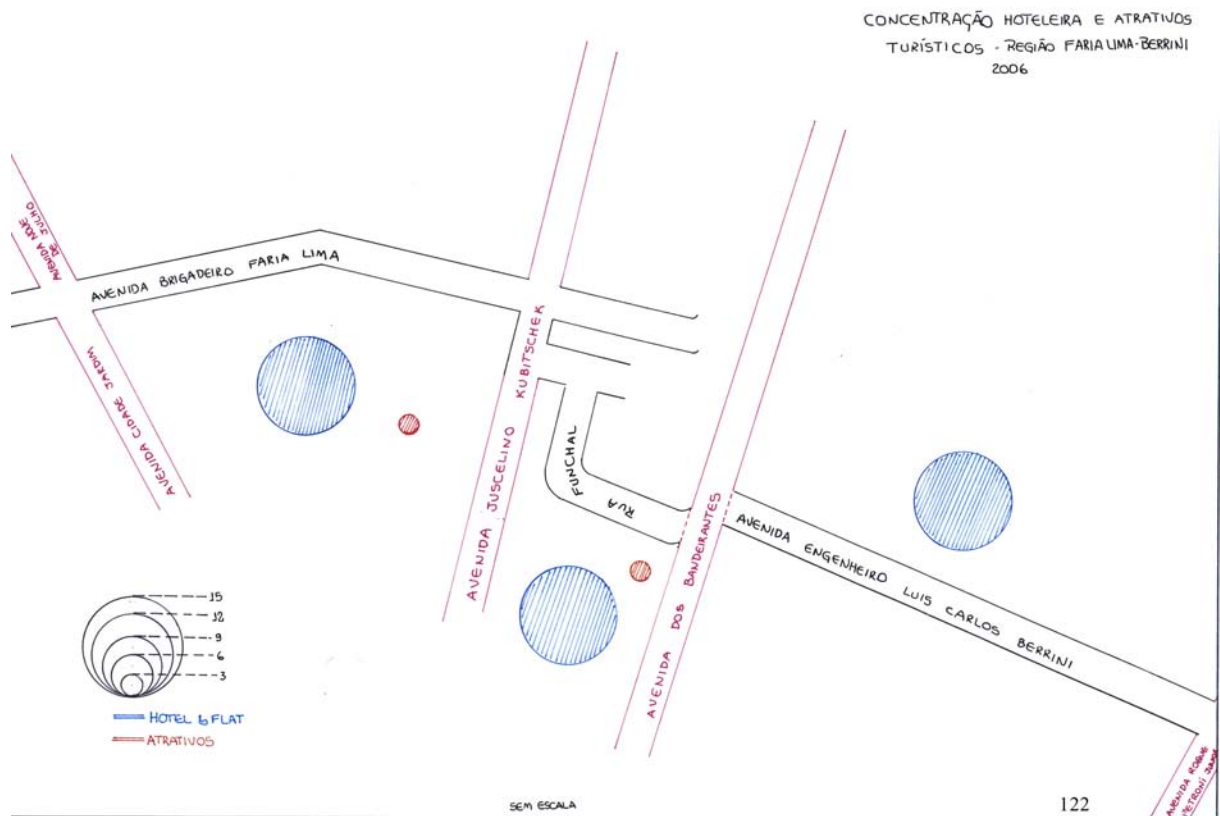
Para melhor compreensão desse fenômeno, na região Faria Lima/Berrini foram estabelecidos três segmentos conforme as principais vias de circulação, e que ligam um extremo ao outro da região delimitada:

Área Faria Lima

Área Funchal

Área Berrini

FIGURA 7 – CROQUI DA BERRINI/FARIA LIMA



As mencionadas áreas, embora aparentemente homogêneas, apontam certas particularidades. A área da Funchal destaca-se entre elas por apresentar maior adensamento de estabelecimentos hoteleiros, o que se explica pela sua menor extensão. Na Faria Lima, a rede hoteleira apresenta-se mais consolidada do que nas demais. E a Berrini, atualmente, está em processo de intensa ocupação.

Na área da Faria Lima foram identificados 15 hotéis, sendo que 11 deles estão mais concentrados no polígono formado entre a Joaquim Floriano, Iguatemi, Nove de Julho e São Gabriel, afastando-se da Avenida Brigadeiro Faria Lima. No entanto, esta última via de acesso é o principal canal de escoamento para as ruas citadas e para todo movimento de negócios que irradiam a partir da Faria Lima. Esta já é uma área consolidada, pela presença de estabelecimentos comerciais e bancários além dos escritórios que não apresentam tendência para mudanças.

A área da Funchal é a que se encontra em expansão. Muitos edifícios ainda estão sendo construídos, inclusive com certo destaque para os chamados “prédios inteligentes”. Antes mesmo da construção dos prédios, já havia hotéis como Caesar Park e Parthernoon para atender a demanda gerada pelas áreas da Berrini/Faria Lima. Há tendência de demanda potencial para essa área evidenciada pelo traçado ainda provisório de certas ruas e pelas construções em andamento.

Nesta área foram encontrados 13 hotéis e, por estar em expansão, podem ocorrer novos investimentos. Embora seja uma área muito valorizada, os vazios imobiliários estão ainda muito presentes. O que se percebe é que esta área

encontra-se pressionada pela Avenida Funchal, que não se rendeu ao processo especulativo da região.

Na área da Berrini, dos 15 hotéis, 11 estão localizados entre a Engenheiro Luis Carlos Berrini e a Avenida Nações Unidas, é justamente nesse trecho que estão localizados os grandes prédios de negócios, entre eles o *World Trade Center*; Rede Globo de Televisão, além dos hotéis Hyatt e Hilton, que se destacam pelo número de leitos, e do Gran Meliá, conectado ao *Shopping D&D*, que pretende abrigar o maior centro de convenções da América Latina.

O crescimento das áreas Funchal e Berrini concorre para a valorização dos espaços. Todavia, caso sejam criados novos centros de negócios, poderá ocorrer a mesma desvalorização observada no CHT. Essa questão deve merecer maior atenção quando se pensa no desenvolvimento dos novos centros de negócios da cidade de São Paulo, pois a desvalorização do CHT, implicou na decadência dos meios de hospedagem ali existentes.

O crescimento da Faria Lima/Berrini, se deu numa velocidade bastante grande, e a hotelaria veio dar suporte a todo movimento de negócios da região. Assim o espaço de circulação é bastante difícil, uma vez que esta área encontra-se entre vias de circulação ditas expressas, que inibem o trânsito de pedestres. Essa condição reflete o modelo construtivo adotado na área, limitando o seu acesso apenas àqueles realmente interessados nos tipos de atividades ali desenvolvidas, evidenciando um sistema de deslocamento voltado apenas para o fluxo de negócios, para o qual a região foi projetada. Há, neste caso, contradição das questões teóricas apontadas por alguns autores que investigaram a formação dos CBDs, como por exemplo Garnier que diz ser ele o “coração vivo da cidade”, (GARNIER, 1997:391). O *core* urbano não pode ser

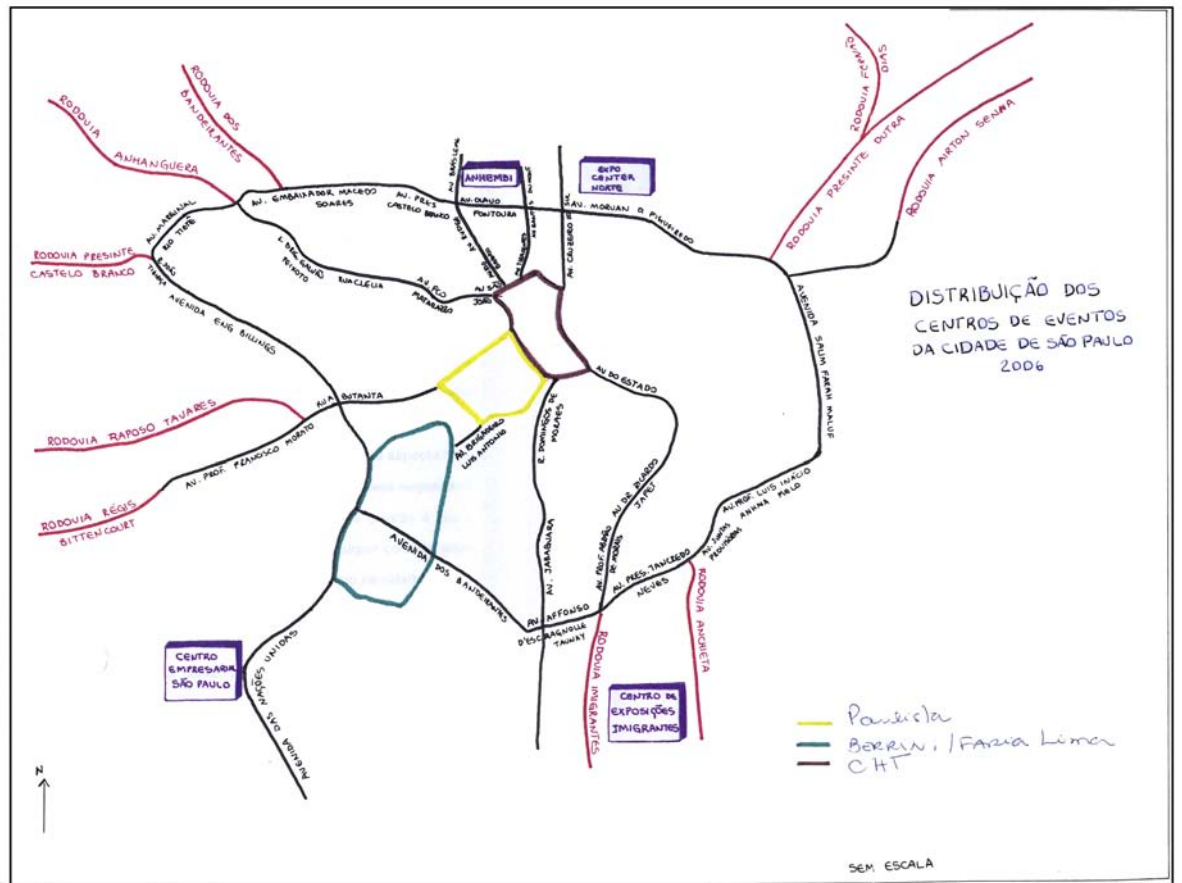
reduzido aos negócios, mas deve conter, além da dimensão econômica, a social e a cultural, que expressam a identidade da cidade. Isso era o que acontecia no CHT, conforme já mencionado.

