

## **São Paulo - Algumas questões urbanas e seus reflexos no turismo – (Re) pensar a hospitalidade**

*Celia Maria de Moraes Dias<sup>1</sup>  
Reinaldo Miranda de Sá Telles<sup>2</sup>*

**Resumo:** O artigo, baseado em fontes secundárias, destaca algumas questões urbanas de caráter geral e algumas mais particulares relacionadas à cidade de São Paulo. Aponta seu grande crescimento, que a faz hoje cidade mundial e evidencia a capacidade da cidade no movimento de negócios e de eventos enquanto geradores da modalidade de turismo urbano. Destaca, através de números, a importância da cidade de São Paulo enquanto destino inserido na economia globalizada, capaz de movimentar um grande volume de turistas. Por outro lado, conclui apontando a necessidade de uma política da hospitalidade, onde se possa refletir acerca da educação, da cidadania, do respeito ao meio ambiente, da redução da desigualdade e com ela a violência e a exclusão. Acredita-se que a hospitalidade pode ser a utopia possível para superar as fragilidades existentes nas grandes metrópoles.

**Palavras-Chave:** Eventos; Negócios; Turismo; Hospitalidade; Urbano; São Paulo.

### **Introdução**

O Turismo na cidade de São Paulo apresenta características muito singulares se comparadas a outros destinos no Brasil. Essas características vêm sendo configuradas (construídas) no decorrer do processo histórico pelo qual passou e tem passado a cidade, o que justifica a inerente vocação para concentrar oportunidades de negócios e de eventos dos mais variados segmentos profissionais e, conseqüentemente, uma infra-estrutura que permite grande movimentação de eventos de toda natureza, proporcionando, assim, um movimento de turistas significativo. Observa-se também um fluxo de turistas de lazer que, embora muito menor que o movimento de turismo de negócios, não pode ser deixado de lado.

---

<sup>1</sup> Universidade de São Paulo – USP. E-mail: cmmdias@gmail.com

<sup>2</sup> Universidade de São Paulo – USP. E-mail: reiteles@usp.br

## **Algumas questões urbanas e seus reflexos no Turismo**

Para elucidar algumas questões urbanas na cidade, devemos considerar que São Paulo – objeto desta pesquisa sobre Turismo Urbano – atinge, no final do século XX e no início do século XXI, a expressão máxima do processo de urbanização. De 17ª colocada entre as cidades mundiais, em 1966, São Paulo hoje ocupa patamar subsequente a Nova Iorque, Londres, Tóquio, Paris, Frankfurt, Zurique, Amsterdã, Hong Kong e poucas outras, emparelhando-se com a Cidade do México, segundo Yazigi (2006). Também é a maior metrópole do hemisfério sul. Diante dessa classificação, tornou-se importante para São Paulo, enquanto cidade global, viver em constante estado de transformação e de reprodução do urbano, estabelecendo novas relações com o mundo e redefinindo suas formas ao adaptar-se aos novos paradigmas ditados pela economia global.

Nesse contexto, discutir Turismo na Cidade requer uma compreensão das possibilidades que São Paulo pode oferecer, pois hoje os espaços urbanos contam com uma valorizada infra-estrutura e atendem a grandes setores da economia, fazendo com que os eventos e negócios ocupem grande fatia nos mercados urbanos.

Os eventos abrangem uma gama de serviços e possuem características peculiares e especiais que os colocam em situação privilegiada em relação a outros segmentos, principalmente pela sua contribuição no equilíbrio da sazonalidade e do controle da flutuação do fluxo turístico nos períodos de baixa estação. Representa hoje verdadeira alternativa de receita dos hoteleiros e responsabiliza-se por 40% da ocupação dos hotéis na alta estação, chegando a 60% na baixa estação. (BAHL, 2003, p. 155)

Em 2001, o Fórum Brasileiro de Convention & Visitors Bureau, em conjunto com o SEBRAE e o CTI, realizou uma pesquisa sobre o setor, denominada Dimensionamento do setor de eventos no Brasil, o que permitiu avaliar a participação dos eventos na geração de fluxos nacionais e internacionais.

