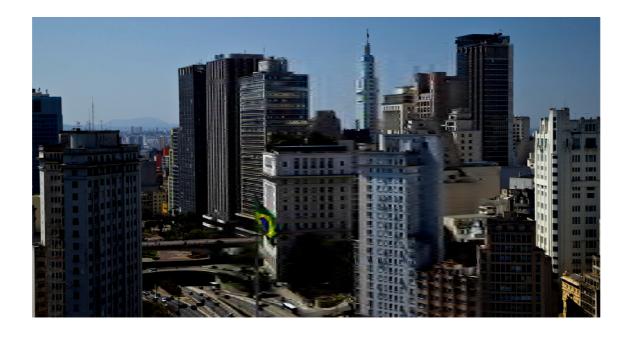
Thiago Allis

PROJETOS URBANOS E TURISMO EM GRANDES CIDADES

O caso de São Paulo



São Paulo 2012 AUTORIZO A REPRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO TOTAL OU PARCIAL DESTE TRABALHO, POR QUALQUER MEIO CONVENCIONAL OU ELETRÔNICO, PARA FINS DE ESTUDO E PESQUISA, DESDE QUE CITADA A FONTE.

Hiago Allis

E-MAIL: thiagoallis@usp.br, thiagoallis@yahoo.com.br

Assinatura:

Allis, Thiago

A438p

Projetos urbanos e turismo em grandes cidades : o caso de São Paulo / Thiago Allis. – São Paulo, 2012. 269 p. : il.

Tese (Doutorado - Área de Concentração: Planejamento Urbano e Regional) - FAUUSP.

Orientadora: Heliana Comin Vargas

1. Turismo urbano – São Paulo (SP) 2. Planejamento territorial urbano – São Paulo (SP) 3. Operações urbanas I. Título

CDU 338.48(816.11)

Thiago Allis

PROJETOS URBANOS E TURISMO EM GRANDES CIDADES

O caso de São Paulo

Tese apresentada à área de concentração *Planejamento Urbano e Regional* do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da *Universidade de São Paulo* (FAU-USP), como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Arquitetura e Urbanismo, sob orientação da Profa. Dra. Heliana Comin Vargas.

São Paulo 2012 Nome: ALLIS, Thiago

Título: Projetos urbanos e turismo em grandes cidades: o caso de São Paulo

EXEMPLAR REVISADO E ALTERADO EM RELAÇÃO À VERSÃO ORIGINAL, SOB RESPONSABILIDADE DO AUTOR E ANUÊNCIA DO ORIENTADOR. O original se encontra disponível na sede do programa.

São Paulo 27 de junho de 2012

Tese apresentada à área de concentração *Planejamento Urbano e Regional* do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da *Universidade de São Paulo* (FAU-USP), como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Arquitetura e Urbanismo, sob orientação da Profa. Dra. Heliana Comin Vargas.

Aprovado em: 27 de abril de 2012

BANCA EXAMINADORA

Membro:		Universidade:
Julgamento:	_ Assinatura:	
Membro:		Universidade:
Julgamento:	_ Assinatura:	
Membro:		Universidade:
Julgamento:	_ Assinatura:	
Membro:		Universidade:
Julgamento:	_ Assinatura:	
Membro:		Universidade:
Julgamento:	Assinatura:	

"Aos meus pais, Sonia e (Antonio Libero) Allis, que me puseram na estrada".

AGRADECIMENTOS

Acabou! E como é praxe dizer, ao agradecer a alguns, corre-se o risco de esquecerem-se doutros. Na dúvida, vou tentar:

À minha orientadora, Prof. Dra. Heliana Comin Vargas, que, de maneira muito generosa, aceitou a orientação desta pesquisa.

Ao Prof. Dr. Eduardo A. C. Nobre, da FAU-USP, e ao Prof. Dr. Reinaldo Miranda Sá Teles, da ECA-USP, pelas considerações e sugestões feitas no exame de qualificação.

À Pró-Reitoria de Pós-Graduação, pelo apoio financeiro à participação na 2nd UNESCO-ICCROM Asian Academy for Heritage Management Conference, realizada em Macau (China), em dezembro de 2009, que teve por tema "Patrimônio urbano e turismo: desafios e oportunidades".

À Fundación Carolina, pela bolsa de estudos concedida junto à *Universidad de Valencia*, que me permitiu, entre janeiro e fevereiro de 2010, entender as intervenções urbanas em Valencia (Espanha) e em outras cidades espanholas e europeias.

A SPTuris, em particular a Luiz Sales, Fabio Montanheiro, Fernanda Ascar, Andreia Piazon e a todos os atendentes das CITs.

À Universidade Federal de São Carlos, que me concedeu afastamentos parciais desde 2008 para a realização das pesquisas.

Aos discentes da UFSCar, que souberam entender certas ausências e que, mesmo sem saberem, contribuíram com a pesquisa que agora se finaliza.

À Profa. Dra. Deborah Edwards, da *University of Technoogy of Sidney*, pela gentileza em compartilhar suas publicações, altamente inspiradoras, sobre turismo urbano na Austrália.

Ao Prof. Dr. Ruben Lois, da *Universidade de Santiago de Compostela*, com quem tive interessantes conversas sobre o tema desta pesquisa.

Ao Prof. Dr. Eduardo Salinas e à Profa. Dra. Maité Echarri Chávez, da *Universidad de La Habana*, que me receberam de maneira muito calorosa Havana e, com muita paciência, me guiaram para entender as maravilhas de Cuba, incluindo assuntos de turismo urbano.

Ao Luis "Keko" Pascuzzi, que prontamente disponibilizou uma de suas muitas interessantes fotos de São Paulo, para ilustrar a capa desta tese.

À minha família, que sempre ofereceu apoio incondicional e de toda natureza, para eu conseguir finalizar este trabalho.

À (Profa. Dra.) Ana Paula (G. Spolon), minha parceira intelectual, que sempre esteve com as portas de casa abertas (incluindo as da cozinha), agradeço especialmente por todo o apoio na revisão desta tese.

À Daniela Toyoshima e à Priscila Planello, cujo agradecimento seria impossível qualificar, tamanho o suporte que vêm me dando, não apenas durante o doutorado, mas ao longo da vida.



Pra conhecer ascoisas,há que dar-lhes a volta, dar-lhes a volta toda

(José Saramago, em Janela da Alma)

RESUMO

ALLIS, A.**Projetos urbanos e turismo em grandes cidades: o caso de São Paulo**. 269 f. Tese (Doutorado) — Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP),São Paulo, 2012.

O presente trabalho analisa a relação entre projetos urbanos e desenvolvimento turístico na contemporaneidade, tendo como cenário a cidade de São Paulo. O passo inicial exigiu a discussão sobre o conceito de turismo urbano e seus desdobramentos em grandes cidades, focado na relação entre turista e morador como seu público-alvo. Um segundo aspecto apresenta a diversidade de atividades oferecida por cidades de tal dimensão que prescinde da realização de grandes projetos urbanos para a efetivação do turismo, algo sensivelmente diferentemente do observado em outras cidades e países. Para tanto, são apresentadas discussões sobre os significados e as práticas de turismo urbano na contemporaneidade, além de uma alargada leitura bibliográfica sobre projetos urbanos, complementada por uma pesquisa sobre os *atrativos turísticos* em São Paulo, aspectos da visitação e sua localização em relação às intervenções urbanas paulistanas assemelhadas aos projetos urbanos — como as Operações Urbanas Consorciadas. As contribuições do trabalho permitem relativizar o conceito de turista na sua relação com o morador e clarear a discussão sobre a importância dos projetos urbanos para o turismo urbano em grandes cidades como São Paulo

Palavras-chave: urbanização contemporânea, turismo urbano, projetos urbanos, São Paulo (Brasil).

ABSTRACT

ALLIS, T. **Urban projects and tourism in large cities: the case of São Paulo**. 269 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP), São Paulo, 2012.