Assim, em virtude dessas condições, a Berrini/Faria Lima demanda grandes espaços para convenções, fato que os investidores têm tentado resolver com a criação de áreas específicas nos moldes do *World Trade Center*. O *WTC* foi projetado para concorrer com os maiores centros de convenções em hotéis, embora sua capacidade não se aproxime daquela dos maiores centros de eventos e convenções de São Paulo. O empreendimento conta com 30 salas distribuídas em mais de 5.000 metros quadrados, permitindo a realização de pequenos, médios e grandes eventos empresariais e sociais. Dois andares livres, próprios para exposições, além do Auditório Casablanca, com 540 lugares, num complexo de 25 andares de escritórios, complementam essa estrutura que pretende vir a ser o maior espaço dessa categoria na América Latina. Além do *WTC*, existem diversos espaços de eventos localizados à distância que se integram à Berrini/Faria Lima por meio de vias de circulação que facilitam o deslocamento. Alguns destes espaços guardam certa proximidade com a área como é o caso do Centro de Eventos Transamérica e do Centro Empresarial de São Paulo, ambos conectados à Berrini/Faria Lima pelo corredor da Avenida Nações Unidas. Outros, embora mais distantes, são também acessíveis graças ao sistema de circulação implantado na cidade de São Paulo. O Centro de Exposições Imigrantes, o Expocenter Norte e o Anhembi (SP – Turis) incluem-se nessa condição, facilmente perceptível na representação cartográfica das vias de acesso, (Figura 8).

Observa-se, na Figura 8, que, a localização dos centros de eventos ocorreu em áreas fora dos três pólos descritos, fato que se explica pelo incremento dos negócios e pela necessidade de espaços para atender a demanda gerada pelos centros de negócios. Verifica-se, assim que os centros de eventos são interligados por vias de acesso que interconectam as três regiões estudadas. Deste modo, as artérias de ligação funcionam como verdadeiros corredores capazes de conectar as áreas em questão, e servem como elemento estruturador do espaço urbano.



FIGURA 8 – CROQUI DISTRIBUIÇÃO DOS CENTROS DE EVENTOS



Convém retomar, neste ponto, o papel das políticas públicas para a prática do turismo na cidade de São Paulo. Essa atividade se apropria dos elementos espaciais que estruturam o espaço urbano, e que, conseqüentemente, deve acrescentar-se às políticas públicas de gestão da cidade. Em contrapartida, o padrão de localização da hotelaria e, até mesmo, dos centros de eventos foram orientados pelo mercado de negócios, fato que não exclui a possibilidade de se aproveitar a demanda gerada para este segmento e estruturar a prática do turismo urbano na cidade.

A cidade de São Paulo, na condição de quarta maior metrópole do mundo, tem uma oferta relativamente estruturada, mas os gestores ainda não entenderam a política urbana da cidade de forma que ela possa melhorar o turismo.

Além das políticas, outro aspecto a ser retomado é a gestão do poder público e da iniciativa particular. O que se constatou junto às redes hoteleiras foi que a divulgação da cidade enquanto destino turístico é bastante precária. Assim como a promoção dos produtos, embora atualmente esse aspecto faça parte de uma preocupação urgente da São Paulo Turismo, empresa responsável pelo desenvolvimento turístico da cidade de São Paulo. Outra questão é que a hotelaria concentra a demanda de turistas e que não há qualquer conexão entre esses estabelecimentos e os órgãos responsáveis pelo turismo na cidade de São Paulo. Isto significa o bloqueio de um canal de comunicação que poderia ser melhor utilizado para incentivar, promover e incrementar o turismo paulistano. A proposta de integração entre hoteleiros e poder público pode revelar a cidade enquanto destino turístico, gerando emprego e renda.

Considerando o mercado turístico, verifica-se que a tendência das redes no Brasil é a se concentração em determinados espaços da cidade que abrigam centros de negócios. Percebe-se, assim, que existe conexão

entre a hotelaria e a ocorrência dos negócios na cidade. Este propósito gera uma nova forma de consumo de produtos agregados à hotelaria, que são desenvolvidos no entorno dessas regiões, aqui chamadas promissoras, pois tem sido objeto de novos investimentos. Nessas novas áreas surgiram, como se denominou nessa pesquisa, os atrativos contemporâneos, expressos pelos recentes cinemas, teatros, casas de shows, centro de compras e, até mesmo alguns museus.

Essa oferta contemporânea não chega a ser valorizada pelo empreendedor hoteleiro. Os gerentes entrevistados revelaram não ter vínculo com a comercialização de roteiros, mas apenas com a sua divulgação que, conforme já apresentado, é precária.

Segundo dados obtidos também com os gerentes das redes, os serviços de receptivo da cidade, oferecidos nos hotéis, são prestados por pequenas operadoras e por profissionais autônomos. Percebe-se o pouco interesse do mercado de capitais a este segmento. Os roteiros são exatamente os mesmos no que tange à oferta, restringindo-se ao *city tour* pela cidade e a pequenas viagens de um dia para Campos do Jordão, Rio de Janeiro, São Francisco Xavier, Guarujá e de dois dias para Iporanga, Foz do Iguaçu e Parati (ver anexo 3). Verificou-se que, além do *city tour*, importante produto que pode vir a se consolidar, conferindo maior identidade à cidade de São Paulo, toda a oferta de atrativos está relegada a segundo plano. Esse fato fica evidente diante dos insistentes apelos para roteiros que tiram o turista da cidade, levando-o para destinos do litoral e do interior.

Em um primeiro momento da investigação, verificou-se grande afastamento do turista com relação à oferta de atrativos, fato que pôde ser

constatado diante da falta de organização do setor de receptivo e do descaso da hotelaria.

Embora essa realidade revele-se bastante precária, os números apontados por Braga, indicam ser a cidade espaço atrativo para quem a visita. Em sua pesquisa, do universo de turistas entrevistados, a autora constatou que, mais da metade dos entrevistados (53,5%) confirmou que tinha interesse em fazer um passeio por São Paulo, sendo que os locais apontados, como de maior curiosidade, foram os atrativos histórico-culturais com 31,6%, seguido dos locais com atrativos naturais com 14% e, mais especificamente o *city-tour* com uma representação de 14,7% (BRAGA, 2005:130), o que certamente indica o alto potencial turístico que a cidade detém.

## **4.2 Espacialização das atividades no contexto da globalização: A oferta turística inserida no setor terciário.**

O processo de espacialização está relacionado também, às políticas econômicas que se refletem nas diferentes partes do mundo com intensidades variáveis. As condições socioeconômicas dos países interferem na organização dos mais diversos setores, entre os quais, o Turismo. O processo de globalização da economia trouxe, de certa maneira, a padronização dos componentes do mercado, entre os quais, a oferta turística. No que se refere a essa pesquisa, convém destacar a oferta, que atrai fluxos turísticos de áreas desenvolvidas para outras, subdesenvolvidas.

O que se observa, no caso das cidades globais dos países desenvolvidos, é um mercado turístico muito integrado, apresentando uso maximizado dos elementos que compõem a oferta turística. Já nos países subdesenvolvidos, percebe-se grande dificuldade no ordenamento da atividade enquanto setor produtivo, ou seja, em muitos casos, as políticas e os programas chegam a ser definidos, no entanto, os efeitos são muito lentos e, por vezes, imperceptíveis.

A conseqüência dessa condição, pelo menos no caso da América Latina, pode ser, em parte, justificada pelo modelo do crescimento econômico. Motta argumenta que, a partir de meados da década de 1970, ao buscarem uma alternativa ao modelo de crescimento voltado para dentro, por meio da industrialização substitutiva aplicada durante várias décadas, os países latino-americanos começaram a aderir, com convicções e intensidade variáveis, às recomendações de alguns organismos multilaterais (especialmente do Fundo Monetário Internacional – FMI, e do Banco Mundial). Os países desse bloco preconizavam a realização de um conjunto de reformas estruturais a fim de

restabelecer a competitividade e o crescimento. A receita do FMI, cujas raízes teóricas e ideológicas podiam ser encontradas na ortodoxia econômica neoclássica da Escola Monetarista de Chicago, obteve, posteriormente, amplo apoio político, sob o rótulo de Consenso de Washington, e adquiriu ressonância pública por meio da polissêmica denominação de “modelo neoliberal”, (MOTTA, 2004).

Mattos observa que, diante dessa política, começou a ser aplicada nesses países uma estratégia destinada a produzir profunda reestruturação (ou “ajuste” estrutural) das respectivas economias nacionais, (MATTOS, 2004:157). Esse fato justifica os diferentes arranjos urbanos que, ainda hoje, existem nas grandes cidades mundiais, e que se refletem diretamente no Turismo. Para Mattos, os processos de reestruturação em que a difusão e a adoção das novas tecnologias da informação e da comunicação (NTIC) desempenharam papel fundamental, significaram a progressiva incorporação desses países à dinâmica da globalização, assentando as bases para uma nova fase de modernização *stricto sensu*, (MATTOS, 2004).

Para Sassen, as cidades globais são lugares adequados para os serviços avançados e para as telecomunicações necessárias à implementação e gerenciamento das operações econômicas globais. Cidades globais tendem a concentrar as matrizes das empresas, sobretudo daquelas que operam em mais de um país. Além disso, o crescimento do investimento e do comércio internacional e a necessidade de financiar e prestar serviços a essas atividades impulsionam essas funções nas grandes cidades (SASSEN, 1998). A situação exposta por Sassen é gerada pela infra-estrutura. Neste caso, no entanto, a oferta turística na qual se incluem a hotelaria e os centros de eventos se fecha no

campo do circuito empresarial. Assim, esses componentes integram a infraestrutura projetada para os centros de negócios das cidades globais.

A cidade de São Paulo, por exemplo, passou por um processo de reestruturação e, junto com as demais grandes e médias cidades brasileiras, promove o Brasil no contexto da globalização à medida que abriga serviços do setor produtivo que se integra à economia mundial. No entanto, a cidade não é conhecida e tampouco divulgada como destino turístico pertencente a um mercado exclusivo de cidades que estão entre as maiores do mundo.

Uma discussão fundamental, na literatura sobre cidades, é que “a combinação da dispersão geográfica das atividades econômicas e da integração dos sistemas, que está no centro da atual era econômica, contribui para o papel estratégico desempenhado pelas grandes cidades. Em vez de se tornarem obsoletas devido à dispersão que as tecnologias da informação possibilitaram, as cidades concentram funções de comando”. É o que se depreende da obra de Sassen que analisa autores como Friedmann & Wolff, 1982; Friedmann, 1986, - (SASSEN, 1998: 36-37). A essa questão, Sassen acrescentou duas funções às cidades, sendo apenas parte delas adequadas à cidade de São Paulo, submetendo pontos da cidade à exclusão do processo produtivo.