De acordo com a pesquisa, quase metade dos espaços de eventos no Brasil estão em hotéis/flats- 47%, seguidos de teatros e auditórios.

Relativamente à entrada de turistas participantes de eventos, entre 1988 e 2001, em 13 anos, esse número evoluiu cinco vezes, passando de pouco mais de 55.000 para mais de 280.000 pessoas. A renda total chegou a R\$ 33 bilhões, recolhendo quase R\$ 4 bilhões em tributos e oferecendo mais de 700.000 empregos, entre diretos e indiretos.

Em São Paulo, a maior metrópole da América Latina, estão instaladas sedes de empresas multinacionais, grandes grupos financeiros, centros de comércio com relevância nacional, além de uma vasta e variada quantidade de empresas nas áreas de serviços, condição que também propicia o desenvolvimento do Turismo de Negócios. Segundo dados do site oficial de turismo da cidade:

A cidade de São Paulo é o maior destino de Turismo de Negócios da América Latina. Os números confirmam seu potencial. Este ano, por exemplo, mais de 70% das feiras programadas no país foram realizadas na Capital. E, para 2005, espera-se crescimento maior. Segundo dados da UBRAFE - União Brasileira dos Promotores de Feiras - já estão agendadas para o próximo ano 150 feiras, reunindo 35 mil empresas. Desse total, 75% dos eventos ocorrerão na cidade de São Paulo. Todo mês, cerca de 1,4 milhão de pessoas desembarcam na cidade para fazer negócios e participar de eventos internacionais. São 90 mil eventos por ano. E um segmento que gera 5 bilhões de reais ao ano, movimentando no total 56 setores da economia.<sup>3</sup>

São Paulo, como o principal centro empresarial do país, possui produtos e serviços turísticos voltados ao seu volumoso nicho de negócios. Segundo Martins (2005), a plural infra-estrutura hoteleira, em especial, é constituída por estabelecimentos cada vez mais internacionalizados e especializados, mas ao mesmo tempo estruturados para atender aos diversos níveis e perfis de turistas, principalmente de negócios, que vêm à cidade.

Dentre as particularidades do turista de negócios está o fato de que ele não vem à cidade por opção; na maioria das vezes, a viagem é parte de seu trabalho e, ao contrário do turista de lazer, desloca-se pela cidade para cumprir compromissos ainda relacionados às suas atividades, não associados ao escape do cotidiano. Conforme destaca Martins, a viagem nem sempre compõe uma fuga, mas uma extensão do dia-a-dia de trabalho do indivíduo (MARTINS, 2005).

A infra-estrutura da cidade permite uma oferta multifocal, ao definir sua atratividade como aquilo que é inusitado, interessante para ser visto e sentido; essa condição é bastante individualizada nas localidades, mas não é impossível de ser classificada em segmentos. São Paulo é uma cidade que, diante da complexidade territorial e sua ocupação, oferece atrativos dos mais variados, inclusive áreas de florestas.

Segundo Rolnick, percebe-se na cidade de São Paulo sinais evidentes de degradação, violência, abandono, miséria, entre outros. Por outro lado, a presença do grande capital é

---

<sup>3</sup><http://www.cidadedesapaulo.com/> acessado em 02/01/2005

evidente quando se observa a multiplicação da área construída do comércio e serviços, e também da quantidade e diversidade das mercadorias em circulação. Essa dualidade apresentada na cidade, ainda segundo Rolnick, é mais um esgotamento do paradigma interno de estruturação da vida urbana do que propriamente uma crise econômica (ROLNICK, 2003:58). Tal condição torna-se mais evidente quando Martins destaca a cidade de São Paulo como principal centro empresarial do país, e geradora de produtos e serviços turísticos voltados ao seu volumoso nicho de negócios (MARTINS, 2005:10).

Para Rolnick não há um esvaziamento brutal da receita pública nem uma diminuição acentuada no nível de investimentos privados, que sinalizariam um esvaziamento econômico. A caracterização da crise da cidade revela uma situação peculiar sob o impacto de uma rápida transformação do cenário econômico global, a cidade vive simultaneamente a decadência e a pujança (ARANTES, *apud* PALLAMIN, 2002:60).