This present work analyses the relation between urban projects and touristic development in contemporaneity, having as scenario the city of São Paulo. The initial step has required a discussion on the concept of urban tourism and its unfolding in large cities, focused on relation between tourist and resident as its target audience. A second aspect presents the wide range of activities offered by cities of such dimension which does not require big urban projects for the effectuation of tourism, something quite different from what has been observed in other cities and countries. To that effect, discussions on meanings and practices of tourism in contemporaneity have been presented, besides an extended bibliographical reading on urban projects, complemented by a research on tourist attractions in São Paulo, aspects of visitation and location in relation to urban interventions similar to urban projects in São Paulo – such as Operações Urbanas Consorciadas (Combined Urban Operations). The contributions to work relativize the concept of tourist in its relation to the resident and clarify the discussion on the importance of urban projects to urban tourism in large cities as São Paulo

Key-words: contemporary urbanization, urban tourism, urban projects, São Paulo (Brasil).

.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – SISTEMA DE TURISMO (LEIPER)	33
FIGURA 2 – INTER-RELAÇÕES ENTRE LAZER, RECREAÇÃO E TURISMO	40
FIGURA 3 – PUERTO MADERO (BUENOS AIRES)	100
FIGURA 4 – PUERTO MADERO (BUENOS AIRES)	100
FIGURA 5 – PUERTO MADERO (BUENOS AIRES)	101
FIGURA 6 - ROYAL DOCKS (LONDRES)	101
FIGURA 7 - MALECÓN	109
FIGURA 8 - MALECÓN	109
FIGURA 9 - MORADIA PROVISÓRIA – HABANA VIEJA	109
FIGURA 10 – ÁREAS DE ATUAÇÃO DA OCH – HABANA VIEJA	109
FIGURA 11 – PLAZA VIEJA – HABANA VIEJA	109
FIGURA 12 – PLAZA VIEJA – HABANA VIEJA	109
FIGURA 13 - PLAZA GRANDE (QUITO)	111
FIGURA 14 – ESTÁDIO NACIONAL (PEQUIM, CHINA)	118
FIGURA 15, FIGURA 16, FIGURA 17, FIGURA 18, FIGURA 19, FIGURA 20 – ÁREA DO PROJETO @22BARCELONA, COM IMAGEI	NS DE
EDIFÍCIOS COM ARQUITETURA DE DESTAQUE NA PAISAGEM URBANA	122
FIGURA 21 – HEMISFÉRICO – VALENCIA (ESPANHA)	123
FIGURA 22 – VELES ON VENS – VALENCIA (ESPANHA)	123
FIGURA 23 – EVOLUÇÃO POPULAÇÃO DO RIO DE JANEIRO E DE SÃO PAULO – 1872-2010	145
FIGURA 24 – MUSEU DE ARTE DE SÃO PAULO EM CONSTRUÇÃO	148
FIGURA 25– OCA DO PARQUE DO IBIRAPUERA EM CONSTRUÇÃO	151
FIGURA 26 - HOTEL HILTON SÃO PAULO EM CONSTRUÇÃO	155
FIGURA 27 – CONSTRUÇÃO DO PARQUE ANHEMBI – DETALHE DO IÇAMENTO DAS ESTRUTURAS	163
FIGURA 28 – CONSTRUÇÃO DO PARQUE ANHEMBI.	163
FIGURA 29 – SARNEY E NIEMEYER INSPECIONAM OBRAS DO MEMORIAL DA AMÉRICA LATINA	168
FIGURA 30 – DELIMITAÇÃO DO PERÍMETRO E LOCALIZAÇÃO DE ATRATIVOS TURÍSTICOS – TURISMO NO CENTRO (2008)	175
FIGURA 31 – PONTE ESTAIADA OCTAVIO FRIAS DE OLIVEIRA E REGIÃO DA AVENIDA ENG. LUIS CARLOS BERRINI	182
FIGURA 32 – DISTRIBUIÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS E HOTELARIA EM FUNÇÃO DOS PROJETOS URBANOS	192
FIGURA 33 – DISTRIBUIÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS E HOTELARIA EM FUNÇÃO DOS PROJETOS URBANOS (CENTRO)	192
FIGURA 34 – DISTRIBUIÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS E HOTELARIA EM FUNÇÃO DOS PROJETOS URBANOS (F. LIMA)	192
FIGURA 35 - DISTRIBUIÇÃO DE ATRATIVOS TURÍSTICOS POR RECORRÊNCIAS SOBREPOSTAS NOS GUIAS TURÍSTICOS	197
FIGURA 36 – PORCENTAGEM DE VISITANTES MORADORES DE SÃO PAULO AOS EVENTOS DA CIDADE – 2010-2011	218
FIGURA 39 – VOLUME TOTAL DE VISITAS REALIZADAS AOS ATRATIVOS PAULISTANOS – 2006-2010	223
FIGURA 38 - FORMAS DE CONTAGEM E CONTROLE DOS VISITANTES	224
FIGURA 39— PARCELA DE ATRATIVOS QUE REALIZAM CONTROLE DE VISITANTES POR ORIGEM GEOGRÁFICA	225
FIGURA 40 - PARCELA DE ATRATIVOS QUE REALIZAM CONTROLE DE VISITANTES POR ORIGEM – 2010	226

FIGURA 41 – DISTRIBUIÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS POR VOLUME DE VISITANTES – GERAL	227
FIGURA 42 – DISTRIBUIÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS POR VOLUME DE VISITANTES – CENTRO	227
FIGURA 43 – DISTRIBUIÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS POR VOLUME DE VISITANTES – ENTORNO DA OUC FARIA LIMA	227

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – CATEGORIAS DE GRANDES PROJETOS URBANOS	86
QUADRO 2 – INICIATIVAS DE INTERVENÇÃO EM QUITO	112
QUADRO 3 – FASES DOS JOGOS OLÍMPICOS (1896-1996)	114
Quadro 4 – Diretrizes e Ações do Plano Reconstruir o Centro (2000)	173
Quadro 5 – Guias turísticos de referência	191

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 — Construções emblemáticas em Paris (arquitetos, custo e ano de inauguração)	106
TABELA 2 – LOCAIS MAIS VISITADOS SEGUNDO PESQUISAS NAS CITS (COM PERNOITE) – 2006-2010	214
TABELA 3 – LOCAIS MAIS VISITADOS SEGUNDO PESQUISAS NAS CITS (SEM PERNOITES) – 2006-2010	215
TABELA 4 – ESTATÍSTICAS GERAIS SOBRE EVENTOS PAULISTANOS – 2010-2011	217
TABELA 5 – EVOLLIÇÃO DO NÚMERO DE VISITANTES DOS ATRATIVOS DO CENTRO DE SÃO PAULO – 2006-2010	219

SUMÁRIO

Introdu	ção	12
1.Turis	mo urbano: conceitos, práticas e questões atuais	19
1.1	. O turismo na cidade contemporânea: revisando conceitos	30
	1.2.1. O conceito de turista no âmbito do turismo urbano	36
1.2	2. O turismo urbano: conceitos e discussões de referência	44
1.3	Interfaces entre a gestão urbana e o turismo	52
1.4	Estratégias de intensificação do turismo urbano	62
1.5	Considerações parciais ao capítulo	71
2. (Os grandes projetos urbanos na contemporaneidade	74
2.1	. Contexto de Análise	75
2.2	Projetos Urbanos: conceituação	81
	2.2.1. Waterfronts	92
	2.2.2. Núcleos históricos centrais	102
	2.2.3. Construção de novas centralidades	113.
2.3	Projetos urbanos no Brasil: uma aproximação	128
2.4	Considerações parciais ao capítulo	136
3.	Turismo e projetos urbanos em São Paulo	139
3.1	. A metrópole do café: embelezamento e o turismo incipiente (1870-1930)	140
3.2	2. A cidade industrial e o turismo de negócios (1930-1990)	144
3.3	A cidade terciária e a diversificação do turismo (a partir de 1990)	169
3.4	. Os atrativos turísticos e os projetos urbanos em São Paulo: uma análise integrada	186
3.5	Considerações parciais ao capítulo	199
4.	Turismo em São Paulo na contemporaneidade	202
4.1	O ambiente político-institucional do turismo em São Paulo	204
4.2	2. Atrativos turísticos, visitação e a relação turista/morador	213
4.3	3. Considerações parciais ao capítulo	231
Consid	lerações Finais	233
Referê	ncias bibliográficas	244
Bibliog	rafia consultada	261
APÊNE	DICE A	268
A DÊNE	DIOE D	000

Hoje, o turismo em São Paulo é tema corrente e suas práticas já se notam com alguma freqüência na vida da cidade. Não se trata exatamente de um desenvolvimento turístico arrojado e consolidado, no entanto, emergem, gradativamente, territórios que poderiam ser reconhecidos como turísticos – por mais que seja difícil assumir que tenham uma função exclusivamente turística. A São Paulo Turismo (SPTuris) contabiliza, atualmente, mais de 11 milhões de turistas em São Paulo, dos quais cerca de 10% seriam estrangeiros e a motivação principal de visita continua sendo os negócios – ou seja, os visitantes encontram-se em São Paulo porque precisam e não porque desejam. Porém, em um curto espaço de tempo, o discurso e as políticas públicas para o desenvolvimento turístico da cidade têm destacado outros potenciais, notadamente a diversidade cultural e o cosmopolitanismo, o que inclui uma variedade inumerável de serviços e facilidades disponíveis apenas em grandes cidades – por exemplo, no setor de compras e saúde.