As duas funções propostas por Sassen, são:

*“(...) As cidades são locais de produção pós-industrial para as principais indústrias desse período, para o setor financeiro e os serviços especializados; as cidades são mercados multinacionais, onde empresas e governos podem adquirir instrumentos financeiros e serviços especializados...”.*

No caso de São Paulo, a segunda proposição não é tão autônoma assim, quando se trata do capital privado, sobretudo em relação aos empresários que

estão voltados para o segmento do turismo. Exceto o setor de hospedagem e de espaços para grandes eventos, poucas empresas possuem capital para investimentos significativos no setor.

Diante do cenário descrito por Sassen, houve uma revalorização do papel das áreas metropolitanas (AMP). A cidade de São Paulo cresceu e se expandiu acompanhada de uma transformação que parece seguir a mesma direção observada nas grandes cidades dos países desenvolvidos. São Paulo sofre, hoje, um processo de fragmentação que é bastante visível quando se analisa o mercado produtivo da cidade. Sassen destaca que “a dispersão geográfica das fábricas, escritórios e instalações destinadas à prestação de serviços e a integração de um número crescente de mercados de ações no mundo inteiro poderia ter sido acompanhada de uma correspondente descentralização do controle das funções fundamentais”, (SASSEN, 1998:36). No caso de São Paulo, este fato condiciona alguns espaços à obsolescência ou a um uso pouco significativo, devido à negligência a que são submetidos, comprometendo sobremaneira estruturas urbanas já existentes, assim como atrativos que são responsáveis pela identidade dos lugares. No caso dos países desenvolvidos, o Estado estabelece programas de recuperação em consonância com potenciais investidores e estruturam áreas urbanas comprometidas.

Essa negligência e a obsolescência acelerada, muito comum nos países subdesenvolvidos, segundo Sassen, produzem vários espaços para a reconstrução do centro, de acordo com os requisitos dos regimes de acumulação urbana e com os padrões de organização espacial da economia urbana que prevaleçam em determinado momento (SASSEN, 1998).



Ao contrário do que acontece em São Paulo, os centros urbanos das cidades da Europa são muito mais protegidos e, ainda segundo Sassen (1998), raramente têm extensões significativas de espaços abandonados.

Com base nos estudos de Sassen, a expansão dos locais de trabalho e a demanda de prédios “inteligentes” terão de ocorrer necessariamente e, em parte, fora dos centros antigos. “Um dos exemplos mais extremos é *La Defense*, enorme complexo de escritórios construídos fora de Paris para evitar que se prejudicasse o espaço já construído na capital. É uma instância explícita da política e do planejamento do governo, cujo objetivo é ir ao encontro da crescente demanda de um espaço para escritórios bem localizados e de alta qualidade”, (SASSEN, 1998:124). A mesma autora aponta, como sendo um estudo de referência, utilizado para expandir os centros, o caso das Docas de Londres. Essa região portuária, vasta e pouco usada, tornou-se local de um projeto de desenvolvimento para atender a uma crescente demanda de espaços para escritório em uma região central (SASSEN, 1998). O que se observa, nesses dois casos, é que os espaços, pela sua condição de não uso, poderiam prejudicar a funcionalidade e a imagem das cidades, mas são reaproveitados e recebem novas funções, fato que deve ser atribuído às políticas urbanas ali definidas.

De acordo com Mattos, numerosas pesquisas e estudos realizados nos últimos anos sobre os alcances, magnitudes e modalidades dessas transformações em diversas AMP latino-americanas aportam elementos de juízo para caracterizar e comparar sua evolução com a dos países de maior desenvolvimento, (MATTOS, 2004:158).

Parece importante discernir diante do quadro circunstanciado, quais dessas transformações podem ser atribuídas ao avanço da globalização e quais

delas são fruto de uma evolução inerente à particular e específica dinâmica interna de cada cidade. Como afirma Prévôt-Schapira *apud* Mattos (2000:158), e de acordo com os exemplos aqui discutidos, para estes autores “a globalização não determina uma lógica única de espacialização das atividades; existem formas específicas ligadas aos processos endógenos de produção da cidade”.

Isto é, para além das transformações derivadas dos impactos da globalização, evidencia-se a persistência da identidade particular de cada cidade, que se manifesta tanto na idiosincrasia de seus habitantes como na configuração e morfologia básicas, em sua arquitetura, paisagem urbana etc, (MATTOS, 2004).

Ainda conforme Mattos as notórias e conhecidas diferenças entre Paris e Londres, ou entre Buenos Aires e São Paulo, ilustram essa afirmação; não parece provável que os efeitos da globalização possam fazer com que essas cidades evoluam para um mesmo tipo de identidade e imagem urbana, (MATTOS, 2004:158).

A condição de particularidade das cidades no contexto da globalização é o que se pode apontar como diferencial na composição do produto turístico, daí a dificuldade em se caracterizar o Turismo Urbano. O que se percebe é que, diante da diversidade de produtos ofertados pelas diferentes cidades, o Turismo Urbano deve ser descrito a partir dos elementos que compõem a oferta técnica e a oferta agregada. Assim definindo-se, os segmentos que mais se destacam nesta modalidade, podendo evoluir para configuração do DNR – Distrito de Negócios de Recreação –.

Com base no movimento de turistas e da organização da oferta para fins turísticos, alguns autores descrevem a formação do DNR como uma parte da

cidade onde existe um conjunto de restaurantes, negócios de entretenimento, lojas, artesanato e lembranças, sendo que todos os elementos buscam satisfazer os turistas.

Estudos dessa natureza que mostram a conectividade dos elementos da oferta num dado espaço para fins de definição do *DNR* foram elaborados por Stanstifield e Ricket *apud* Smith (1989). Estes autores pesquisaram a formação do DNR em três distritos: (Nova Jersey, EUA; Pueblos de La Costa e Las Cataratas Del Niágara, Canadá) onde, os autores identificaram um padrão que interpretaram como o resultado da combinação das rotas principais de acesso que culminou na construção de uma rota turística central (praia ou catarata). O distrito de recreação tomou forma, centrando-se seu ponto no que diz respeito ao ingresso dos viajantes e em outro no que se refere à atração. Esses dois pontos atendem os três distritos, (STANSTIFIELD e RICKET *apud* SMITH, 1989).

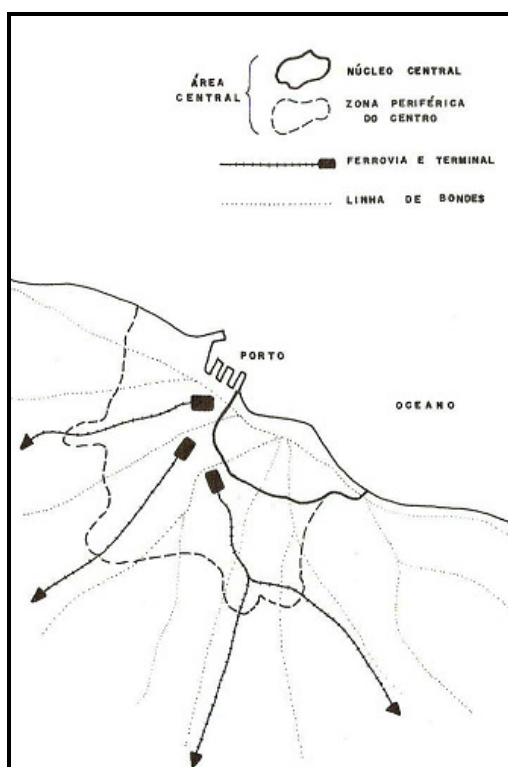
Para essa pesquisa é importante destacar, conforme destacam Stanstifield e Ricket, que os distritos foram originais, já que se interpuseram entre a atração turística central e o CBD, envolvendo os moradores no processo. Os autores também observaram algumas variações no ambiente local, nos tipos e na qualidade das lojas dispostas ao redor, alcançando valor máximo de intersecção entre o CBD o *DNR*, (STANSTIFIELD e RICKET *apud* SMITH, 1989).

Taylor examinou no leste de Londres e no Sul da África, o *DNR* definido por ele como a distribuição de hotéis e outros alojamentos turísticos, cafés, lojas de souvenirs, teatros, parques de diversão, restaurantes, casas de banhos públicos e aquários. Taylor traçou um mapa naquelas quadras da cidade que

teriam pelo menos 50% de espaço destinado para essas empresas, (TAYLOR, 1995).

No caso de São Paulo, essa pesquisa pode contribuir para identificar o CBD, embora se reconheça certa fragilidade entre hotelaria e atrativos e, em menor grau, entre hotelaria e centros de eventos. Neste último aspecto, a conectividade se manifesta muito mais pela necessidade de atender ao turista que vem a negócios, do que em razão dos incentivos que poderiam ocorrer por parte das iniciativas públicas (como a SP Turis) e a particular.

Conforme Corrêa, a área central decorrente do processo de centralização aparece configurada de modo segmentado, com dois setores: de um lado, o núcleo central (*core*, Central Business District, ou CBD), e, do outro, a zona periférica do centro (*frame, zone in transition*, zona de obsolescência).- A Figura 9 indica a localização desses dois setores em uma cidade hipotética, correlacionando-os com os transportes inter-regionais e intra-urbanos (CORRÊA, 2004).

**Figura 9: Convergência de transportes e a aérea central**

Fonte: CORRÊA, 2004.

O esquema representado por Corrêa embora se refira a uma região portuária, ilustra o modelo seguido à criação do CHT, no qual todas as atividades convergiam para a área central. Na cidade de São Paulo, a partir da área central ou CBD, ocorreu a evolução da malha urbana e suas respectivas redes e nodos. Conforme a teoria já descrita, a política de desenvolvimento definida para o conjunto dos países latino-americanos justifica o modelo da cidade de São Paulo.

O exemplo de São Paulo confirma as idéias de Mattos. Para esse autor, do ponto de vista da produção, o processo iniciado a partir de 1970, sob o influxo simultâneo e intensamente inter-relacionado à reestruturação produtiva transformou a organização e o funcionamento das principais aglomerações metropolitanas latino-americanas, afetando tanto suas articulações externas como sua própria dinâmica e configuração interna, (MATTOS, 2004:159).

Esse fato mostra que a tendência identificada na cidade de São Paulo, respeitando suas particularidades, segue a mesma direção do que ocorre nas metrópoles dos países desenvolvidos. A Figura 10 mostra como se encontra o sistema de produção que desencadeia a reestruturação das cidades globais, que tem sido muito comum nas grandes cidades. Dos países latino-americanos Cidades como Santiago, Buenos Aires, Cidade do México, Montevideu, São Paulo e Lima atualmente concorrem para serem grandes destinos de Turismo Urbano.