No que tange à infra-estrutura geral e, conseqüentemente, turística, ligada à cidade de São Paulo, de um lado tem-se uma metrópole que apresenta os dois aeroportos mais movimentados do país, as tabelas 1 e 2, indicam os números que representam a movimentação dos aeroportos, em contrapartida, o cenário de decadência que circunda o maior deles – aeroporto de Guarulhos – é revelador da dualidade revelada por Rolnick.

Tabela 1: Chegada de Turistas Estrangeiros no Brasil  
Segundo o Portão de Entrada – 2003

Portão de entrada	Número de turistas estrangeiros	%
<b>São Paulo</b>	<b>1.991.281</b>	<b>48,7</b>
Rio de Janeiro	629.508	15,4
Rio Grande do Sul	566.134	13,8
Paraná	428.974	10,5
Outros Estados	474.693	11,6
Total	4.090.590	100

Fonte: Anuário Estatístico EMBRATUR, 2004.

Conforme o Panrotas, o Aeroporto de Cumbica é o terminal aéreo que mais recebe vôos internacionais e o Aeroporto de Congonhas o de maior fluxo de vôos domésticos do Brasil. Esses dados e informações devem ser vistos com cautela, pois muitas pessoas apenas passam pelos aeroportos, e seguem para outros destinos, por tratar-se de um ponto de chegada e de conexão (PANROTAS, Maio de 2004).

O Estudo da Demanda Turística Internacional de 2003 analisa a relevância da motivação de negócios para os turistas que chegam à cidade de São Paulo, destacando-a entre as cidades brasileiras mais visitadas por estrangeiros (Tabela 2).

Tabela 2: Motivo da Viagem de Turistas Internacionais  
Segundo Cidade Visitada – 2003

Cidade	Motivo da viagem (%)		
	Negócios	Lazer	Outros
São Paulo	37,9	42,7	19,4
Belo horizonte	34,2	30,3	35,4
Rio de Janeiro	25,4	57,9	16,7
Porto Alegre	25,4	55,3	19,3
Recife	18,9	62,6	18,5
Salvador	15,3	71,1	13,6
Florianópolis	15,3	68,1	16,6
Fortaleza	15,0	66,3	18,7
Foz do Iguaçu	12,5	75,7	11,8

Fonte: Estudo da Demanda Turística Internacional, 2003.

Somados ao grande movimento dos aeroportos, a cidade concentra cerca de 50 *shopping centers*, mais de 20 deles inaugurados na década de 1990; é o endereço sede de quase todos os grandes bancos brasileiros, e tem a Bolsa de Valores que centraliza as operações de todo o país. Ocupa a 48<sup>a</sup>. posição mundial em organização de eventos, segundo a ICCA (International Congress and Convention Association). Conforme dados do São Paulo Convention & Visitors Bureau, em 2003, a cidade possuía 1.113 hotéis, com 60 mil apartamentos; 2.110 restaurantes, 244 cinemas, 124 museus. A cidade tem 70 teatros e 40 espaços para eventos, além de milhares de botecos e bares. Em média, uma feira de grande porte emprega temporariamente até 12 mil profissionais- 5 mil na montagem de estandes e o restante em recepção, segurança, limpeza, alimentação, *telemarketing* e comunicação. (Informe Viva o Centro, n. 215: 3, apud YÁZIGI, 2006).

Por outro lado, São Paulo apresenta um aumento no quadro de homicídios de 76% entre 1985 e 1997, desemprego de 18,6% da população economicamente ativa (PEA) e um aumento de população favelada de 50%, só entre 1996 e 2000 (ROLNICK, 2003:58), fatos que, evidentemente, não contribuem para a imagem da cidade ou para o desenvolvimento da atividade turística em São Paulo.

Segundo Souza, a dualidade apresentada justifica-se pelo processo de urbanização ocorrido na cidade de São Paulo. O autor nos alerta para o fato de que inúmeros trabalhos já evidenciam a evolução da população residente em diversas metrópoles mundiais, provocando uma urbanização acelerada em poucos centros (SOUZA 1994:37).