Quando a cidade industrial dá espaço à cidade terciária, abrem-se possibilidades para a diversificação do turismo também – sem que isso, contudo, implique uma diminuição do principal segmento da cidade, o turismo de negócios, em todas as suas variantes. A cultura – "praia do paulistano", no dizer do ex-presidente da SPTuris – parece ser o ponto de inflexão: de uma cidade que vive trabalho e, historicamente, aproveitou-se disso para desenvolver certo apelo turístico – nomeadamente com eventos, feiras e congressos –, e, há alguns anos, vem tentando induzir uma dinâmica turística na qual os potenciais visitantes escolham, deliberadamente, vir à cidade – ou permanecer nela após seus compromissos.

A cidade dos negócios, cumulativamente (e sem deixar de sê-lo), vai se transformando em uma cidade da cultura. Por suposto, essa afirmação tem um sentido redutor e, também, carrega certa ironia – afinal, conforme assevera Arantes (2001), a cultura hoje em dia é entendida como um "ingrediente indispensável de governabilidade". Não importa a que custo ou com base em quais abstrações: as cidades querem desenvolver seus ícones, seus *waterfronts*, seu setor histórico..., tudo para buscar um lugar na competição entre lugares que se projetam "revitalizados"!

É fato que as atividades turísticas da cidade são tributárias diretas da colossal concentração econômica e diversidade social engendrada pela Região Metropolitana de São Paulo (RMSP). Contudo, se já se observam estudos sobre a urbanização e o urbanismo em São Paulo, há ainda muito que avançar no entendimento sobre o turismo paulistano ao longo do século XX, particularmente no contexto do planejamento urbano. As contribuições são recentes e, com efeito,

não enfocam todas as particularidades da formação urbana de São Paulo, priorizando análises de ordem organizacional, como o uso do tempo livre dos turistas de eventos (BRAGA, 2005), relacionamento entre eventos e hotelaria (IGNARRA, 2007), *marketing* de destinos turísticos (CARVALHO, 2009), entre outros.

No que se refere aos estudos que convergem temas da urbanização e do turismo em São Paulo, Pires (2001) debruça-se sobre os aspectos históricos da evolução urbana paulistana, em que pesem os elementos prototurísticos, inclusive no período colonial, e Teles (2006) trata dos aspectos urbanos de São Paulo, a partir de uma análise sobre a oferta hoteleira e de atrativos turísticos na cidade em paralelo às transformações urbanísticas. Pereira (2010), valendo-se do conceito de "hipermetrópole", discute a relação entre turismo e moda na "nova economia cultural da metrópole" e Shibaki (2010) sugere o conceito de "ícones urbanos" paulistanos, a partir de sua representação em cartões postais – onde se nota, então, o vínculo com o turismo.

Com a análise que ora se apresenta, vai ficando clara a necessidade de se identificarem elementos que expliquem as imbricações entre a produção espacial da cidade e a difusão de determinadas imagens espontânea ou propositadamente concebidas – para quaisquer objetivos, principalmente turismo (havendo casos em que este é fim, outros em que é meio).

De um lado, os adeptos da "cidade global" (SASSEN, 1991, FRIEDMAN, 1996, CASTELLS, 1999) insistem que há alguns elementos que fazem de muitos centros urbanos contemporâneos importantes conexões da economia mundial (algo que se observa num processo de terciarização da economia), "capazes de coordenar, inovar e gerenciar as atividades interligadas das redes de empresas" (CASTELLS, 1999, p. 469). No rol de suas funções, estaria uma crescente importância do turismo, através de atividades de negócios, lazer e cultura urbanos, não raro em forma de grandes empreendimentos, voltados para públicos diversos – principalmente internacionais.

De outra parte, os gestores de hoje entusiasmam-se por listar os quesitos que fazem de suas cidades pretensas cidades globais (ainda que, por vezes, reconhecendo uma escala ou hierarquia), valendo-se de algumas referências estatísticas e, principalmente, pelas transformações da paisagem urbana, quase sempre se apegando a ícones urbanos (cuja construção muitas vezes suas administrações auspiciaram) ou determinadas parcelas da cidade – sintomaticamente comparados a "cartões postais".

Mesmo as leituras mais críticas sobre o atual momento da reprodução espacial de São Paulo – como em Carlos (2004) – indicam que certos setores da "nova economia" são tônicas no

atual estágio da urbanização, como aquelas atividades ligadas ao turismo, ao lazer e ao entretenimento.

Em geral, convém questionar as aproximações parciais, pois se furtam de leituras particulares sobre o desenvolvimento do turismo em grandes cidades, não raro tratando o turismo de maneira estereotipada. Disso resultam argumentos metonímicos: tomam-se determinados aspectos mais visíveis como se fossem leis gerais, à guisa de estudos mais específicos sobre as várias nuances do fenômeno – neste caso, em grandes aglomerações urbanas, como São Paulo.

A discussão que envolve, de um lado, São Paulo como "cidade global" e, de outro, São Paulo como destino turístico, assume matizes que exigem ponderações. No primeiro aspecto, já há um caminho crítico pavimentado, como em Ferreira (2007), Fix (2007) e Alves (1999) e, por outro viés, Nobre (2000) e Matzkin (2006). Porém, no tocante ao turismo – tema que, de distintas maneiras, aparecem naquelas análises –, ainda identificamos dificuldades em compreender a articulação dos dois olhares: o desenvolvimento turístico no bojo da dinâmica urbana da maior cidade do Brasil.

A literatura sobre a urbanização na contemporaneidade dá conta de que turismo e atividades correlatas representam um setor em crescimento, com importância econômica e institucional, como em Zukin (1995, p. 2) – "a cultura é cada vez mais o negócio das cidades" – e Lash e Urry (2002, p. 215) – "cada vez mais o que distingue um lugar do outro são os complexos de serviços disponíveis e suas conexões com um processo particular de formação da imagem do lugar". Em linhas gerais, a construção da cidade turística passa, por um lado, pela mercantilização do patrimônio (intervenções em centros históricos ou áreas específicas da cidade, como *waterfronts*) e, por outro, pela intensificação das atividades decorrentes da centralidade econômica das cidades, mormente no segmento do turismo de negócios.

Talvez o contraste entre a *raison d'etre*, em que pese os princípios edificantes das intervenções urbanas de atualmente, e o substrato econômico, político, social e urbano na "periferia do mundo globalizado" (MARICATO, 2008, p. 15) seja a maior razão para estudar, em detalhe, os projetos urbanos contemporâneos. Parece ser recorrente, nos últimos 15 anos, uma tentativa de incorporação, por parte dos poderes públicos e grupos de interesse locais, de certos elementos dos projetos urbanos no discurso de "ajuste territorial". Mesmo com transformações programáticas e diferentes articulações de interesses, os projetos urbanos seguem se expandindo globalmente.

Para se enveredar por esta seara analítica, é imprescindível identificar condicionantes de contexto, em várias escalas geográficas e temporais, dos projetos urbanos, tornados corriqueiros na contemporaneidade; por vezes, até de maneira fraturada, especialmente na realidade latino-americana e brasileira.

Essas e outras questões têm espaço privilegiado de tratamento no campo do **turismo urbano**, o tema central desta tese. Mais do que um segmento – efetivamente, insistiremos ao longo de todo o trabalho que é um equívoco entendê-lo como tal –, trata-se de um enfoque que busca concatenar os elementos do turismo em cidades, principalmente nas grandes aglomerações, onde não são claras motivações puras de visitas (como talvez seja no caso do turismo em *resorts* litorâneos ou mesmo naquelas cidades antigas com o núcleo histórico característico).