**FIGURA 10: Globalização e o novo sistema produtivo**



Fonte: Mattos, 2004.

A Figura 10 mostra como a mudança de estratégia macroeconômica favoreceu o avanço e o aprofundamento da reestruturação, informacionalização e globalização em diversas cidades globais, o que justifica a preferência pela AMP e, conseqüentemente, uma mudança estrutural nas cidades, como São Paulo. A reestruturação das atividades de negócios

desencadeou uma infra-estrutura de ordem geral e também adequada para a prática do turismo na cidade. Alguns pontos da cidade no entanto, como a região CHT, foram relegados ao abandono pelo sistema vigente.

Esta pesquisa detectou que o crescimento da hotelaria de rede não desencadeou ações que promovesse o turismo na cidade. As figuras 6 e 7 mostram que esse setor evoluiu em espaços que, hoje, se configuram como centros de negócios, seguindo, portanto, seu ritmo e sua direção.

Por outro lado, a falta de conexão, consequência do modelo produtivo calcado em raízes teóricas, que representaram a política neoliberal, “desligou” parte da cidade do grande capital financeiro, colocando a região central (CHT) numa condição de miséria, fato que comprometeu sobremaneira a identidade da cidade.

Para Boullón, a concentração dos turistas em alguns pontos das cidades converte as cidades em microeconomias especializadas. A especialização econômica das localidades ocorre em consequência da concentração de serviços específicos para atender as necessidades dos turistas durante sua permanência nesses locais. De acordo com Boullón, a grande quantidade de empresas prestadoras de serviços turísticos, combinadas com as empresas que participam da elaboração dos produtos turísticos locais, une-se para abranger todos os insumos que interagem no sistema turístico (BOULLÓN, 1990).

A oferta da cidade mantém uma série de ligações com o mundo exterior a ela, além da relação de conexão interna entre os elementos que a compõem. Tais ligações envolvem fluxos de capitais, mercadorias, pessoas e idéias. A evolução do desenvolvimento espacial da cidade de São Paulo, reflexo da estruturação, da rede urbana brasileira apresenta-se em forma de eixos. Os investimentos

programados para a cidade, contribuíram para redesenhar o território e, redefinir o sistema da cidade, proporcionando a conectividade entre alguns espaços onde se inserem a rede hoteleira, os atrativos e os centros de eventos.

Conforme Corrêa, o núcleo central, das cidades, em geral, assumiu suas características, na segunda metade do século XX, quando o processo de centralização já não mais desempenhava o papel relevante que tinha no passado (CORRÊA, 2004). Horwood e Boyce *apud* Corrêa destacam elementos que desencadeiam a reestruturação dos espaços urbanos e que, conseqüentemente, geram novas centralidades. Essas proposições que contribuem para a nova centralidade nas cidades globais são:

- **Uso intensivo do solo.** Trata-se da área da cidade de uso mais intensivo, com maior concentração de atividades econômicas, sobretudo do setor terciário. É aí que se encontram os mais elevados preços da terra, justificando-se assim a intensidade do uso do solo.
- **Ampla escala vertical.** O núcleo central apresenta-se com a maior concentração vertical, facilmente distinguível na paisagem urbana. A presença de edifícios de escritórios, juntos uns aos outros, viabiliza as ligações interpessoais vinculadas a negócios.
- **Limitado crescimento horizontal.** Sua expansão se faz, sobretudo, por uma mais acentuada verticalização, demolindo-se prédios mais antigos, substituindo-se por outros mais elevados.
- **Foco de transportes intra-urbanos.** É o ponto de convergência do tráfego urbano e, em muitos casos, o ponto de baldeação para bairros situados ao longo de diferentes direções.



- **Áreas de decisão.** No núcleo central localizam-se as sedes sociais ou escritórios regionais das principais empresas que atuam na cidade e em sua região de influência. O Estado tem aí muitas de suas instituições. É assim o ponto focal da gestão do território.

Diante das proposições de Horwood e Boyce, a Área Central tem sofrido o efeito, desde a década de 1920, e sobretudo após a Segunda Guerra Mundial, de um crescimento espacialmente descentralizado. De fato, atividades que até então estavam centralmente localizadas, foram transferidas ou criadas fora da Área Central. O processo de descentralização implicou em características de “limitado crescimento horizontal”, tanto do núcleo central como na zona periférica ao centro (HORWOOD e BOYCE *apud* CORRÊA, 2004:40). Os terrenos vagos existentes neste último setor e, que em São Paulo têm sido muito procurados para instalação de centros de eventos – Center Norte, Imigrantes, Transamérica – explicam-se em parte, pela descentralização, que, de certo modo, esvaziou a zona periférica do centro e que, conforme mostra a Figura 8, estão interligados por um conjunto de avenidas.

A tendência da Área Central, especialmente do núcleo central é, também, a de redefinição funcional, tornando-se foco prioritário das atividades de gestão e de escritórios de serviços especializados, enquanto o comércio varejista e certos serviços encontram-se dispersos pela cidade. Questiona-se, então, até que ponto a Área Central não é uma herança do passado, não sendo mais inteiramente necessária para o capitalismo em sua fase atual (CORRÊA, 2004:44).

No caso da cidade de São Paulo, conforme relatado nos capítulos anteriores a centralidade observada a partir do centro era ressaltada como um elemento particular da estrutura urbana, pois se evidenciava nela a importância da cidade que

era, a partir dela, norteadas. O CHT representava a célula-mãe para que, a partir dele, a cidade pudesse estabelecer contato com o seu entorno. Este foi o primeiro momento registrado na história da cidade que deu origem a um arcabouço carregado de significados que, hoje, compõem o sistema de fluxo inferior, já descrito por Santos, e no atual momento, é discutido e busca ser valorizado para assumir novas funções. O Turismo na cidade de São Paulo já é uma realidade, destacando-se entre as principais funções. Muito mais poderá ser feito se forem tomadas medidas para melhorar alguns aspectos como, por exemplo, a oferta turística. Disso resultará uma imagem positiva e verdadeira que possa ser assimilada por aqueles que procuram esse destino.

Segundo Boullón, trabalhar com a imagem das cidades turísticas, representa um desafio, pois as mais expressivas optaram por reduzir sua imagem gráfica à menor quantidade possível de edifícios e monumentos. Para exemplificar, o autor cita alguns exemplos: Torre Eiffel, em Paris; Catedral de São Pedro, em Roma; e Trafalgar Square, em Londres, (BOULLÓN, 2002).

Em São Paulo, metrópole global, que apresenta mercado com dimensão e grau de diversificação produtiva notável, torna-se necessário potencializar sua inserção no cenário mundial enquanto destino turístico, e valorizar os componentes da oferta de modo a melhor organizar este setor na cidade.

## **Considerações Finais**

Esta pesquisa teve como foco a investigação da migração do CBD, sua interação com a conectividade da distribuição da hotelaria, dos centros de eventos e atrativos turísticos, e a relação dessa distribuição no Turismo Urbano.

Ao avaliar a migração do CBD, concluiu-se que este movimento ocorre em função dos negócios promovidos pelo mercado global. Considerando que São Paulo é a quarta maior cidade do mundo e a maior metrópole do hemisfério sul, a mesma ganhou importância enquanto cidade global, e passou a estabelecer novas relações com o mundo, redefinindo suas formas e adaptando novos paradigmas que são colocados pela economia global. Reflexos dessa economia global rebateram na forma e na função das localidades eleitas para esta pesquisa.

Na região central da cidade, tratada ao longo da pesquisa por CHT, identificou-se na base do processo de transformação da localidade, vários fatores; alguns, como foi visto, decorrentes da própria origem e da evolução histórica da cidade e/ou da inadequada estrutura espacial do seu núcleo urbano; outros, ainda, vinculados às mudanças pelas quais passou a cidade em seu processo produtivo, em sua composição e estruturação social. A soma desses fatores conferiu ao espaço urbano central um quadro de grande complexidade: as ações de planejamento urbano não conseguiram proposições adequadas para inserir a região em um quadro de valores intrínsecos àquele espaço que pudessem ser revelados e aproveitados para um possível reordenamento de funções, no qual o Turismo seria uma possibilidade.

Atentando-se para as transformações mais recentes que afetam o CHT, notou-se que o alto grau de polarização das atividades ali praticadas, acarreta

concentração excessiva de funções naquela região, o que desencadeou sua saturação causada tanto pelo acúmulo de atividades quanto pelo intenso tráfego de pedestres, somados à economia informal que necessita de melhor organização.

Tais fatores conduziram o local a uma superutilização de certos setores, com conseqüentes deseconomias de aglomeração, entre outros problemas. Em decorrência dessa questão, algumas atividades econômicas deslocaram-se do CHT, indo em direção à Avenida Paulista, percurso este acompanhado pela hotelaria e, conseqüentemente, pelos eventos. Esse deslocamento foi definido, nessa pesquisa, como um processo de migração de atividades de negócios. Verificou-se que o atendimento às novas demandas marcou a Avenida Paulista no mundo dos negócios. Essa região tornou-se conhecida pelo elevado grau de desenvolvimento, desencadeando significativa oferta de leitos hoteleiros e, por extensão, espaços que podem ser utilizados para fins de lazer e turismo. Percebeu-se que o desdobramento do centro de negócios da Avenida Paulista para a região da Berrini/Faria Lima ocorreu aliado às grandes corporações que se expandiram a partir da década de 1990.

A Região da Berrini/Faria Lima se destacou na cidade a partir da década de 1990, definindo uma nova centralidade, não menos importante do que a da região da Paulista, e vem desempenhando o papel de mais novo centro econômico financeiro da cidade.

Observou-se no decorrer da pesquisa, que os novos espaços da cidade, redefinidos mais precisamente pela ordem de produção, acumulam em si grande parte da oferta turística existente em São Paulo. No entanto, essa oferta está ligada à implantação de hotéis e espaços para eventos, que se somam aos empreendimentos de negócios para atender ao fluxo gerado pelo setor.

Constatou-se que a atividade turística está condicionada ao modelo de produção implantado na cidade, de maneira que a hotelaria e os centros de eventos acompanham os centros de negócios. Avalia-se essa condição como sendo própria do caráter urbano das cidades globais e que, conseqüentemente, dinamiza a atividade turística voltada inicialmente ao mundo dos negócios.

Com isso percebeu-se que o movimento de negócios na cidade de São Paulo é responsável pelo movimento turístico da cidade. A posição de liderança em negócios revelou que São Paulo apresenta os mais expressivos resultados numéricos do chamado Turismo de Negócios, o segmento mais expressivo do Turismo Urbano.