A evolução da população urbana entre São Paulo e Cidade do México é muito parecida. Ao contrário dos outros países, as curvas dessas cidades se projetam em direção aos mais altos valores. Para Souza, as velhas metrópoles européias, Londres e Paris, conhecem um nítido processo de inflexão da população urbana, diferenciando-se de Tóquio e Nova Iorque. Estas tiveram projeção do aumento da população urbana, antes das metrópoles do Terceiro Mundo. No entanto, nos anos 60 do século XX, suas curvas também apresentaram abrupta inflexão. Assim, Tóquio, pelas estatísticas da ONU, vai paulatinamente perdendo sua liderança em tamanho urbano para São Paulo e Cidade do México (SOUZA, 1994:37).

Souza destaca que no Brasil a metropolização expressa a rapidez com que se urbaniza o espaço nacional. É paradoxal verificar como uma economia subdesenvolvida suporta este papel que, inegavelmente, lhe é atribuído pela divisão internacional do trabalho, quanto à própria realização do capital internacional, sendo a metrópole, no entanto, essencialmente o lugar da pobreza.

Essa posição *sui generis* de São Paulo, juntamente com a Cidade do México, no contexto da evolução da população urbana das grandes metrópoles mundiais, já pode ser considerada como um elemento de identidade. São Paulo, metrópole nova que vem se consolidando como tal neste século, apresenta um ritmo surpreendente de urbanização que vai se depurando a partir dos anos 70 (SOUZA, 1994:39) e que, a partir da década de 1980, cada vez mais entende que o Turismo de Negócios é um segmento de destaque.

A dualidade observada por Rolnick na cidade de São Paulo pode ser justificada com base nas reflexões feitas por Santos, quando coloca que, nos países subdesenvolvidos, o espaço se caracteriza por ser organizado e reorganizado dentro de uma matriz global, com função de interesses distantes. Entretanto, as forças de mudanças não são monolíticas e seu impacto sobre a cidade é muito localizado, porque sua difusão pode encontrar poderosas forças de inércia. As forças de modernização são extremamente seletivas, tanto a forma quanto os 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, 2003:125). Esse fato, quando não trabalhado sob a ótica do gerenciamento do espaço turístico, causa de certa forma a exclusão ou a inibição da chegada do turista na cidade. Um exemplo muito evidente dessa condição é a polêmica vivida na cidade do Rio de Janeiro, onde muitos turistas deixaram de visitá-la em função da imagem que é formada a partir das diferenças espaciais. Longe de querer mascarar os problemas urbanos existentes na cidade, é consenso que as cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo apresentam estruturas urbanas dignas de serem visitadas. Nesta última, atrativos que vão desde o ritmo frenético da Avenida Paulista, passando pelos diferentes bairros da cidade, até os inusitados museus que estão espalhados por toda a cidade.

Com base nas reflexões de Santos, e analisando a política de desenvolvimento da cidade de São Paulo, já comentada por outros autores, a marca de articulações mais pontual e, conseqüentemente, mais parcial, imprime uma condição especial à cidade.

Essa questão tem sido tratada de forma muito consistente por Harvey (*apud* FRUGOLI JUNIOR, 2000). Segundo Harvey, este modelo relaciona-se com a gradativa mudança do regime de acumulação dentro do capitalismo avançado, do sistema fordista para o de acumulação flexível, processo de transformação cuja época aproximada de início é o começo dos anos 70. Esse processo tem ocasionado várias mudanças em muitas cidades que, diante da crescente desindustrialização vêm se tornando, cada vez mais, centros eminentemente financeiros de consumo e de entretenimento, passíveis de gerar demandas turísticas significativas. Nesse quadro, Harvey aponta que uma forma de retomada econômica de muitas metrópoles atingidas por tais alterações tem passado pela promoção da revitalização (ou requalificação) de suas áreas centrais, um modo de atraírem capital e pessoas (sobretudo das classes médias), tornando-as convidativas do ponto de vista turístico e comercial, por meio de ressignificação dos espaços urbanos (HARVEY, 1982:69-96).