Isso porque a diversidade da urbanização enseja, em si, – diferente de uma "urbanização turística" (MULLINS, 1991, 1999) – inúmeras mediações entre as idiossincrasias paisagísticas da cidade e as motivações dos visitantes, as quais costumam ser multivariadas. Para tanto, é impossível estudar e entender – para, então, planejar – o turismo urbano sem levar em conta as complexidades históricas do processo de urbanização, o que inclui um olhar atento para a cultura e as práticas de gestão urbana.

Neste ponto, o assunto do turismo urbano conecta-se diretamente com as discussões acerca a urbanização na contemporaneidade, que está, há décadas, sendo condicionada, em diferentes escalas, por processos de reestruturação produtiva e, portanto, espacial.

A tão comentada migração dos empregos e investimentos do setor industrial para o setor terciário (comércio e serviços) é uma realidade consolidada para muitas grandes cidades do mundo, especialmente aquelas onde a industrialização foi precoce – na Europa Ocidental e nos Estados Unidos da América, principalmente. Neste contexto, os projetos urbanos emergem como importante mecanismo de gestão urbana, na tentativa de recuperar as economias de cidades "pós-fordistas" ou "pós-industriais".

Este fenômeno se dá inicialmente naqueles países e, atualmente, observa-se em processo de difusão global, mesmo que as cidades dos países de economias emergentes tenham experimentado uma industrialização tardia e seu processo de formação histórica imponha desafios que seriam considerados resolvidos nas cidades européias, estadunidenses, australianas ou japonesas.

Por outro lado, as atividades turísticas eminentemente urbanas – em grandes metrópoles ou cidades menores – configuram-se como novas opções de destinos e isso exige melhores interpretações e propostas sobre a interface entre cidades e turismo. Contudo, se no plano internacional a discussão sobre turismo urbano é bastante recente (cerca de 20 anos), no Brasil ela é praticamente nula, o que impõe uma quase completa ausência de referências de pesquisas na área, salvo louváveis contribuições pontuais e que não necessariamente tinham como foco principal o tratamento do tema.

Neste sentido e tentando entender o desenvolvimento do turismo em uma grande cidade como São Paulo e a sua relação com o planejamento e a gestão urbanos, duas hipóteses foram concebidas.

A primeira dá conta de que, em cidades como São Paulo, com grande mercado consumidor, o turismo se impõe como decorrência espontânea, descolado da necessidade de grandes projetos urbanos que focam, tradicionalmente e principalmente, a atração de fluxos turísticos internacionais.

E, pela segunda hipótese, entende-se que as concepções tradicionais de "visitante" e "turista", conforme definição da Organização Mundial do Turismo (OMT), não conseguem dar conta de explicar o avanço do turismo urbano na dinâmica urbana de grandes cidades, especialmente porque os comportamentos espaciais dos turistas e dos moradores são, em grande medida, semelhantes.

Com base nesta problematização, esta tese tem por **objetivo** identificar e tratar relações entre planejamento e gestão urbana e o desenvolvimento do turismo, especialmente considerando a figura dos grandes projetos urbanos e a realidade da cidade de São Paulo. O recorte temporal estabelecido inicia-se na década de 1950, particularmente no período das comemorações do IV Centenário de São Paulo – ainda que, de maneira contextual, sejam recuperadas as transformações urbanas observadas desde finais do século XIX. Com isso, almeja-se compreender as formas pelas quais as atividades turísticas se manifestam no processo de urbanização paulistano, especialmente por serem cada vez mais recorrentes nas ações de planejamento urbano – pelo menos, no discurso e, com alguma fregüência, nos planos urbanos.

Visando dar conta deste raciocínio, o trabalho está organizado em **quatro capítulos**, sendo que os dois primeiros propõem o arcabouço teórico da pesquisa e os demais um tratamento específico sobre a cidade de São Paulo, onde são apresentados resultados das coletas realizadas.

No **primeiro capítulo**, apresenta-se uma discussão de fundo sobre o urbano na contemporaneidade, de maneira que se possam projetar discussões particulares sobre o turismo urbano. Ademais, uma vez que acreditamos que os sujeitos do turismo urbano são, além dos turistas, os moradores e visitantes habituais, o capítulo debruça-se na análise e compreensão do conceito de turista, mais ajustado ao entendimento de turismo urbano.

No **segundo capítulo**, conduz-se uma discussão sobre os significados, os conceitos e as práticas de grandes projetos urbanos no contexto contemporâneo. Mais do que uma polêmica semântica, o que se busca é entender o arcabouço político, econômico e cultural para a existência e operacionalização dessas intervenções. Como suporte, são apresentados, a título de ilustração, casos emblemáticos na escala mundial e também nacional de projetos urbanos, em uma tentativa de categorização (intervenções em *waterfronts*, núcleos históricos centrais e construção de novas centralidades, em função de grandes eventos ou expansão urbana), que, sem a presunção de ser uma proposta cabal, sugere uma leitura por critérios específicos e que, para a pesquisa em tela, foi de grande utilidade.

Com conceitos e discussões sobre turismo urbano e projetos urbanos consolidados, voltamo-nos, no **terceiro capítulo**, ao estudo específico da cidade de São Paulo, de maneira a entender as formas, os contextos, as práticas e as intenções dos projetos urbanos na cidade e do desenvolvimento do turismo urbano, tendo como marco temporal inicial os festejos do IV Centenário de São Paulo (1954).

No campo da política urbana, foram identificados ao longo do século XX e, com maior ênfase, a partir dos anos 1950, as práticas e os princípios de gestão urbana que se aproximam do conceito de projeto urbano. Assim, foram selecionadas, principalmente pelo tratamento da mídia da época, algumas intervenções públicas ou privadas que, por suas características programáticas, localização urbana e relacionamento com o turismo, indicaram o histórico de introdução de grandes projetos urbanos em São Paulo.

Na sequência, de maneira simples, porém, organizada, buscamos entender como a unidade básica da oferta turística – as atrações ou os atrativos turísticos – se relacionam com as intervenções urbanas em São Paulo, que poderiam ser consideradas experiências locais de projetos urbanos.

O **capítulo quarto** traz uma aproximação à realidade empírica do turismo em São Paulo, tendo em vista aspectos institucionais e principalmente as características dos fluxos turísticos.

Assim, para entender a dinâmica de visitação destes atrativos – e atentos à segunda hipótese da pesquisa – foram feitas consultas aos gestores desses atrativos selecionados. Com isso, almejou-se identificar, de maneira estratificada, a origem dos visitantes (locais, metropolitanos, estaduais, nacionais e internacionais), de modo a demonstrar a nossa segunda hipótese reforçando simultaneamente a nossa hipótese central.

Para tanto, a unidade dos atrativos (ou atrações) turísticas serviu como referência, de maneira que se pudesse entender sua localização no espaço urbano paulistano em função dos perímetros do que se entendeu por projetos urbanos em São Paulo. Foram utilizados guias turísticos como referência para se selecionarem os atrativos em estudo, aos quais foram enviados, então, formulários eletrônicos, com cujos resultados buscava-se dar a conhecer a dinâmica dos fluxos – principalmente para se entender a componente de visitantes locais em função dos turistas. Com este conjunto de dados e informações, gerou-se uma série de mapas, discutidos neste capítulo.

A partir dos dados apresentados e das análises realizadas nos capítulos desenvolvidos foi possível então criar os argumentos que nos conduziram à confrontação das hipóteses, assim como apontar as dificuldades existentes da pesquisa nesta área do conhecimento no que se refere à cidade de São Paulo. Enfim, esta parece uma oportunidade para inserir o tema de maneira privilegiada na realidade brasileira, podendo, portanto, haver desdobramentos produtivos em pesquisas futuras que alimentem reflexões nas duas áreas do conhecimento (turismo e planejamento urbano).

1.Turismo urbano: conceitos, práticas e questões atuais

"Às vezes, penso: como alguém vai criar um livro, um quadro, sinfonia ou escultura que possa competir com uma grande cidade? É impossível, porque você olha à sua volta, cada rua, cada *boulevard* é sua própria forma de arte especial. E quando você pensa que no Universo frio, violento e sem sentido existe Paris, essas luzes... [...] lá do espaço você pode ver estas luzes, os cafés, as pessoas bebendo e... dançando. Poderíamos dizer que Paris é o lugar mais quente do Universo"

Gil Pendler, personagem de Owen Wilson, no filme *Meia Noite em Paris* (2011), de Woody Allen.