Os resultados dessa pesquisa, mostram que embora os números apontem para o sucesso desse segmento, em virtude da rica infra-estrutura urbana e da oferta de atrativos, a cidade não apresenta um serviço de recepção adequado à clientela que movimenta este mercado. Isso devido à falta de reconhecimento da própria potencialidade que os gestores da cidade possuem. Considerando a estrutura hoteleira e de eventos criadas para a cidade como sendo de alta qualidade, e somando-se a ela a oferta cultural, gastronômica, entre outras, a mesma perde quando não valoriza todos esses componentes para a promoção da cidade enquanto destino turístico.

A importância da cidade enquanto destino turístico, não tem sido revelada pelo poder público e tampouco pela iniciativa privada, embora dados oficiais já indiquem ser a cidade, inclusive, um destino de lazer. Avaliou-se que a falta de investimentos, de promoção e, até mesmo, de um plano de comunicação para divulgação, coloca São Paulo numa posição ainda muito inferior àquela que poderia ocupar. Embora realidades tão díspares convivam na cidade, a condição econômica

e de produção em alguns pontos já apresenta infra-estrutura de qualidade e suficiente para a realização da prática do Turismo Urbano. No entanto, a falta de conectividade entre os segmentos que compõem essa prática compromete a cidade enquanto destino turístico.

Dados apresentados ao longo da pesquisa mostraram que a cidade é palco de um fluxo turístico que acontece em função do seu movimento financeiro. Como consequência, a hotelaria multiplicou-se, a urbanização expandiu-se para regiões periféricas, e novas áreas de negócios e de entretenimento foram surgindo, transformando em áreas produtivas aquelas que estavam anteriormente em obsolescência.

O trabalho de campo mostrou que a cidade possui elementos passíveis de análise, compatíveis com o objeto proposto, pelas características essencialmente urbanas que a cidade apresenta. Observou-se que São Paulo é uma referência para o estudo do Turismo Urbano, pois existem semelhanças entre ela e outras metrópoles já consolidadas nesse segmento ou em franco desenvolvimento.

Na capital paulista, assim como na maioria das grandes cidades que detêm essa modalidade, passado e presente convivem no atual espaço urbano. No entanto, em São Paulo, as políticas públicas voltadas para a revitalização de alguns pontos da cidade, tendo em vista o turismo, ainda não foram bem definidas. As ações de recuperação da cidade devem ser pensadas no contexto das políticas urbanas do município, para que não venham a se estabelecer de maneira isolada e ineficaz.

Diante dos levantamentos realizados, pode-se observar que existe na cidade de São Paulo uma multiplicidade de práticas constituídas pelo trabalho de diversos atores sociais nos seus diferentes momentos históricos. Existe também uma

multiplicidade de espaços que interagem em um mesmo momento histórico e que não devem ser desprezados para fins de uso turístico. O potencial turístico de negócios e, também, de lazer para a cidade já é patente diante das investigações realizadas até o momento.

A oferta turística de São Paulo – atrativos, meios de hospedagem, agenciamento receptivo, feiras e eventos de negócios – compõe um panorama específico e concreto. Deve-se considerar essa oferta como fator fundamental a ser integrado à política urbana da cidade, para melhorar a compreensão do Turismo em São Paulo. O mesmo padrão serve para as grandes metrópoles que, assim como São Paulo, destacam-se pela prática do Turismo Urbano.

A fim de atender ao objetivo geral desse trabalho acadêmico, que é contribuir para o estudo do Turismo Urbano, diante do que foi verificado, recomenda-se mais atenção e reconhecimento por parte do poder público e da iniciativa privada para uma ação conjunta em relação a todos os acontecimentos da cidade, como feiras, eventos, congressos, fluxo de turistas e infra-estrutura de ordem geral. Esses acontecimentos poderiam servir de base para se refletir positivamente sobre o processo de construção espacial, capaz de gerar uma prática de Turismo Urbano com mais qualidade e com bons resultados financeiros além do impacto na qualidade de vida tanto dos moradores da cidade quanto de quem a visita.

As descobertas desse estudo mostram que a valorização das áreas de negócios atrai um fluxo de turistas cada vez maior contribuindo para o movimento deste setor na cidade. Por outro lado, novos espaços são valorizados em detrimento de outros que possuem grande potencialidade já instalada para o desenvolvimento da atividade turística, inclusive a de lazer.

Apesar da discrepância entre áreas degradadas e áreas em expansão, é possível organizar a atividade turística na cidade e valorizar a modalidade Turismo Urbano que São Paulo pode oferecer, considerando ser esta uma realidade presente em inúmeras cidades do mundo globalizado. Para a organização eficiente, convém estabelecer políticas públicas que envolvam programas e ações voltadas ao Turismo, pensadas e discutidas enquanto políticas urbanas. O envolvimento dos empreendedores do setor turístico, em compasso com o poder público, se faz urgente e necessário para que se discuta o mecanismo de investimento e divulgação da cidade enquanto destino turístico. Essa questão vem responder a problemática levantada que deu origem a essa pesquisa.

No decorrer da pesquisa, constatou-se a existência de maior conexão entre a hotelaria de rede e os espaços para eventos, criados para atender ao mercado empresarial e que contribuem para o Turismo na cidade. No entanto, considerando o CHT, verificou-se que a região passou por um processo de desvalorização, e a falta de programas e ações de recuperação daquele espaço colocou em risco o seu grande potencial turístico.

Esses resultados confirmam, ao mesmo tempo, a primeira e a segunda hipótese levantadas nessa pesquisa, pois constatou-se que:

- A migração do CBD resulta na degradação das áreas centrais das cidades e na perda de atratividade para o Turismo.
- A maior proximidade do Turismo Urbano em São Paulo com os segmentos de eventos e de negócios contribui para uma redefinição de novos espaços, orientada pelo deslocamento da hotelaria.



Pode-se inferir que o Turismo passou a ser uma nova atividade no mercado global, mas verificou-se que questões relacionadas ao Turismo em alguns pontos da cidade de São Paulo passaram por um evidente processo de exclusão. As ações públicas e os interesses das empresas que remodelam os novos espaços da cidade, até o momento, não incluíram o Turismo como atividade que, assim como o mercado empresarial é capaz de interagir no sistema produtivo da cidade.

São Paulo, cidade global, encerra no seu espaço urbano a grandiosidade inerente às maiores cidades do mundo. Mais do que isso, São Paulo destaca-se entre os destinos turísticos urbanos em decorrência das possibilidades de negócios, o que se confirma pelo fluxo de pessoas e pelo acúmulo de capitais, de bens e serviços que se refletem na infra-estrutura. Como qualquer grande cidade, ela apresenta um dinamismo próprio que é afetado por causas circunstanciais. Esse conjunto de elementos e de fatores, alguns dos quais foram objeto dessa pesquisa, contribuíram para facilitar a sua afirmação como destino turístico urbano.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**ANDRADE, José Vicente G. Dos Reis (Org.).** Turismo – **segmentação de mercado.** São Paulo: Editora Futura, 2000.

**ANDRADE, Manoel C.** Espaço, Polarização e Desenvolvimento (**A teoria de pólos de desenvolvimento e a realidade nordestina**). São Paulo: Editora Brasiliense, 1970.

**BAITZ, Ricardo.** O metrô chega ao centro da periferia: **estudo do concurso público nacional de reconversão urbana do Largo da Batata e da Operação Faria Lima em sua nova fase.** Dissertação de mestrado apresentada no Departamento de Geografia da USP. São Paulo, 2004.

**BENI, Mario.** Análise estrutural do turismo. São Paulo: Editora SENAC, 1998.

**BOULLÓN, Roberto C.** Planejamento do espaço turístico. Bauru: Editora da Universidade do Sagrado Coração, 2002.

\_\_\_\_\_. Os municípios turísticos. Bauru: Editora da Universidade do Sagrado Coração, 2002.

**BORG, Jan Van Der. Gestão de turismo em Veneza ou como lidar com o sucesso. In: TYLER, Duncan, GUERRIER, Yvonne e ROBERTSON, Martin (Org.). Gestão de turismo municipal: teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos. São Paulo: Editora Futura, 1999.**

**BORG, Jan Van Der; BERG, Leo Van Den; MEER, Jan Van Der. Gestión del turismo en las grandes ciudades: Estudio comparativo del desarrollo e estrategias turísticas en seis futuros destinos y dos ya establecidos. In: Estudios Turísticos. Madrid, 1995.**

**BRAGA, Debora C. À margem das feiras de negócios – uso do tempo livre do turista em São Paulo. São Paulo, 2005. Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo na ECA-USP.**

**CANOVAS, Maria Irene F. O Turismo de negócios e o consumo cultural e de lazer na cidade de Salvador – motivações e atitudes. Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo na ECA-USP. São Paulo, 2005.**

**CANTON, Marisa Antonia. Eventos - ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro setor. São Paulo: Editora Roca 2002.**

**CARLOS, Ana Fani Alessandri. O espaço urbano: novos escritos sobre a cidade. São Paulo: Editora Contexto, 2004.**

**CORDEIRO, Helena K.** O centro da metrópole paulistana: **expansão recente**. Tese de doutorado apresentado à FFLCH-USP. São Paulo, 1978.

**CORDEIRO, Helena K.** O centro da metrópole paulistana: expansão recente. São Paulo, Universidade de São Paulo, Instituto de Geografia, 1980.

\_\_\_\_\_. A cidade Mundial de São Paulo e a recente expansão de seu centro metropolitano. In **SANTOS, M. et al.** O novo mapa do mundo: **fim do século e globalização**. São Paulo: Editora Hucitec / Associação Nacional de Pós – Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional, 1993.

**CORRÊA, Roberto L.** O espaço urbano. São Paulo: Editora Ática, 2004.

**CORRÊA, Roberto L.** Trajetórias geográficas. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1997.

**COSTA, Elizabeth G.** **Anel, Cordão, Perfume Barato**. Uma Leitura do Espaço do comércio Ambulante na Cidade de São Paulo. São Paulo: EDUSP, 1989.

**DANTAS, Vera.** **Feira de negócios**: São Paulo tem 90% do mercado. Estado de São Paulo. São Paulo, 06 de novembro de 2000.

**DIAS, Célia Maria Moraes.** Home away from home: **Evolução, caracterização e perspectivas da hotelaria: um estudo compreensivo**. Dissertação de mestrado apresentado a Escola de Comunicação e Artes – ECA/USP. São Paulo, 1990.