Assim, é importante refletir que, mesmo considerando esta dualidade que é nítida na cidade, não é possível ignorar o fluxo de turistas que circulam pelo espaço construído da cidade, fruto das relações que o próprio mercado de capitais estabeleceu. Nesse sentido, Martins (2005) afirma que, em contrapartida à realidade de São Paulo, o Brasil, de maneira geral, posiciona-se como um expressivo destino de lazer, e vem desenvolvendo suas políticas no âmbito turístico no sentido de atrair, sobretudo, esta demanda, trabalhando, por razões óbvias, os atrativos naturais e culturais existentes. Isso resulta na concentração de esforços

menos expressivos em São Paulo, para a promoção turística, por se tratar de um destino de negócios, embora a cidade esteja posicionada em segundo lugar entre as mais visitadas do país de acordo com dados recentes da Embratur.

Sendo a hospitalidade um dom de pessoas e de espaços, cabe aqui repensar a hospitalidade da cidade. Pode-se dizer que, hoje, São Paulo atende, quase plenamente, às expectativas do capital que, conforme Arantes são:

menores custos; excelente oferta de infra-estrutura, principalmente de (tele) comunicações e transportes, oferta de terrenos a baixo custo; gratuidade pública de toda ordem (incentivos, subsídios etc), gestão urbana ágil, estável, flexível, dinâmica e eficiente. Arantes (p. 166, apud YÁZIGI, 2006)

Por outro lado não atende bem às expectativas do cidadão comum de um espaço aprazível e boa qualidade de vida que são, segundo o mesmo autor, “meio ambiente saudável, boa oferta de serviços públicos, habitação, trabalho, lazer.” Sabe-se que o turista, seja ele de negócios ou de lazer necessita de boa infra-estrutura urbana, equipamentos e instalações (*facilities*), conforto, qualidade e eficiência dos produtos e serviços, funcionários talentosos e comunidade envolvida..Pesquisas indicam que esses dois públicos não estariam sendo bem atendidos. Desde os primeiros levantamentos do órgão oficial de turismo, as pesquisas da Embratur vêm apontando descontentamento dos turistas com a segurança, falta de sinalização e trânsito. Também o cidadão comum mostra diariamente seu descontentamento com a violência, o desemprego e o trânsito.

Todos esses fatores apontam para a necessidade de políticas públicas que ampliem a oferta de educação e de empregos, visando a mitigação da pobreza. Se se investir mais para tornar a cidade boa para o cidadão, por extensão ela o será também para o turista.

E mais, subsidiariamente, quem sabe, se consiga, como prega Camargo (2004, p. 51), “eliminar a abominável distinção que se estabelece em locais de forte afluxo turístico entre endereços de compras, de refeições para residentes (de boa relação custo/benefício) e para turistas (de baixa qualidade, alto preço e muita *mise-em scène*).”



## **O Segmento de Eventos e Negócios na Cidade de São Paulo compondo a prática do Turismo Urbano.**

Avaliando a infra-estrutura das grandes cidades de maneira geral, e neste caso a da cidade de São Paulo, percebe-se uma relação estreita entre Eventos & Negócios e Turismo e que esta relação vai além do aproveitamento dos bens e serviços turísticos. Turistas de eventos são definidos, entre os diferentes autores, como sendo as pessoas que se deslocam de seus locais habituais de moradia para participar de um evento de qualquer natureza, utilizando-se dos mesmos bens e serviços que o turista convencional, ou seja: meios de transporte, hospedagem, alimentos e bebidas, equipamentos de lazer e entretenimento etc. Segundo Baretje (1980), 1/3 do movimento nacional e internacional se refere ao turismo de negócios e escapa a toda noção direta de lazer. Engloba as viagens que se estendem de negócios a todos aqueles que se deslocam por motivos profissionais ou paraprofissionais, participantes de congressos, conferências, colóquios, seminários. Apesar da participação em eventos ocorrer tendo como motivo principal à aquisição de novos conhecimentos pessoais e profissionais, as atividades sociais e de lazer estão em grande parte presentes na motivação da decisão pela viagem, ao lado do próprio destino turístico. Embora exista um consenso de que os atrativos turísticos determinam a demanda e não são poucas as cidades que dão este exemplo – Paris, Londres, Nova Iorque, em outra escala, ligada a realidade brasileira, temos Foz do Iguaçu, que além dos turistas serem motivados pela riqueza dos atrativos, o número de equipamentos e serviços alocados na cidade permite a ela o investimento no segmento de Eventos. No caso de São Paulo, embora os atrativos existam em abundância, não são destacados na cidade para que ela componha um destino turístico, no entanto, a cidade atrai o maior número de eventos entre as cidades brasileiras. O que justifica o grande movimento de eventos na cidade são:

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

Diante dos itens apontados, percebe-se que o Turismo de Eventos, enquanto segmento do Turismo Urbano, apresenta potencial de desenvolvimento e crescimento bastante expressivos para a cidade de São Paulo.

Estudo realizado por Canton, coloca que:

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 e que ainda não é peculiar à cidade de São Paulo, por ela ainda não ter organizado seus atrativos de maneira a torná-los interessantes para quem a visita, 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 dos espaços e localidades que os abrigam. Diante das questões colocadas, nota-se que o Turismo de Eventos, ao lado do Turismo de Negócios, está surgindo em cidades que se configuram em diferentes escalas, e especialmente em cidades com as características de São Paulo, desencadeando assim, a prática do turismo urbano. Para Lefèbvre, atualmente 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 (LEFÈBVRE, 2004:51). É importante destacar que em várias cidades de todo o mundo a captação e a promoção de eventos vem sendo considerada a atividade que mais retorno econômico e social oferece a essas localidades promotoras. Isso se dá em função do próprio movimento financeiro promovido ainda pela atividade industrial, que desencadeia atividades no setor terciário, ao qual se enquadra o 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 e/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 na cidade de São Paulo com relação a esse segmento.

O que se percebe ao analisar a prática do Turismo Urbano na cidade é o desdobramento dessa categoria em vários segmentos e a interligação existente neste campo.

Embora exista grande divergência entre os autores que discutem o segmento Turismo de Negócios na categoria Turismo Urbano, eles são unânimes em debater questões relacionadas:

- ao envolvimento de pessoa física e jurídica;
- à organização da viagem por agências de turismo;
- à iniciativa individual ou da empresa;
- ao custeio da viagem;
- ao nível socioeconômico dos turistas de negócios;
- à categoria dos serviços utilizados;
- à inserção do Turismo de Negócios em outros tipos de turismo;
- a participação em eventos.

Embora o segmento Turismo de Negócios seja ainda foco de muitas discussões entre os teóricos, constata-se que os locais que mais recebem estes turistas são as cidades, nesse caso, a cidade de São Paulo se destaca diante do movimento desse segmento na cidade e das cifras movimentadas na cidade. Na definição de Turismo de Negócios proposta por Beni, o mesmo destaca que:

... 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 frequência a restaurantes com gastronomia típica internacional... Beni (1998)

Diante das definições do segmento de Eventos e Negócios, percebe-se que tais segmentos fortalecem a cidade de São Paulo, dadas as características da mesma.

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. Na Avenida Paulista, manifestações e eventos políticos e socioculturais acontecem, reunindo milhares de pessoas (BRAGA, 2005:34). 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. Assim, nota-se que a cidade de São Paulo, como toda grande cidade, é apontada como destino preferencial para o Turismo Urbano, pois além dos atrativos que a cidade pode oferecer, o movimento de eventos e negócios é elemento-chave para a identificação dessa modalidade, visto que são esses segmentos que contribuem para o fortalecimento de toda a infra-estrutura que dá suporte à categoria Turismo Urbano. Embora existam fatores limitantes do grande número de turistas de negócios que visita a cidade, para a prática do lazer, pesquisas mostram que a valorização dos atrativos da cidade é importante e deve ser divulgada para que os destinos se fortaleçam enquanto destinos que primam pela prática do Turismo Urbano.

### **Considerações Finais**

É fato que o movimento de negócios na cidade de São Paulo responsabiliza-se pelo movimento turístico da cidade. A posição de liderança em negócios revela que a cidade apresenta os mais expressivos resultados numéricos do chamado Turismo de Negócios que, conseqüentemente, é um segmento da modalidade Turismo Urbano.