Para uma aproximação bem fundamentada com o conceito de turismo urbano, no contexto da urbanização contemporânea, faz-se necessário ter uma visão ampla do conceito mesmo de cidade – ou, mais precisamente, do de "sociedade urbana" (LEFEBVRE, 2004) – que a) extrapole as análises da forma e se concentre nas funções e nos conteúdos, b) reconheça o urbano como processo e, por conseqüência, c) revise a ênfase centrada apenas nas formas urbanas materiais, ou nas "aparências" (CARLOS, 2003b, p. 36). Pelo fato de o urbano contemporâneo condicionar atividades turísticas específicas, é imprescindível explorar os elementos urbanos que influenciam a construção da experiência turística e, em outro sentido, identificar a participação do turismo nas práticas de gestão urbana contemporânea.

Por mais que o turismo seja um fenômeno em franca expansão desde o pós-II Guerra Mundial, sua presença nas pautas de gestão urbana tem apenas cerca de 30 anos, no bojo da reestruturação produtiva e espacial que se processa no interior do modo de produção capitalista. Para além disso, somente a partir dos anos 1990 é que a relação entre turismo e cidades passa a alcançar posição de destaque nas pesquisas, correntemente articulando-se a experiências de gestão urbana orientadas por grandes intervenções.

Ainda na década de 1980, Vandermey (1984) já destacava as particularidades do turismo urbano – que, por exemplo, não sofre de picos e baixas de sazonalidade e atrai visitantes cujas motivações são das mais variadas (por isso o turismo urbano não está associado a um segmento particular de visitantes). Na visão do autor, desde aquela época já urgiam serem "padronizadas as metodologias utilizadas para coletar, analisar e interpretar os dados relacionados ao turismo". Com efeito, esse parece ser um tema ainda candente na atualidade, em que pese a contribuição de Wöger (2010) na proposição de uma base de dados e estatísticas integrada sobre turismo urbano no espaço europeu – que veio representar um avanço na maneira de tratamento deste fenômeno.

Segundo Ashworth (1989 apud PAGE, 1995, p. 06), tanto os estudiosos do turismo têm desprezado as cidades, quanto os pesquisadores urbanos têm negligenciado o papel do turismo na dinâmica urbana. De fato, autores que tratam do turismo urbano são recorrentes em afirmar que este, dentro de sua especificidade, não vem recebendo atenções suficientes (ROGERSON, 2002; BUHALIS, 2001; BRUCE, HAYLLAR, 2009; LAW, 2002). Buhalis (2001, p. 77) chega a dizer que é "irônico" o fato de apenas desde os anos 1990 o turismo urbano receber atenção, apesar de as pessoas viajarem para cidades desde "tempos imemoriais"¹.

Como sugere Pearce (2001, p. 941 e seguintes), para a pesquisa do turismo urbano, são necessários esforços no sentido de sintetizar os estudos existentes e criar esquemas de pesquisa mais abrangentes que envolvam diversas metodologias, ensejando a geração de dados por múltilplas fontes e por meios inovadores, para, enfim, interpretar resultados sob diferente ótica.

Os principais investigadores do tema têm buscado entender o turismo urbano no contexto da urbanização contemporânea – particularmente em sua interface com as políticas e práticas de planejamento e gestão urbanos –, com observações centradas na realidade dos países desenvolvidos, principalmente EUA, Europa Ocidental e Austrália (PAGE, 1995; JUDD, FAINSTEIN, 1999; PEARCE, 1999, 2001, 2003; BULL CHURCH, 2001; COSTA, 2001; LAW, 2001; HAYLAR et al., 2008; SELBY, 2004a, 2004b; SPIROU, 2011). Ademais, sem tratar especificamente do turismo, Mullins (1991) e Lucchiari (2004) propõem o conceito de urbanização turística, que também leva a reflexões importantes na construção de um conceito de turismo urbano.

Essas categorizações, conceituações e definições, em geral, baseiam-se na observação e nas tendências do turismo internacional, de maneira que os esforços de teorização sobre o tema vêm sendo referenciados na realidade urbana dos países de economia dita avançada (Europa, EUA e Austrália), portanto em contextos bastante divergentes dos países da América Latina², Ásia e África. Destarte, o arcabouço analítico sobre o turismo urbano acaba por se restringir às "velhas cidades das nações ricas" (LAW, 2002) – que efetivamente estão passando, há décadas, por

¹ Para um estudo mais aprofundado sobre a história do turismo, ver Boyer (2003) e Barbosa (2002) e, particularmente no que diz respeito sobre o Brasil, Marras (2007) e Quintela (2004), que tratam do desenvolvimento do turismo nas estâncias hidrominerais na região sul do país e em Minas Gerais.

² Para uma interpretação histórica da formação urbana da América Latina, incluindo o processo de criação, instalação e desenvolvimento da rede urbana no subcontinente, ver Romero (2004). O autor entende que "se buscarmos as chaves para a compreensão do desenvolvimento que conduz até o seu presente [história latino-americana], será provavelmente nas suas cidades, [onde se] desencadearam as mudanças, partindo tanto dos impactos externos que receberam quanto das ideologias que elaboraram com elementos próprios e estranhos" (ROMERO, 2004, p. 42).

transformações econômicas, na direção da desindustrialização e terciarização³. Não é exatamente o caso do Brasil ou dos países vistos como emergentes, já que, em muitos casos, nem o processo de industrialização estancou (há autores que destacam sociedades que sequer se industrializaram), tampouco o processo de urbanização é definido pelas mesmas condicionantes econômicas, sociais, culturais, ambientais e políticas.

Mais recentemente, surgiram estudos sobre turismo urbano em outros países, com referências imagéticas a paisagens naturais e exotismos. A África do Sul, especialmente (mas não exclusivamente) por conta da Copa do Mundo de Futebol, em 2010, passou a receber mais atenção, exatamente pelo fato de que, para hospedar o campeonato, várias cidades experimentaram intervenções e obras de infraestrutura – o que, pretensamente, faria suas cidades mais atraentes e preparadas para o turismo urbano. Rogerson e Visser (2006) relataram que o turismo internacional no país consolidou-se na vertente urbana – antes do evento – principalmente pelo afluxo de visitantes regionais, em especial vindos do Lesoto e Suazilândia, que viajavam ao país para compras e, em menor escala, para visitar parentes e amigos.

Mesmo nos países do antigo bloco soviético, difundiram-se práticas de "revitalização de áreas urbanas antigas através do turismo", como no caso da lugoslávia, ainda antes da dissolução da União Soviética (VUCONIČ, TKALAC, 1984). Talvez os casos mais estudados do bloco comunista – de fato mais proeminentes em termos de expansão da atividade turística – tenham sido Praga (HOFFMAN, MUSIL, 1999) e Berlim (HÄUSSERMAN, COLOMB, 2003), ainda que, neste caso, a condição de capital do país reunificado garanta uma distinção.

Coles (2003) também foi um dos autores que abordou o turismo urbano nos países do antigo bloco comunista, discutindo como Leipzig, cidade da Alemanha socialista, onde o turismo urbano se estruturou, no início dos anos 1990, com fortes campanhas de promoção turística associadas à instalação de infraestrutura destinada a eventos.

Hoyle (2002) tratou de projetos de renovação em frentes marítimas, tomando como caso de estudo Stone Town, em Zanzibar. Yuen e Hock (2001), por sua vez,questionaram o papel do

Capítulo 1. Turismo urbano: conceitos, práticas e questões atuais

³ Para uma maior compreensão do fenômeno de enfraquecimento do nível de participação das indústrias nas economias urbanas e a consequente importância que passam a ter as empresas vinculadas ao terciário, com todas as discussões sobre se de fato o que houve foi a desindustrialização das grandes áreas urbanas ou a desconcentração espacial da indústria e seu afastamento geográfico em direção ao interior, veja TUNES, Regina Helena. "Da desconcentração à reconcentração industrial: a análise da relação entre a dinâmica do espaço e a dinâmica dos ramos industriais no município de São Paulo no final do século XX". Dissertação (Mestrado). São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH-USP), 2004.

turismo no processo de "conservação urbana" em Cingapura, situação em que a conservação do patrimônio incorporou-se a políticas e programas de "renovação urbana" a partir dos anos 1980. Também sobre Cingapura, Savage et al. (2004) tratam do "turismo no contexto urbano" ao longo da "Zona Temática do Rio Cingapura". Gomez Jr. (2008), por sua vez, estuda intervenções na Baywalk de Manila (Filipinas), abordando especialmente as interfaces políticas do projeto e apresentando casos semelhantes no Sudeste Asiático, incluindo-se a China onde, em Hong Kong, constituiu-se uma entidade específica para tradar das intervenções urbanas, a *Urban Renewal Authority*.