\_\_\_\_\_. (ORG). Hospitalidade: reflexões e perspectivas. **São Paulo: Editora Manole, 2000.**

**DOTTO, W.** Uma nova Paulista surge na Zona Sul. **Folha de São Paulo. São Paulo 11 de abril de 1987.**

**FRUGOLI, Heitor Jr.** Centralidade em São Paulo: trajetórias, conflitos e negócios na metrópole. **São Paulo: Edusp, 2000.**

\_\_\_\_\_. São Paulo: **espaços públicos e interação social. São Paulo. Editora Marco Zero, 1995.**

**FUGIMOTO, N.A.** A produção monopolista do espaço urbano e a desconcentração do terciário de gestão na Cidade de São Paulo: **o caso da av. Eng. Luiz Carlos Berrini. Dissertação de Mestrado apresentada ao Departamento de Geografia da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1994.**

**GARNIER, Jacqueline Beaujeu.** Geografia Urbana. **Lisboa: Editora Fundação Calouste Gulbenkian, 1997.**

**GETZ, Donald.** O evento turístico e o dilema da autenticidade. **In: THEOBALD, William F.** Turismo global. **São Paulo: Editora SENAC, 2001.**

**HARVEY, David.** Condição pós-moderna. **São Paulo: Editora Loyola, 1992.**

**JANSEN, Verrbeke M e E. Van de Wiel.** Tourism planning in urban revitalization projects: **lessons from Amsterdam waterfront development.**” In: **Tourism and special transformations: implications for policy and planning**, editado por **Ashworth, G.J e A.G.J. Dietvorst.** UK: **CAB**, 1995.

**JUDD, Dennis R.** El turismo urbano y la geografía de la ciudad. In **Revista EURE**, Vol. XXIX N. 87 pp 51-62. **Santiago**, 2003.

**KUAZAQUI, Edmir.** Marketing turístico e de hospitalidade. **São Paulo: Editora Makron Brooks**, 2000.

**LAW, Christofer M.** Urban tourism: **attracting visitors to large cities.** London: 2000.

**LEFEVRE, Henri.** La vida cotidiana do mundo moderno. **Madrid: Alianza Editorial**, 1972.

\_\_\_\_\_. La production de l'espace. **Paris: Anthropos**, 1974.

\_\_\_\_\_. A revolução urbana. **Belo Horizonte, Editora UFMG**, 2004.

**LIBÂNEO, M. L. L.** A invenção da cidade de São Paulo. **Monografia de mestrado do programa de pós-graduação em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.** São Paulo, 1989.

**LIMA, Telma M.** O centro das metrópoles latino-americanas: **o trabalho informal nas cidades do México e São Paulo. Dissertação de mestrado apresentada ao PROLAM, São Paulo, 2002.**

**MARTINELLI, Marcello.** Cartografia temática: **cadernos de mapas. São Paulo Edusp, 2003.**

**MARTINS, Carina Roberta C.** Estudo sobre potencial de divulgação da cidade de São Paulo através de folheteria turística adequada às necessidades de hóspedes de hotéis de luxo. **Monografia de Graduação ECA/USP, 2005.**

**MASTROBUONO, Flavia.** Ações e Captação de eventos na cidade de São Paulo. **Dissertação de Mestrado apresentado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo na ECA-USP. São Paulo, 2003.**

**MATTOS, Carlos A. de.** Redes, nodos e cidades: **transformação da metrópole latino-americana. In RIBEIRO, Luiz C. de Queiroz (Org.).** Metrôpoles: **entre a coesão e fragmentação, a cooperação e o conflito. Rio de Janeiro: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.**

**MIDDLETON, Victor T.C.** Marketing de turismo – **teoria e prática. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002.**

**MOTTA, Diana Meirelles.** As metrópoles e os desafios da política urbana. **In: RIBEIRO, Luiz C. de Queiroz (Org.).** Metrôpoles: **entre a coesão e**

**fragmentação, a cooperação e o conflito. Rio de Janeiro: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.**

**MUMFORD, Lewis. Cultura das cidades. Belo Horizonte. Editora Itatiaia, 1961.**

**MURPHY, Peter E. Planejamento turístico em Londres: um exercício no gerenciamento espacial e sazonal. In Revue de tourisme N.1, Paris 1982.**

**PEARCE, Douglas. Desarrollo turístico – su planificación y ubicación geográficas. Barcelona: Editorial Trillas, 1988.**

\_\_\_\_\_. Analyzing the demand for urban tourism: **issues and examples from Paris. In: Tourism Analysis Vol. 1, Inaugural Volume, pp 5-18, USA 1998.**

**PEARCE, Douglas & BUTLER, Richard W. Desenvolvimento em Turismo – temas contemporâneo. São Paulo: Editora Contexto, 2002.**

**PIRES, Mário Jorge. Raízes do Turismo no Brasil. São Paulo: Editora Manole, 2001.**

\_\_\_\_\_.Lazer e turismo cultural. **São Paulo: Editora Manole, 2001.**



**PINZAN, Edson J.** A potencialidade da atividade turística para o desenvolvimento regional. **Dissertação de Mestrado apresentada ao Departamento de Geografia da FFLCH-USP 2003.**

**PRADO JÚNIOR Caio.** A cidade de São Paulo. **São Paulo. Editora Brasiliense, 1998.**

**PROSERPIO, Renata.** O avanço das redes hoteleiras internacionais no Brasil 1994 – 2002. **Tese de doutorado apresentada no Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo na ECA-USP, São Paulo, 2003.**

**RABAHY, Wilson.** Turismo e desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento. **Barueri: Editora Manole, 2003.**

**REIS, Nestor Goulart.** Urbanização e teoria. **São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo de São Paulo. São Paulo, 1967.**

\_\_\_\_\_. Notas sobre urbanização dispersa e novas formas de tecido urbano. **São Paulo: Editora Via das Artes, 2006.**

**ROLNICK, Raquel.** São Paulo, crise e mudança. **São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.**

\_\_\_\_\_. A cidade e a lei. **São Paulo: Editora Studio Nobel/Fapesp, 1997.**

\_\_\_\_\_. São Paulo. **São Paulo: Editora Publifolha, 2003.**

**ROSSETTI, Clarissa, SALMERÓN, Mariana e MARCHINA, Thiago.**  
Gastronomia na cidade de São Paulo – **redescubra a gastronomia do centro da cidade de São Paulo através dos sentidos: ver, ouvir, provar e sentir.**  
**Monografia premiada no concurso da Câmara Municipal de São Paulo. São Paulo, 2005.**

**SANT'ANNA, Maria J. G.** A avenida Paulista no contexto da expansão da área metropolitana de São Paulo: **proposição para um conceito de centro expandido.** **Dissertação de Mestrado apresentado ao Departamento de Ciências Sociais da FFLCH-usp. São Paulo, 1981.**

**SANTOS, Milton.** A metamorfose do Espaço Habitado. **São Paulo: Editora HUCITEC, 1988.**

\_\_\_\_\_. A urbanização brasileira. **São Paulo: Editora HUCITEC, 1993.**

\_\_\_\_\_. O Espaço Dividido. **Petrópolis: Editora Vozes, 1979.**

\_\_\_\_\_. A natureza do espaço – **técnica e tempo, razão e emoção.** **São Paulo: Editora HUCITEC, 1996.**

\_\_\_\_\_. Técnica, espaço, tempo – **globalização e meio técnico-científico-informacional. São Paulo: Editora HUCITEC, 1994.**

\_\_\_\_\_. Economia espacial. **São Paulo: Edusp, 2003.**

**SASSEN, Saskia.** As cidades na economia mundial. **São Paulo: Livros Studio Nobel Ltda., 1998.**

**SESSA, Alberto.** Turismo e política de desenvolvimento. **Porto Alegre: Editora Uniontur, 1982.**

**SINGER, Paul.** O uso do solo urbano na economia capitalista. In: **MARICATO, E. (Org.)** A produção capitalista da casa (e da cidade) no Brasil industrial. **São Paulo: Editora Alfa-Omega, 1974.**

\_\_\_\_\_. Globalização da economia e as cidades. In: **SCHIFFER, Sueli.** Globalização e estrutura urbana. **São Paulo: Editora Hucitec, 2004.**

**SMITH, Stephen L. J.** Tourism Analysis. **USA: Longman Scientific & Technical, 1989.**

**SOUZA, Maria A.A.** Produção e apropriação do espaço metropolitano: a avenida Paulista. In: **SANTOS, Milton e SOUZA, Maria A. A. (org.)** A construção do espaço. **São Paulo, Editora Nobel, 1986.**

\_\_\_\_\_. A identidade da metrópole. **São Paulo: Editora HUCITEC, 1994.**

SOUKEF, Antonio. **A síntese da metrópole.** São Paulo, 2002.

**SWARBROOKE, John.** Turismo sustentável – meio ambiente e economia. **São Paulo: Editora Aleph, 2000.**

**TAYLOR, V.** The recreating business district: a component of the East London urban morphology. **Papers of the Regional Science Association, 1995.**

**TELES, Reinaldo M. de Sá.** Dimensão espacial do turismo em São Paulo: o espaço como categoria de análise para o entendimento do turismo urbano. In. **Revista do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo, 2005.**

**TEIXEIRA, M. C. C.** Avenida Paulista: a produção do espaço através do tempo. **Revista do Departamento de Geografia Nº 3. São Paulo, 1984.**

**TOLEDO, B. L. de.** Álbum iconográfico da Avenida Paulista. **São Paulo: Ex. Libris/J. Fortes, 1987.**

**TYLER, Duncan.** Colocando o turismo em pauta – **política de desenvolvimento da unidade administrativa de Southwark, Londres.** In: **TYLER, Duncan, GUERRIER, Yvonne e ROBERTSON, Martin (org.).** Gestão de turismo municipal: **teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos.** São Paulo: Editora Futura, 2001.

**TULIK, Olga.** Turismo rural. São Paulo: Editora ALEPH, 2003.

\_\_\_\_\_. Turismo no espaço rural: segmentação e tipologia. Santa Maria: Artigo apresentado no Congresso de Turismo Rural 2006.

#### SITES CONSULTADOS

AEROVIÁRIAS, Sindicato Nacional das Empresas. Disponível em <http://www.snea.com.br> acessado em 20/10/2005.

BUREAU, São Paulo Convention & Visitors Bureau. Plano de marketing do turismo da cidade de São Paulo. Disponível em [www.visitesaopaulo.com](http://www.visitesaopaulo.com) acessado em 10/04/2005.

CENTRO, Viva o Centro. Disponível em [www.vivaocentro.org.br](http://www.vivaocentro.org.br) acessado em 10/02/2006.

COMERCIAIS, Fórum das agências de viagens especializadas em contas comerciais. Disponível em [www.favecc.org.br](http://www.favecc.org.br) acessado em 15/07/2005.

EMBRATUR, Instituto Brasileiro de Turismo. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/index.html> acessado em 10/01/2006.

EUROPÉIA, Comissão. Disponível em <http://europa.eu.int> acessado em 10-06-2005.