Considerando a estrutura hoteleira e de eventos da 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. Avalia-se que a falta de promoção e até mesmo de um plano de comunicação para divulgação da cidade a coloca numa posição ainda muito inferior àquela que poderia ocupar. Enquanto a condição econômica e de produção em que a mesma se encontra já apresenta infra-estrutura de qualidade e suficiente para a realização da prática do Turismo Urbano, a falta de conectividade entre os segmentos que compõem essa prática, bem como a convivência simultânea de realidades sociais tão díspares compromete negativamente a cidade enquanto destino turístico.

Sabe-se que há cidades hospitaleiras e cidades inóspitas, invivíveis, onde as “desigualdades, conflitos, marcam a configuração dos espaços que se tornam hostis, ilegíveis, inseguros, narrando histórias de violência e exclusão. A busca por hospitalidade parece ser a utopia necessária para nos orientar na reversão e superação dessa situação. Afirmar a cidadania, respeitar o ambiente, reduzir a desigualdade e com ela a violência e a exclusão, são pontos fundamentais de uma política da hospitalidade.” (Dencker, In GRINOVER, 2007) Espera-se, com esse estudo, contribuir apontando para a necessidade de futuros estudos que visem analisar a hospitalidade da cidade. Como sugestão, podem-se efetuar estudos utilizando os indicadores de hospitalidade apontados por Grinover- visibilidade, legibilidade, acessibilidade e identidade ou os “tempos e espaços da hospitalidade”, conforme definidos por Camargo, e re(pensar) a hospitalidade urbana para além do contrato, do acolhimento mercantilizado, ou da mera prestação de serviços.

### Referências

- Anuário Estatístico EMBRATUR.** Brasília, vol.29, 2002.
- BAHL, Miguel (org.) **Eventos: a importância para o turismo do terceiro milênio.** São Paulo, Roca, 2003.
- BARETJE, R. **Tourisme d'affaires et tourisme de congrès: essai bibliographique.** CHET, Aix-en Provence, Collection Essais, vol 45, fev. 1980.
- BENI, Mario. **Análise estrutural do turismo.** São Paulo, SENAC, 1998.
- 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, Tese de doutorado ECA-USP.
- CAMARGO, Luiz Octavio de Lima. **Hospitalidade.** 2.ed. São Paulo, Aleph, 2004.
- CANTON, Marisa Antonia. **Eventos - ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro setor.** São Paulo, Roca 2002.
- Cidade de São Paulo- <http://www.cidadedesapaulo.com/>
- GRINOVER, Lucio. **A hospitalidade, a cidade e o turismo.** São Paulo, Aleph, 2007.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna.** São Paulo, Loyola, 1992
- LEFÈBVRE, Henri. **A revolução urbana.** Belo Horizonte, UFMG, 2004.
- MARTINS, Carina Roberta C. **Estudo sobre potencial de divulgação da cidade de São Paulo através de folheteria turística adequada às necessidades de hospedes de hotéis de luxo.** Monografia de Graduação ECA/USP, 2005.
- PALLAMIN, Vera M. (org) **Cidade e Cultura: esfera publica e transformação urbana.** São Paulo, Estação Liberdade, 2002.
- PANROTAS, Maio de 2004.
- ROLNICK, Raquel. **São Paulo, crise e mudança.** São Paulo, Brasiliense, 1990.
- \_\_\_\_\_. **A cidade e a lei.** São Paulo, Studio Nobel/Fapesp, 1997.
- \_\_\_\_\_. **São Paulo.** São Paulo, Publifolha, 2003.
- SANTOS, Milton. **Economia Espacial.** São Paulo, Edusp, 2003.
- SOUZA, Maria A. **A identidade da metrópole.** São Paulo, HUCITEC, 1994.

SPTuris <http://www.spturis.com/> acesso em julho de 2007.

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

YÁZIGI, Eduardo. **Esse estranho amor dos paulistanos**: requalificação urbana, cultura e turismo São Paulo:Global, Brasília, DF:CNPQ, 2006.