Uma vez que esta literatura não menciona ou trata do turismo urbano em cidades brasileiras, são inescapáveis relativizações à luz da realidade urbana e turística, no Brasil. Portanto, para dar sequência aos estudos sobre turismo, é conveniente que se tenha a cautela de particularizar o contexto de urbanização a que se faz referência. Isso é um desafio especialmente importante para a realidade brasileira, onde o turismo (que como atividade,- e, ainda mais, como objeto de estudo - é recente) e a urbanização imbricam-se de maneira quase sempre espontânea ou, seguindo o movimento de formação da estrutura fundiária e social brasileira, excludente. Daí, inclusive, as extensivas críticas às iniciativas de turistificação de cidades quando vinculadas a projetos urbanos (ARANTES et al., 2000), cenário que sugere a menor importância dada ao turismo enquanto experiência urbana, pois que trabalhado a partir do princípio de que os projetos urbanos estariam, sem exceção e sempre, carregados de iniciativas e medidas segregacionistas.

A produção sobre turismo urbano, no Brasil, ainda é bastante restrita – talvez, pelo fato de o turismo urbano ainda ser efetivamente uma realidade por se construir, de maneira que as abordagens sobre o turismo, no país, voltam-se comumente para outras temáticas. Merecem destaque os trabalhos de Cruz (2002) e mais recentemente Dantas et al. (2010) sobre o processo de urbanização turística na costa nordestina. Destaque-se também Castrogiovanni (2001) e Castrogiovanni e Gastal (1999) - em trabalhos nos quais são tratados aspectos de ordenação do espaço urbano, parques temáticos, gastronomia, percepção do espaço, dentre outros, de Vargas⁴ (1996, 1997, 1998, 2000), que defende o desenvolvimento do turismo urbano através do lugar, cujos significados e valores manifestam-se na própria vitalidade e diversidade urbana e servem de referência para a construção do produto turístico, e de Teles (2006), com contribuições sobre o turismo urbano – ou sinonimicamente turismo em cidades – com estudo específico sobre a cidade

Capítulo 1. Turismo urbano: conceitos, práticas e questões atuais

⁴ Heliana C. Vargas é coordenadora de grupo de pesquisa junto à CAPES/CNPq denominado "Turismo Urbano: processos de gestão e produção do espaço urbano", em atividade desde 1996.

de São Paulo, particularmente sobre a distribuição de hoteis, centros de convenções e atrativos turísticos, tendo por referência o deslocamento do chamado *central business district* (distrito central de negócios, ou simplesmente CBD). Este último autor retoma estudos de Borg (1999) e Borg e Meer (1995), particularmente a "Teoria do Sistema Turístico Urbano".

No Brasil, a maior parte dos fluxos turísticos nacionais ainda se concentra em visitas a amigos e parentes (54%) - cuja motivação, em princípio, independe das paisagens e no turismo de sol e praia (33%) - que, em si, tem um lastro na fuga urbana –, restando interfaces eventuais com o acervo turístico das cidades (FIPE/EMBRATUR, 2009). Atualmente, as discussões sobre os significados de turismo cultural (incluindo suas práticas, fontes de demanda, tipos de oferta, impactos, etc.) são bastante restritas, fazendo crer que, pelo menos desde o ponto de vista conceitual, turismo cultural não se restringe às atividades de fruição do patrimônio histórico-cultural de áreas históricas de algumas cidades.

Portanto, as paisagens e as experiências urbanas, de maneira geral, não parecem estar na raiz das motivações dos fluxos turísticos nacionais – ainda que os deslocamentos para trabalho, negócios, compras, programas educacionais e tratamentos de saúde possam ter um significado importante, contudo bem pouco conhecidos em termos estatísticos.

Em particular, a aproximação da Copa do Mundo de Futebol, em 2014, e dos Jogos Olímpicos, em 2016, têm trazido à discussão o papel do turismo para as cidades, tendo em vista a projeção de aumento do turismo internacional e mesmo dos deslocamentos domésticos. Estas expectativas relacionadas a dois grandes eventos se somam a um momento de importantes transformações econômicas no Brasil, que têm sido relatadas com entusiasmo pela mídia e por setores do governo.

Esses elementos são de capital importância para estruturar uma discussão sobre turismo urbano. É ponto pacífico que as cidades, principalmente as grandes aglomerações urbanas, realizam cada vez mais oportunidades relacionadas ao turismo, quase sempre em função de atividades profissionais ou obrigações: congressos temáticos, feiras comerciais, reuniões de trabalho, tratamento de saúde, estudo ou mesmo visitas a amigos e parentes. E tudo isso deriva do simples fato de que a aglomeração acaba por gerar economias de escala suficientemente importantes para que tais atividades sejam privilegiadas no espaço econômico das grandes metrópoles.

Daí, portanto, a necessidade de se criar uma arcabouço conceitual de referência sobre a urbanização na contemporaneidade, para que, então, se possa conceituar o turismo urbano, particularmente no que se refere aos seus significados, sujeitos e intenções e, principalmente, às estratégias empreendidas para o desenvolvimento da atividade na escala intraurbana.

1.1. DISCUSSÕES PRELIMINARES: DA CIDADE À SOCIEDADE URBANA

Em um texto clássico sobre a "história do cenário físico da cidade", Benevolo (2004, p. 658) questiona-se sobre as contribuições e o legado da arquitetura modernista: "em que medida a pesquisa da arquitetura moderna transformou nosso ambiente de vida?". Este questionamento serve de referência para buscar entender os aportes da arquitetura moderna⁵ (e, junto disso, do urbanismo moderno) no enfrentamento das vicissitudes da urbanização contemporânea. Com base na crítica aos aspectos programáticos e formais da arquitetura moderna, é possível, então, entrar no campo que interessa a esta pesquisa: passadas décadas de experiências modernistas, parece que a discussão e as práticas urbanas ainda não deram conta de fazer frente às contradições da reprodução do espaço no modo de produção capitalista. Ao contrário, em muitos aspectos, a segregação parece ser a tônica, mesmo quando se desenham novas realidades urbanas.

Neste contexto, tanto propostas de projetos urbanos contemporâneos, quanto iniciativas de estímulo ao turismo e atividades correlatas na cidade não fogem das contradições desde o ponto de vista da reprodução do espaço e do capital. Os projetos urbanos orientam, cada vez mais, a gestão das cidades de atualmente, descolando-se da lógica totalizante do planejamento urbano focado nos planos diretores – que, se não foram eficazes enquanto político pública, propuseram um olhar abrangente sobre o tecido urbano, mesmo que fortemente influenciado por um viés estruturalista.

Na "antologia" do urbanismo, Choay (2003, p. 39) recupera a "história das idéias" relacionadas ao planejamento das cidades desde o século XIX, identificando na "Antrópolis" significativos elementos de apoio para as discussões que relacionam turismo e cidade. Formado por Patrick Geddes, Marcel Poète, Lewis Mumford, Jane Jacobs, Leonard Duhl e Kevin Lynch, este grupo de pensadores "fora do meio especializado dos urbanistas e dos construtores", almejava um

Capítulo 1. Turismo urbano: conceitos, práticas e questões atuais

⁵ Para Venturi et al (2003, p. 25), "[a] arquitetura moderna tem sido de tudo, menos tolerante: os arquitetos preferiram mudar o entorno existente em vez de realçar o que já existe".

planejamento urbano "humanista" e prezava por um "caráter empírico e variedade de ângulos" de observação.

Consoante a esta leitura, os argumentos de Lefebvre (2001, 2004), Canevacci (1997), Carlos (2001, 2003a, 2003b, 2004, 2005, 2010), Mongin (2009), Harvey (2005), Castelo (2007) são de especial importância para a leitura do turismo nas cidades, uma vez que reconhecem que a análise da morfologia é apenas um dos aspectos que formam o tecido urbano, sendo este o suporte para a sociedade urbana ou uma condição urbana.