METRÔ. Disponível em [www.metro.sp.gov.br/cultura/turismetro/turismetro](http://www.metro.sp.gov.br/cultura/turismetro/turismetro) acessado em 10/03/2006.

PANROTAS, Caderno Panrotas. 2004.

PLANEJAMENTO. Secretaria Municipal. Disponível em [http://www2.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/planejamento/plano\\_diretor/0001](http://www2.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/planejamento/plano_diretor/0001) acessado em 20/11/2005.

PROCENTRO. Plano de reconstrução do centro. Disponível em [http://www2.prefeitura.sp.gov.br/guia/urbanismo/reconstruir\\_centro/0019](http://www2.prefeitura.sp.gov.br/guia/urbanismo/reconstruir_centro/0019) acessado em 15/02/2006.

TURISMO, SP. Disponível em [www.cidadedesao Paulo.com](http://www.cidadedesao Paulo.com) acessado em 12/02/2005.

TURISMO, Folha de. Disponível em [www.folhaturismo.com.br](http://www.folhaturismo.com.br) acessado em 15/11/2005.

**Anexo I: Representação cartográfica do centro**





## **Anexo II: Tabela de atrativos**

## CONSTRUÇÕES HISTÓRICAS

- ⇒ Teatro Municipal  
Pça Ramos Azevedo - Centro
- ⇒ Pátio do Colégio  
Pátio do Colégio - Centro
- ⇒ Teatro São Pedro  
Rua Barra Funda, 171 - Campos  
Elíseos.
- ⇒ Estação Júlio Prestes  
Pça Júlio Prestes – Centro
- ⇒ Teatro Abril (Cine Teatro Odeon)  
Av. Brigadeiro Luis Antonio, 411 –  
Bela Vista
- ⇒ Memorial da Liberdade  
Largo General Osório – Centro
- ⇒ Solar da Marquesa de Santos
- ⇒ Rua Roberto Simonsen, 136 -  
Centro
- ⇒ Mercado Municipal Paulistano  
Rua da Cantareira, 306 – Centro
- ⇒ Edifício Altino Arantes (Torre  
Banespa)  
Rua João Bricola, 24 – Centro
- ⇒ Shopping Light – Centro
- ⇒ Faculdade de Direito Largo São  
Francisco – Centro
- ⇒ Edifício Itália  
Av. Ipiranga – centro
- ⇒ COPAM – Centro
- ⇒ Bolsa de Valores - Centro

## IGREJAS

- ⇒ Catedral Metropolitana  
Pça da Sé - Centro
- ⇒ Ordem Terceira do Carmo  
Av. Rangel Pestana, 230 - Centro
- ⇒ Igreja de São Francisco de Assis  
Lgo. do São Francisco, 133 -  
Centro
- ⇒ Basílica de São Bento  
Lgo do São Bento - Centro
- ⇒ Igreja do Convento de N.S. da Luz  
Av. Tiradentes, 676 - Luz
- ⇒ Igreja do Beato Anchieta  
Pátio do Colégio – Centro
- ⇒ Igreja do Seraphico Pai São  
Francisco  
Largo São Francisco – Centro
- ⇒ Catedral Ortodoxa  
R. Vergueiro, 1515 – Paraíso
- ⇒ CIP – Congregação Israelita  
Paulista  
Av. Antonio Carlos 653 –  
Cerqueira César
- ⇒ Igreja nossa Senhora do Brasil  
Av. Brasil – Jardins

⇒ Mesquita Islâmica de S. Paulo  
Av. do Estado 5382 – Cambuci

⇒ Sinagoga Centro Israelita de São Paulo  
Rua Nilton Prado 76 – Bom Retiro

## MUSEUS

⇒ Paulista (do Ipiranga)  
Pça da Independência - Ipiranga

⇒ de Arte Sacra  
Av. Tiradentes, 676 - Luz

⇒ Lasar Segall  
R. Berta, 111 - Vila Mariana

⇒ de Arte de São Paulo (MASP)  
Av. Paulista, 1578 - Cerqueira César

⇒ Fundação Maria Luíza e Oscar Americano  
Av. Morumbi, 3700 - Morumbi

⇒ Pinacoteca do Estado  
Pça da Luz, 2 - Luz

⇒ Memorial do Imigrante  
Rua Visconde de Parnaíba, 1316 - Brás

⇒ de Arte Moderna (MAM)  
Av. Pedro Álvares Cabral - Ibirapuera

⇒ De Arte Contemporânea (MAC)  
Rua da Reitoria, 160 - Cid Universitária

⇒ de Arqueologia e Etnologia  
Av. Prof. Almeida Prado, 1466 - Cid. Universitária

⇒ Memorial da América Latina  
Av. Auro Soares de Moura Andrade, 664 (Barra Funda)

⇒ de Arte Brasileira  
R. Alagoas, 903 - Higienópolis

⇒ da Casa Brasileira  
Av. Brigadeiro Faria Lima, 2705 - Jardim Paulistano

⇒ Panetário do Ibirapuera  
Av. Pedro Álvares Cabral - Ibirapuera

⇒ lanetário Mundo Estelar  
R. Huet Bacelar, 407 - Ipiranga

⇒ Estação Ciência  
Rua Guaicurus, 1274 - Lapa

⇒ Acervo do Palácio dos Bandeirantes  
Av. Morumbi, 4500 - Morumbi

⇒ Instituto Butantan  
Av. Vital Brasil, 1500

⇒ Casa de Guilherme de Almeida  
Rua Macapá, 187 - Pacaembú

⇒ Coleção Mário de Andrade  
Av. Prof Mello Moraes, 140 - Cid Universitária

⇒ do Relógio  
Av. Diógenes Ribeiro de Lima, 2333 - Alto de Pinheiros

⇒ da Imagem e do Som  
Av. Europa, 158 - Jardim Europa

- ⇒ Casa da Fazenda  
Av. Morumbi, 5594 - Morumbi
- ⇒ da Imigração Japonesa  
R. São Joaquim - Liberdade
- ⇒ Museu Florestal - Horto  
R. do Horto, 931
- ⇒ Museu botânico  
Av. Miguel Estéfano, 3031 - Água Funda
- ⇒ Museu Biológico e Geológico  
Av. Francisco Matarazzo, 455
- ⇒ Museu do Theatro Municipal  
Viaduto do Chá – Centro
- ⇒ Museu Padre Anchieta  
Pátio do Colégio – Centro
- ⇒ Museu Herculano Pires  
Av Paulista, 149 – Cerqueira César
- ⇒ Museu de Zoologia  
Av. Nazaré, 481 – Ipiranga
- ⇒ Museu Brasileiro de Escultura (MUBE)  
R. Alemanha, 221 – Jardim Europa
- ⇒ Museu do Automóvel  
R. Mil Oitocentos e vinte e dois – Ipiranga
- ⇒ Museu Biológico
- ⇒ Museu Histórico
- ⇒ Museu de Rua
- ⇒ Museu Microbiologia  
Av. Vital Brasil 1500 – Butantan
- ⇒ Museu Florestal Otávio Vecchi
- Rua do Horto, 931 – Cantareira
- ⇒ ACERVO DO METRÔ DE SÃO PAULO - Todas as Estações do Metrô
- ⇒ CASA DAS ROSAS - Av. Paulista, 37 - Estação do Metrô Paraíso
- ⇒ MUSEU DE ANATOMIA VETERINARIA - Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, tr. 4 - bl. 7 - Estação de Trem Cidade Universitária
- ⇒ MUSEU DE ARQUEOLOGIA E ETNOLOGIA - Av. Prof. Almeida Prado, 1466 - Estação de Trem Cidade Universitária
- ⇒ MUSEU DE GEOCIÊNCIAS - Rua do Lago, 56 - Estação de Trem Cidade Universitária
- ⇒ MUSEU DO TRANSPORTE PÚBLICO GAETANO FEROLLA - Av. Cruzeiro do Sul, 78 - Estação do Metrô Armênia
- ⇒ Monumento à independência e Capela Imperial  
Pq da Independência s/nº - Ipiranga
- ⇒ Museu da Aeronáutica  
Av. Pedro Álvares Cabral – Ibirapuera
- ⇒ Museu do Relógio Dimas De melo Pimenta  
Av. Diógenes Ribeiro de Lima – Lapa
- ⇒ Museu Afro Brasil  
Ibirapuera

## PARQUE

- ⇒ Jardim Botânico  
Av. Miguel Estéfano, 3031 - Água Funda
- ⇒ do Ibirapuera  
Av. República do Líbano, 1158 - Ibirapuera
- \* anexo da Pinacoteca
  - \* anexo do MAC
  - \* o Pavilhão da Bienal
  - \* o Pavilhão Japonês
  - \* Viveiro Manequinho Lopes
  - \* Monumento às Bandeiras
  - \* Monumento aos Heróis de 32
- ⇒ Playcenter  
R. Dr. Rubens Meirelles, 380 - Barra Funda
- ⇒ Sesc Itaquera  
Av. Projetada, 1000 - Itaquera
- ⇒ da Mônica  
Shop. Center Eldorado - Pinheiros
- ⇒ da Cantareira - Núcleo Pedra Grande  
R. do Horto - Cantareira
- ⇒ Estadual do Jaraguá - Jaraguá  
R. Antônio Cardoso Nogueira, 539
- ⇒ Ecológico do Guarapiranga - Riviera Paulista  
Estrada da Riviera, 3286
- ⇒ Horto Florestal - Pq. Alberto Löefgren - Horto  
R. do Horto, 931
- ⇒ Aclimação  
Rua Muniz de Souza, 1119 - Aclimação
- ⇒ Trianon (Tenente Siqueira Campos)  
R. Peixoto Gomide, 949 - Cerqueira Cesar
- ⇒ da Água Branca (Dr. Fernando Costa)  
Av. Francisco Matarazzo, 455 - Água Branca
- ⇒ Simba Safári  
Av. do Cursino, 6338 - Água Funda
- ⇒ Zoológico  
Av. Miguel Estéfano, 4241 - Água Funda
- ⇒ do Carmo  
Av. Afonso de Sampaio de Sousa, 951
- ⇒ da Luz  
Pça da Luz – Centro
- ⇒ Casa do sonho  
Av. república do Líbano – Ibirapuera
- ⇒ Parque Cientec  
Av. Miguel Estéfano, 4200 – Água Funda
- ⇒ PARQUE VILLA LOBOS - Av. Prof. Fonseca Rodrigues. 1855 - Estação de Trem Cidade Universitária
- ⇒ Parque Burle Marx – Morumbi

