

São Paulo – Século XXI – Eventos e Turismo – momento de (Re) pensar a hospitalidade

São Paulo – XXI century - Events and Tourism – moment to (re)think the hospitality

Celia Maria de Moraes Dias

Doutora em Turismo Rural pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e Docente do curso de graduação em Turismo da ECAUSP
reiteles@usp.br

Reinaldo Miranda de Sá Teles

Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e Docente do Curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes da USP
cmmdias@gmail.com

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.

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

Abstract

This paper analysis how operate the mechanisms of power in a society of control. The transition moment and the development of new paradigms conduct the social and political relations in the present time. There is a reflection about the technological apparatuses of communication and its use while instruments of control power.

Key-words: Mobility. Hyperconnection. Surveillance. Society of Control.

Resumen

El artículo, hecho con base en fuentes secundarias, destaca algunas cuestiones urbanas de carácter general y otras particularmente relacionadas a la ciudad de São Paulo. Apunta su gran crecimiento, lo que hace de ella un ciudad global y demuestra su potencial para la atracción de negocios y de eventos generadores de turismo urbano.

Palabras clave: eventos; negocios; turismo; hospitalidade; urbano; Sao Paulo.

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, entre o final do século XX e o início do século XXI, a expressão máxima do processo de urbanização. De 17^a colocada entre as cidades mundiais, em 1966, São Paulo ocupa hoje 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 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, 2003:155)

Em 2001, o Fórum Brasileiro de Convention & Visitors Bureaux, 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 mil para mais de 280 mil pessoas. A renda total chegou a R\$ 33 bilhões, recolhendo quase R\$ 4 bilhões em tributos e oferecendo mais de 700 mil empregos, entre diretos e indiretos.

E esse segmento de eventos tem assumido, no Brasil, cada vez mais expressiva importância, como se pode verificar pelos dados da ICCA (International Congress and Convention Association), uma das principais organizações da área de eventos

internacionais. Enquanto o país detinha, em 2003, a 19ª posição, no ranking internacional da associação, em 2007, atingiu o 8º lugar entre os destinos que mais receberam eventos internacionais, à frente de fortes economias mundiais, como Canadá, China e Austrália.

Segundo publicações da Embratur (Plano Nacional de Turismo, 2007, Estudo da Demanda Turística Internacional, 2006), há indicadores que permitem afirmar que o setor de eventos está em evidência no país: o primeiro refere-se ao crescimento da participação do Brasil em feiras internacionais, que passou de 27 eventos, em 2003, para 62, em 2006 e, também, o significativo percentual – 29,1% – de turistas internacionais em viagem ao Brasil motivados por negócios e/ou participação em eventos.

Em termos econômicos, pode-se dizer que é um turismo de grande interesse para os destinos, visto que é menos sensível a preço, tendendo a fazer gastos superiores aos dos turistas com outras motivações, visto que a maioria desses turistas viaja subsidiada pelas corporações. As mesmas publicações acima indicam que, em 2005, o gasto médio diário dos turistas motivados por negócios/eventos em viagem pelo Brasil foi de aproximadamente U\$ 113,40, superior ao dos turistas a lazer (U\$ 81,00).

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 (<http://www.cidadedesaopaulo.com/>).

Dados mais atuais sobre a cidade de São Paulo (www.spcvb.com) mostram a importância do setor de eventos para a economia regional, local e nacional, como se seguem: na cidade se realiza um evento a cada 6 minutos, 90 mil por ano; são gerados cerca de 500 mil empregos diretos e indiretos; é o local de realização de

120 das 160 grandes feiras do Brasil; realiza-se uma feira de negócios a cada 3 dias; a cidade abarca 75% das feiras de negócios do mercado brasileiro; captou, em 2007, 24 novos eventos, sendo 8 internacionais e 16 nacionais; tem 42 festas populares; o setor gera R\$ 2,4 bilhões de receita anual; movimenta um volume de R\$ 700 milhões em locação de área para exposição; possui 600 mil m² para realização de eventos. Apenas o Anhembi, tem em torno de 360 mil m²; os eventos produzidos na cidade geram receitas em torno de R\$ 8 bilhões em viagens, hospedagem e transporte terrestre e aéreo, devido aos eventos; movimenta 29 mil empresas expositoras; circulam pelos eventos mais de 4,3 milhões de pessoas, entre profissionais e compradores, sendo por volta de 45 mil compradores estrangeiros; os setores que mais realizam feiras, reuniões e eventos na cidade são, pela ordem: médico, científico, tecnológico, industrial e educacional.

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 possível 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.