De maneira bastante enfática, Mongin (2009, p. 23) sugere que "a cidade não se resume a uma experiência territorial, material, física; [...] é uma mistura de mental e construído, de imaginário e de físico". Para além disso, como menção aos aspectos sensoriais e mais sutis, esta condição urbana contemporânea pressupõe a "cidade entendida como experiência polifônica" (MONGIN, 2009, p. 29).

Ademais, em uma era de "pós-cidades", enseja-se uma crítica à forma das antigas configurações urbanas – que também serão questionadas por Lefebvre (2001, 2004) – para o autor, chega-se a uma condição urbana em que a "cidade não será mais referência primordial" (LEFEBVRE, 2004, p. 21). Em um paralelo, ainda que superficial, com a dinâmica turística, o autor menciona o "espírito provocador" do arquiteto Rem Koolhaas, que "zomba das cidades museus, das cidades europeias de vocação turística" – visão que não deixa de ser estereotipada, conquanto a apropriação turística não se resume às possibilidades na "cidade histórica".

A propósito da "polifonia urbana", Canevacci (1997, p. 20) defende uma "antropologia da comunicação urbana", através da qual é possível estudar e entender o "modo como uma determinada cidade comunica o seu estilo particular de vida, seu *ethos*, o conjunto de valores, crenças, comportamentos explícitos e implícitos".

É interessante notar como, em uma comparação com a experiência turística, o autor sugere que um *tour* apressado seria "simplesmente inconcebível em São Paulo, devido ao seu excesso de 'metropolitanidade'. Impossível porque a cidade desenvolveu-se de maneira tal que qualquer passeio organizado tornar-se-ia ineficaz e desprovido de sentido" (CANEVACCI, 1997, p. 15). Esse comentário levanta, desde já, questionamentos sobre como seriam possíveis experiências turísticas autênticas, agradáveis, memoráreis em cidades do porte de São Paulo – que, além de grandes, impõem uma "irrepresentabilidade simbólica", segundo o autor.

Já para Lefebvre (2001), a passagem de uma lógica de "cidade" para a de uma "sociedade urbana" dá-se na oposição entre valor de uso do espaço – que condiz com uma "vida urbana" e um "tempo urbano" – e valor de troca – que pressupõe essencialmente uma lógica de mercado. No primeiro caso, almeja-se o urbano como obra da coletividade. No segundo, a cidade como receptáculo de produtos intercambiáveis em mercados específicos.

Para o autor, a cidade "formada historicamente" não vive mais, não sendo possível apreendê-la na prática. Como um fetiche, cheio de anacronismo, esta cidade "não é mais do que um objeto de consumo cultural para os turistas e para o esteticismo, ávidos de espetáculos e de pitoresco" (LEFEBVRE, 2001, p. 104). Esse cenário reflete uma "crise da cidade", tanto do ponto de vista teórico, quanto prático. Para o autor, "[n]a teoria, o *conceito de cidade* (da realidade urbana) compõe-se de fatos, de representações e de imagens emprestadas à cidade antiga (pré-industrial, pré-capitalista), mas em curso de transformação e nova elaboração".

No entanto, o urbano – base para uma sociedade urbana – persiste. Sua teoria parte da hipótese de uma urbanização completa da sociedade, "hoje, virtual; amanhã, real" (LEFEBVRE, 2001, p. 15). Esta transição, denominada "revolução urbana", seria o

conjunto das transformações que a sociedade contemporânea atravessa para passar do período em que predominam as questões de crescimento e de industrialização (modelo, planificação, programação) ao período no qual a problemática urbana prevalecerá decisivamente, em que a busca das soluções e das modalidades própria à *sociedade urbana* passará ao primeiro plano (LEFEBVRE, 2001, p. 19).

A definição mais ampla de urbano pressupõe que o tecido urbano não designa "de maneira restrita, o domínio edificado nas cidades, mas o conjunto das manifestações do predomínio da cidade sobre o campo" (LEFEBVRE, 2001, p. 17). Ou seja, mais do que a materialidade da cidade – que, com efeito, é parte do urbano – a sociedade urbana estaria caracterizada essencialmente por seus hábitos e modos de vida.

Do ponto de vista prático, essa transformação será o resultado da implosão-explosão da cidade a partir da industrialização ("concentração urbana, êxodo rural, extensão do tecido urbano, subordinação completa do agrário ao urbano"), que culminará em uma "fase crítica". E o que se dá nessa fase crítica? Sem datar o processo, o autor afiança que "o urbano [...] define-se não como realidade acabada, situada, em relação à realidade atual, de maneira recuada no tempo, mas, ao contrário, como horizonte, como virtualidade iluminadora" (LEFEBVRE, 2001, p. 28, ênfase adicionada).

Se essa crise se desenrolava nas cidades emergidas da industrialização dos países europeus e, ainda, representava um panorama dos anos de 1970 ("até o presente, a fase crítica comporta-se como uma 'caixa preta'"), poder-se-ia dizer que este horizonte converteu-se, na atualidade, em presente? Ou, na acepção lefebvreviana, trata-se de um horizonte eternamente inalcançável, significado de um constante desenrolar, uma "abstração científica" (LEFEBVRE, 2001, p. 28), sem desaguar em uma realidade completa? No fim da obra – ao falar da "sociedade urbana" – o autor assevera que "um tal discurso não pode ser acabado. Ele comporta, por essência, o inacabamento. Ele se define como reflexão sobre o futuro, implicando operações no tempo e não somente no espaço" (LEFEBVRE, 2001, p. 152).

Não reconhecer esta realidade pungente levaria a uma "cegueira", não apenas desde o ponto de vista teórico, senão também na prática urbana – ou no urbanismo, entendido como "pseudoconceito" que pressupõe uma "prática industrial e evacuação da racionalidade urbana" (LEFEBVRE, 2001, p. 48). Na verdade, em toda sua argumentação, o autor enfatiza que a subordinação do urbano ao industrial é um equívoco de origem, tendo em vista que a cidade não se explica somente pela indústria (ainda que tenha assumido formas muito particulares após a industrialização), daí porque uma sociedade urbana não pode ser interpretada pelo "pensamento analítico fragmentário e especializado no curso deste período industrial".

Para Carlos (2003a), no processo de reprodução do capital, dois processos se conjugam para a ocupação do espaço pela sociedade, particularmente no que se refere aos modos de uso do solo: de um lado, vinculado ao processo de produção e reprodução do capital (que atualmente, na forma de capital imobiliário, privilegia empreendimentos imobiliários) e, de outro, vinculado à reprodução da própria sociedade, tanto da força de trabalho, quando da população em geral (consumidores). Assim, a produção da cidade, "enquanto processo de valorização, [...] aparece sob a forma de mercadoria, que se realiza através do mercado; isto é, a terra urbana é comprada e vendida no mercado imobiliário enquanto mercadoria" (CARLOS, 2003a, p. 28). Com freqüência, a materialização deste processo resulta em paisagens turísticas na cidade, cujo conjunto é fruído diretamente pelos visitantes, tanto quanto alimenta o imaginário das cidades turísticas da contemporaneidade — especialmente pelos skylines das áreas corporativas, onde o capital imobiliário se apresenta em sua plenitude.

No que tange à prerrogativa da prática urbanística, Lefebvre (2001, p. 62) qualifica de "pretensão abusiva" a legitimidade que se advogam a alguns especialistas, posto que "[o] saber não coincide nem com um savoir faire, nem com uma soma de técnicas. Ele é retórico, provisório,

passível de reexame, contestável". Essa é uma discussão especialmente importante quando se interpõem a <u>técnica</u> – que pode se converter em "estratégias dissimuladas, cobertas por uma cientificidade aparente" (LEFEBVRE, 2001, p. 156) e o <u>cotidiano</u> na gestão urbana, incluindo propostas de intervenção, momentos em que determinados grupos de interesse lançam mão do primado de determinados saberes técnicos e ou científicos para justificar medidas que vão de encontro a interesses da coletividade.

Disso podem-se questionar as ênfases das medidas de intervenção urbana – consagradas alhures como "revitalizações" –, que pressupõem, não de maneira ingênua, que porções do espaço urbano "morreram", pelo fato de já não apresentarem o dinamismo original. Muitas vezes, formas de vitalidade urbana, longe de inanimadas, podem ainda fazer parte de determinados circuitos urbanos – e, eventualmente, até serem fonte de atração para o olhar do visitante, ainda que fora de "certos padrões de desenvolvimento" (HARVEY, 2005, p. 179).