⇒Parque Alfredo Volpi  
R. Eng. Oscar Americano, 480  
– Morumbi

⇒Parque Ecológico do Tietê

## CENTRO CULTURAL

⇒ Centro Cultural Banco do Brasil  
R. Álvares Penteado, 112 - Centro

⇒CENTRO UNIVERSITÁRIO MARIA  
ANTÔNIA - Rua Maria Antônia 294 -  
Estação do Metrô República

⇒ Centro Cultural Itaú  
Av. Paulista, 149 - Cerqueira Cesar

⇒CITIBANK - Av. Paulista, 1111 -  
Estação do Metrô Trianon MASP

⇒ Centro Cultural de São Paulo  
Vergueiro

⇒ESTAÇÃO JÚLIO PRESTES  
(SALA SÃO PAULO) - Pça. Júlio  
Prestes  
Estação do Metrô Luz -Estação de  
Trem Luz

⇒ Instituto Cultural Banco Santos  
Rua Hungria, 1100 – Jardim  
Paulistano

⇒ CASA DA CULTURA DE ISRAEL -  
Rua Oscar Freire - Estação do Metrô  
Sumaré

⇒OFICINA CULRAL OSWALDO DE  
ANDRADE - Rua Três Rios, 363 -  
Estação do Metrô Tiradentes

⇒ CASA DE MÁRIO DE ANDRADE -  
Oficina da Palavra - Rua Lopes  
Chaves, 546  
Estação do Metrô Mal. Deodoro –  
Centro

⇒PÁTIO DO COLÉGIO - Rua Boa  
Vista - Estação do Metrô Sé

⇒ CENTRO CULTURAL AÚTHOS  
PAGANO - Rua Tomé de Sousa, 997  
- Estação de Trem Lapa

⇒PRAÇA DO BANCO REAL - Av.  
Paulista, 1374 - Estação do Metrô  
Trianon MASP

⇒ CENTRO CULTURAL DO LICEU  
de arte e ofícios - Rua da Cantareira,  
1351 - Estação do Metrô Luz

⇒SAFRA - Av, Paulista, 2100 -  
Estação do Metrô Consolação

⇒ CENTRO CULTURAL FIESP - Av,  
Paulista, 1313 - Estação do Metrô  
Trianon MASP

⇒SESC CONSOLAÇÃO - Rua Dr.  
Vila Nova, 245 - Estação do Metrô  
República

⇒ SESC VILA MARIANA - Rua Pelotas, 141 - Estação do Metrô Ana Rosa

⇒ Centro Cultural da Caixa Econômica – Centro

⇒ Centro Cultural Anhembi  
Av. Olavo Fontoura, 1209 – Santana

⇒ Casa de cultura Amácio Mazzaropi  
Rua Cel. Albino Barão, 191 – Belenzinho

⇒ Casa de Cultura Santo Amaro  
Rua Dr. Francisco Ferreira Lopes 434 – Santo Amaro

Av. Nazaré – Ipiranga

⇒ Centro de Tradições Nordestina

⇒ Espaço Cultural Banespa  
Av. Paulista 2064 – Cerqueira César

⇒ Funarte  
Av. Northmann, 1058 – Campos Elíseos

⇒ Sesc Interlagos  
Av. Manuel Alves Soares, 1100 - Cidade Dutra

⇒ Sesc Pompéia  
Rua Clélia, 93 – Pompéia

25) Casa do Grito

## **ESTÁDIOS / ESPORTES / OUTROS**

⇒ Estádio do Morumbi

⇒ Estádio do Pacaembú

⇒ Ginásio do Ibirapuera

⇒ Autódromo de Interlagos - Cidade Dutra

⇒ Estádio da Portuguesa – Tietê

⇒ Estádio do Corinthians - Itaquera

## **EVENTOS**

⇒ Anhembi - Av. Olavo Fontoura, 1209

⇒ Pavilhão de Exposição Bienal - Ibirapuera

⇒ Hotel Crowne Plaza  
Rua Frei Caneca, 1360 - Cerqueira César

⇒ Hotel Maksoud Plaza

Alameda Campinas, 150 - Cerqueira César

⇒ Expo Center Norte  
R. José Bernardo Pinto, 333 - Santana

⇒ Centro de Exposição Imigrantes  
Rodovia dos Imigrantes km 1,5 – Água Funda

⇒ Transamerica Expo Center  
Av. Dr. Mario Villas Boas  
Rodrigues, 387 - Santo Amaro

⇒ ITM EXPO - Internacional Trade  
Mart  
Av. Eng. Roberto Zuccollo, 555

⇒ Centro de Convenções Rebouças -  
Cerqueira Cesar  
Av. Rebouças, 600

⇒ Sociedade hipica Paulista  
R. Quintana, 206

⇒ Pavilhões Dharma  
Av. William Azzuz, 660

### **CASAS DE SHOWS**

⇒ VIA FUNCHAL - Rua Funchal, 65 -  
Tel: 3846 2300

⇒ TOM BRASIL - Rua Olimpíadas,  
66 Vi - Tel: (11) 3044-5665

⇒ OLYMPIA - Rua Clélia, 1517 - Tel:  
(11) 3966-3000

⇒ DIRECTV MUSIC HALL - Av dos  
Jamaris, 213 - Tels: (11) 5051-4900

⇒ CREDICARD HALL - Av das  
Nações Unidas, 17955 - Tels: (11)  
5643-2500 / 3191-0011

⇒ BOURBON STREET MUSIC  
CLUB - Rua dos Chanés, 127 - Tel:  
5561



### **Anexo III: Folheteria**

# Easygoing Brazil – Menu de Tours

Dezembro-03



## Day Campos do Jordão

**Atrativos:**

Parque Nacional da Mantiqueira  
Centro turístico de Capivari  
Parque Horto Florestal  
Palácio Governador

SGL DBL TPL  
385 315 275

## 1-Day Guarujá

**Atrativos:**

- Serra do Mar  
- Praias / Trilha Leve na Mata  
- Day-use em Hotel e visita a feirinha local  
- Opcional: Passeio de Barco

CONSULTE-NOS

## Day Tours São Paulo

**Atrativos:**

Tours através do Centro Velho,  
Praça da Liberdade, Morumbi, Ibirapuera,  
Parque Ibirapuera, Av. Paulista  
Opcional: Apresent. Capoeira

SGL DBL TPL  
City 3hs 195 110 90  
City 4hs 240 135 115  
City 5hs 285 160 140  
City 6hs 330 180 155  
City 7hs 375 200 170

## Night Tours São Paulo

**Atrativos:**

- Mini CityTour Centro Velho com  
opcionais (Show típico, Restaur.)  
- Fly&Dine (Voo de Helicóptero 25min. com jantar típico  
Caipira)

SGL DBL TPL  
City Tour 240 135 115  
Fly&Dine 890 510 450

## 1-Day Rio de Janeiro\*

(consulte-nos para estadias maiores)

**Atrativos:**

Parque Nacional  
Praia de Botafogo  
Praia de Copacabana  
Praia de Ipanema  
Praia de Leblon  
Praia de Maracanã

SGL DBL TPL  
385 315 275

\* Aéreo + transp  
in/out em SP não  
inclusos

## 2-Days Ilha Bela

**Atrativos:**

- Acomod SGL/DBL em baixa temporada  
- Tour centrinho / praias  
- Opcionais: trilhas, passeio de barco,  
Tour de Jeep

SGL DBL TPL  
710 550 460

## 2-Days Paraty

**Atrativos:**

Parque Nacional SGL/DBL em baixa temporada  
Centro histórico / praia de trindade  
Opcionais: trilha do ouro, passeio de barco, tour da  
cidade

SGL DBL TPL  
760 580 490

## Trilhas Pé/Bike/Cavalo/Jeep

(Cantareira, Capivari-Monos e Mogi-Bertioga)

- Trekking de ½ e 1 dia na Mata Atlântica  
- Bike-Trails (c/ aluguel de Capacete/Bike)  
- Trilha a Cavalo (Puro-sangue)  
- Trilha de Jeep

SGL DBL TPL  
Consulte-nos

## 2-Days Foz do Iguaçu\*

(consulte-nos para estadias maiores)

**Atrativos:**

Parque Nacional das Cataratas Brasileiras com Macuco Safa,  
Parque das Aves  
Parque Acom. SGL/DBL Hotel 4\*  
Temporada

\* Aéreo + transp  
in/out em SP não  
inclusos

## 2-Days Iporanga

**Atrativos:**

Magníficas Cavernas do PETAR  
Trilhas, Rafting

SGL DBL TPL  
Consulte-nos

## 1-Day São Fco. Xavier

(consulte-nos para estadias maiores)

**Atrativos:**

Parque Nacional  
Parque do Canyoning  
Parque Bole-ross  
Parque Trekking

SGL DBL TPL  
Consulte-nos

## EASYGOING BRAZIL™

Tourism with hospitality

Consulte outras opções de  
destinos e períodos

☎ 251-3155 / 3284-7096 --- Plantão ☎ : 9354-5876



Fluent English Spoken / Se Habla Español



Opções em R\$ por pessoa incluem guia bilingue, transporte executivo com AC e seguro

9373 2000



The art city, colonial houses, souvenir items, costume jewelry, handicrafts, paintings and much more. Street fair in weekends.

#### Citytour Guarujá Beach - 7 Hours



1h20 minutes from São Paulo, the most elegant resort, great restaurants and hotels.

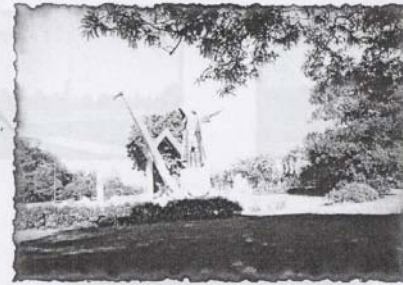
And:

- Soccer Games
- Zoo Safari
- Campos do Jordão
- Tailormade tour
- Enquire your concierge

## PERSONAL TOUR

RECEPTIVE TOURISM

Welcome to São Paulo. There is much to see in this cultural center of Brazil, the third largest city in the world with 16 million inhabitants.



We provide personalized guides to individual or groups every days in a week, including weekends and holidays.  
English - Español

CITY TOUR SAO PAULO  
3 HOURS

ANEXITE



Marginal Pinheiros - The modern business avenue, the "New São Paulo"



Municipal Market - (1912) The best food market, fruits, spices, coffee and much more.



Pateo do Colégio - Foundation of São Paulo (1554)



Municipal Theater - (1911) is a copy of Parisian Theater

Anexo 7



Pinheiros River



Paulista Avenue - the main street, São Paulo museum of art MASP



Jockey Club



Metropolitan Cathedral and mark zero



Ibirapuera Park an the obelisk in memory of the constitutional War in 1932

CARS, VANS OR BUS.



Fone: 3083.7513 / 9772.3523 / 9305.6176 (24 Hours)

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)