Por um lado, a presença do grande capital é evidente quando se observa a multiplicação da área construída do comércio e serviços e também a quantidade e diversidade das mercadorias em circulação. De outro lado, segundo Rolnik, percebe-se, na cidade de São Paulo, sinais evidentes de degradação, violência, abandono, miséria, entre outros. Essa dualidade apresentada na cidade, ainda segundo Rolnik, é mais um esgotamento do paradigma interno de estruturação da vida urbana do que propriamente uma crise econômica (Rolnik, 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 Rolnik 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, enquanto se tem 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 Rolnik (2003).

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

Portão de entrada	Número de turistas estrangeiros	%
São Paulo	1.991.281	48,7
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 voos internacionais e o Aeroporto de Congonhas o de maior fluxo de voos 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, 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**).

Aliando-se ao grande movimento dos aeroportos, a cidade concentra cerca de 50 shopping centers, mais de 20 deles inaugurados na década de 1990; é o

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

Cidades	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

endereço sede de quase todos os grandes bancos brasileiros e tem a Bolsa de Valores que centraliza as operações de todo o país. Ocupa, como já visto, a 23ª 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. 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 (Rolnik, 2003:58), fatos que, evidentemente, não contribuem para a imagem da cidade ou para o desenvolvimento de sua atividade turística.

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 europeias, 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 Rolnik 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, em função de interesses distantes. Entretanto, as forças de mudança 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 frequentes 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, 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 atrair 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 por um espaço aprazível e de 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. Inúmeras pesquisas têm indicado 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, informação turística 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. Ao se investir mais para tornar a cidade boa para o cidadão, por extensão ela o será também para o turista.

E mais, subsidiariamente, pode-se conseguir, como prega Camargo (2004:51), “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-en-scène*).”

O segmento de eventos e negócios na cidade de São Paulo compoñdo 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 a 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 e, 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 José 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, destaca 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 às 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 vêm sendo consideradas as atividades que mais retorno econômico e social oferecem a essas localidades promotoras. Isso se dá em função do próprio movimento financeiro promovido ainda pela atividade industrial, que desencadeia atividades no setor terciário, onde 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 este envolve:

... 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,1998:40)

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). Buscando ampliar estes limites, Teles destaca que 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 (Teles, 2006). 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.

Por uma política de hospitalidade

Se até hoje se ressentem de políticas públicas de turismo, o que não dizer de políticas de hospitalidade? Arquiteto e urbanista, estudioso da hospitalidade e primeiro coordenador do mestrado em hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, Lucio Grinover afirma que não existem, até hoje, políticas explícitas de hospitalidade (Grinover, 2007).

Em seu livro *A hospitalidade, a cidade e o turismo* (2007), Grinover informa que a dimensão coletiva de hospitalidade relaciona-se com o serviço público e a proteção social (habitação social, saúde) ou com o domínio comercial (sistema de hospedagem). Aponta a necessidade presente de se estabelecer políticas públicas para a hospitalidade, como parte da política urbana, referentes à circulação, à migração, aos movimentos sociais, “em função dos quais os diferentes tipos de serviços se organizam de modos mais ou menos eficazes quando colocados em frente ao estranho, isso é, ao migrante, ao homem de negócios, de cultura, de lazer, ao turista...” (Grinover, 2007, p. 158).

Pode-se dizer que quanto maior a concentração de pessoas, mais baixa a qualidade de vida e que a qualidade da hospitalidade identifica-se com qualidade

de vida. Assim, por extensão, chega-se a um conceito complexo e multifacetado, indicador de que uma megametrópole como São Paulo apresenta baixa qualidade de vida e baixo índice de hospitalidade.

Também se recorre a Grinover (2007) para explicar essa afirmação, buscando as variáveis que indica serem utilizadas habitualmente para caracterizar a qualidade de vida. Elas estão intimamente relacionadas com a hospitalidade em ambientes urbanos, como: habitação, acesso à água, à coleta de resíduos sólidos e esgotos, acesso aos serviços de saúde, educação e transporte, sistema de comunicação e à “leitura” e identidade do espaço urbano. Então, visando colocar em discussão ações inovadoras no sentido de uma reflexão sobre políticas de hospitalidade, relacionam-se algumas dessas variáveis que devem ser levantadas, como se segue:

a) identidade do território: paisagem, arquitetura, folclore, patrimônio histórico, o “saber fazer”, os produtos locais, as línguas, a música, a pintura, a arte culinária, mais os estilos de vida, comportamentos, ética social.

b) atividades e emprego: principais setores de atividade econômica do território, introduzir a ideia de preservação do patrimônio cultural e dos recursos naturais como fontes de emprego, analisar tipos e dimensão dos serviços em função do tamanho e das necessidades específicas da população, examinar condições necessárias à recepção de atividades de serviços não tradicionais.

c) competitividade e acesso aos mercados: qual a demanda e qual a concorrência para os produtos do território? A sugestão é buscar soluções para aumentar a capacidade de retenção local das “rendas” das famílias, assim como as despesas do setor público, reforçar o aspecto não mutável dos produtos e dos serviços (imagem, especificidade cultural, design etc), desenvolver cooperação entre produtores para a promoção comercial comum, satisfação da clientela e reforço da imagem do destino.

De modo geral, deve-se procurar encaminhar ações tendentes à preservação do meio ambiente, natural e social, bem como atentar para as novas estruturas do tempo livre e as novas fórmulas de emprego.

Se a Carta de Atenas estabelecia quatro funções para as cidades: mobilidade, habitação, trabalho e lazer, a cidade moderna já apresenta outros papéis e também não pode ser segmentada rigidamente nessas funções e papéis, deve ser integrada, com espaços de trabalho/lazer interpenetrados, bem como habitação/trabalho e com ampla oferta de acessibilidade e segurança em todos os espaços.

Segundo Kevin Lynch (1972), os efeitos desagradáveis da cidade sobre os se-

res humanos são: o ruído onipresente, a atmosfera desconfortável, a afetação da percepção sensível pela indiferença, a ilegibilidade da linguagem da cidade, a rigidez e a inacessibilidade sensível.

A degradação ambiental deteriora a qualidade de vida e, no caso da poluição, ela pode ser de dois tipos: a provocada pela pobreza, “causada pela ausência de saneamento e condições decentes de trabalho” cuja origem se encontra principalmente em dejetos orgânicos e sujeira, e a poluição provocada pela opulência, “causada pelas modernas atividades industriais e do setor terciário urbano, tendo como agentes básicos os dejetos químicos e o lixo acumulado pelo consumo e desperdício das elites”. (Pádua & Lagos, 1985, apud Viana, 2007, p. 12)

Então, se aqueles elementos citados atrás são os que afastam os habitantes e visitantes das cidades, seu inverso deve ser o que a torna acolhedora.

Assim, para uma cidade hospitaleira, seriam fatores condicionantes, necessários, embora talvez não suficientes: um entorno como elemento de atração; instalações e equipamentos que facilitem a vida dos moradores e a estada dos turistas; oferta de educação, saúde, transporte e emprego democraticamente disseminada; cultura e patrimônio integrando a oferta; conforto, higiene e qualidade do espaço público; locais de encontro e sociabilidade; disposição de informações e sinalização em quantidade e de boa qualidade; boa iluminação e segurança; gastronomia rica e interessante; eventos e entretenimento, com caráter particular e identitário, que animem e tragam “vida” à comunidade e, *last... but not the least...* pessoal bem escolhido e bem treinado para assegurar a qualidade da hospitalidade.

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 conecti-

vidade 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, M. (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, M. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo, SENAC, 1998.
- BRAGA, D. *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, L. *Hospitalidade*. 2.ed. São Paulo, Aleph, 2004.
- CANTON, M. E. *Eventos - ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro setor*. São Paulo, Roca 2002.
- CIDADE DE SÃO PAULO- <<http://www.cidadedesao paulo.com/>> acessado em 02/01/2005.
- Disponível em <www.spcvb.com>, acessado em 20/10/2008.
- GRINOVER, L. *A hospitalidade, a cidade e o turismo*. São Paulo, Aleph, 2007.
- HARVEY, D. *Condição pós-moderna*. São Paulo, Loyola, 1992.
- LEFÈBVRE, H. *A revolução urbana*. Belo Horizonte, UFMG, 2004.

- LYNCH, K. “A cidade como meio ambiente”. In. DAVIS, K. et al. *Cidades, a urbanização da humanidade*. Rio de Janeiro, Zahar, 1972.
- MARTINS, C. *Estudo sobre o 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.
- PALLAMIN, V. M. (org) *Cidade e Cultura: esfera pública e transformação urbana*. São Paulo, Estação Liberdade, 2002.
- PANROTAS, Maio de 2004.
- ROLNIK, R. *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, M. *Economia Espacial*. São Paulo, Edusp, 2003.
- SOUZA, M. A. *A identidade da metrópole*. São Paulo, HUCITEC, 1994.
- SPTuris <http://www.spturis.com/> acesso em julho de 2007.
- SWARBROOKE, J. *Turismo sustentável – meio ambiente e economia*. São Paulo, Aleph, 2000.
- TELES, R. *Turismo Urbano na cidade de São Paulo: o deslocamento do CBD e seus reflexos na hotelaria*. São Paulo: ECA/USP, 2006 (Tese de Doutorado).
- VIANA, N. “A vida nas cidades”. In *Sociologia especial- As cidades e a sociedade*. São Paulo, Escala, ano 1, no. 1, 2007, p. 6-1
- YÁZIGI, E. *Esse estranho amor dos paulistanos: requalificação urbana, cultura e turismo*. São Paulo: Global, Brasília, DF:CNPQ, 2006.