Neste sentido, foram se desenhando formas de intervenções urbanas reconhecíveis em escala global, que se consagraram como práticas recorrentes na competição entre lugares a partir da década de 1970, configurando-se numa "reprodução repetitiva e serial de certos padrões de desenvolvimento (como a reprodução em série de *world trade centers* ou de novos centros culturais e de entretenimento, de construções à beira mar ou do rio, de *shopping centers* pós-modernos, etc.)", como afirmou Harvey (2005, p. 179).

Por um viés historicista, Le Petit (2001, p. 181, ênfase adicionada) acrescenta que a produção da cidade pressupõe uma "adequação [...] entre o construído e as atividades que nele se desenvolvem", processo no qual "forma e função evoluíram segundo cronologias semelhantes" e o construído (entendido como *forma*) não pode ser considerado antigo, já que "nele não há passado, mas um **presente contínuo de formas e usos**". Em que pese a ação dos urbanistas, emergem diferentes "modalidades de replicações", aplicadas a "fragmentos passados do espaço urbano", que passam a assumir "diferentes significações", na contemporaneidade.

Portanto, os usos e significados do urbano no presente não podem prescindir – supondo que isso fosse possível – das referências originais contidas no "traço urbano", entendido como o "conjunto de fragmentos herdados dissonantes", ainda que as práticas sociais, nos vários momentos históricos, resultem de concatenações particulares e, por vezes, estranhas às funções urbanas originais. Da mesma forma, o império da mesmice não parece ser algo factível, pois, conforme argumentou Lefebvre (2002, p. 47), "[a]pesar dos esforços da homogeneização pela técnica, apesar da constituição de isotopias arbitrárias [lugares do mesmo, mesmos lugares], ou seja, de

segregações e separações, nenhum lugar urbano é idêntico a outro". Esta é, particularmente, uma questão fulcral para se discutir o rebatimento no território do turismo, que costumam ser questionados como espaços homogeneizados e sem significado (AUGÉ, 1994).

Do ponto de vista gerencial e político, parece confirmar-se uma tendência de "ajuste urbano" (ARANTES, 2004) como prática neoliberal de gestão do território, em que instituições multilaterais de crédito viabilizam com freqüência cada vez maior a implantação de projetos urbanos pontuais, tendo nos negócios turísticos ou lazer urbano estratégias recorrentes. Trata-se de um viés que faz lembrar, em alguns aspectos, a cidade como "máquina de crescimento" (*growth machine*) (MOLOTOCH, 19766 apud ORUM, CHEN, 2005), em que o espaço urbano poderia ser pensado não apenas como valor de uso, mas também por seu valor de troca. Em suma, a comodificação do espaço, cujo consumo correntemente é feito de maneira fetichista.

Neste ponto, emerge uma discussão bastante atual, que aponta para um conflito imanente: tidas como práticas afeitas à competição entre lugares, os projetos urbanos poderiam estar se tornando ordinários – tanto na sua programação de usos (HARVEY, 2005), quanto nas experiências urbanas – neste caso, levantando questões relativas à banalização do espaço e do cotidiano em si (FEATHERSTONE, 2007; RITZER, 2005; MUÑOZ, 2008).

Representando outra matriz argumentativa, Castello (2007) envereda em uma discussão acerca de possíveis efeitos positivos resultantes de "percepções estimuladas" decorrentes da "projetação de lugares", as quais, partindo de referenciais urbanos originais, gerariam "clonagens de lugares" para fins específicos. Ao "atribuir aos lugares da clonagem algo como um *benefício da dúvida* quanto à oportunidade de sua existência", o autor argumenta que a "construção de novos lugares poderá trazer à qualidade de vida das pessoas nas cidades [...] mesmo que esses lugares [...] percorram vias envolvendo procedimentos mercadológicos" (CASTELLO, 2007, p. 11-12). Ou seja, os grandes projetos urbanos da contemporaneidade, a despeito de incorporarem conflitos sociais, carregam, em si, possibilidades de inserção positiva na vida das comunidades.

Partindo da idéia de que o lugar é o espaço percebido e que decorre de "intensa apropriação pública" Castello (2007, p. 29) propõe uma abordagem fenomenológica do lugar no contexto urbano, na qual se prioriza o valor da experiência e da vivência, o que exige um "reexame dos paradigmas que constituíram o traço distintivo das visões modernistas da primeira metade do

⁶ MOLOTOCH, H. "The city as a growth machine". American Journal of Sociology. N. 82, set. 1976, p. 309-332.

século XX" (CASTELLO, 2007, p. 13-14). Nesse ponto, vale recobrar o argumento de que, no uso do espaço urbano, o costume precede ao contrato (LEFEBVRE, 2004), confirmando o caráter vivido do lugar, mais do que determinado por imposições jurídicas.

Assim, a percepção de um lugar – "interação entre pessoas e ambiente" – se pode fazer a partir da "apreensão de estímulos de natureza sócio-cultural [...], ou de natureza morfológica-imagética [...] ou finalmente de natureza fruitivo-funcional" (LEFEBVRE, 2004, p. 163). De alguma maneira, as três categorias incorporam situações que estão na base das experiências turísticas (por exemplo, narrativas, histórica tradição, dons naturais, estética, fruição sensorial, prazer), servindo de referência para a compreensão do turismo urbano enquanto fenômeno.

Em que pesem determinados formatos de intervenções urbanas, "o emprego da percepção estimulada nos projetos dos novos lugares – [...] "da clonagem" – pode **produzir lugares ricos em urbanidade para a sociedade urbana** nas cidades do início do século XXI" (CASTELLO, 2007, p. 32-33, ênfase adicionada). Essa produção de lugares (*placemaking*) pode estar associada às práticas de marketing de lugares (*placemarketing*), conjugação que, na visão do autor, pode ser positiva – conquanto capaz de valorizar a pluralidade – e resultar em "atrações para chamar visitantes e turistas".

Essas questões, de variadas formas, condicionam a prática e sustentam a análise do turismo urbano na contemporaneidade, especialmente pelo viés dos estudos urbanos. Para que seja possível dar a conhecer essas imbricações (entre cidade e turismo), na seqüência, serão delimitadas questões concernentes ao turismo, buscanto estabelecer, quando pertinente, concatenações teóricas mais amplas. Com isso, almeja-se delimitar o que se tem chamado de turismo urbano.

1.1. O TURISMO NA CIDADE CONTEMPORÂNEA: REVISANDO CONCEITOS

Pelo senso comum, é incontestável que o turismo vem aumentando sua importância na atualidade, algo que se observa por indicadores elementares, tais como número de chegadas de visitantes, volume de investimentos em setores específicos (meios de hospedagem, empresas de transporte, espaços para eventos, etc.), expansão de instituições e entidades públicas vinculadas ao setor, linhas de financiamento nacionais e internacionais destinadas a projetos turísticos, promoção crescente em variadas mídias de destinos, serviços e produtos turísticos, etc. As previsões do World Tourism and Travel Council (WTTC) realizadas em 2011 para o setor de viagens e turismo eram de que o setor empregaria 260 milhões de pessoas e contribuiria com mais de 9% (US\$ 6 trilhões) do

Produto Interno Bruto (PIB) mundial, representando 4,5% (US\$ 650 bilhões) de todos os investimentos estrangeiros no mundo (WTTC, 2011, p. 2).

Entre 2000 e 2010, segundo dados da OMT, o número de desembarques de turistas internacionais passou de 675 milhões para 940 milhões, mesmo com importantes eventos de desestímulo à atividade (ataques terroristas, catástrofes naturais e instabilidades econômicas), representando um crescimento médio de 3,4%. Nos mercados emergentes, foi de 5,6% e nas economias avançadas de 1,8% (WTTC, 2011, p. 8).

Países que viviam sob conflitos políticos e étnicos ou sob condições socioeconômicas bastante desfavoráveis aumentaram sua participação no turismo global, o mesmo acontecendo em alguns países do Oriente Médio, do Leste Europeu, da África e do Sudeste Asiático⁷. A China, isoladamente, deve se confirmar como o maior emissor e receptor de turistas internacionais.

Entre 2000 e 2010, nos países do Oriente Médio, da Ásia e da América Latina, observou-se um expressivo aumento relativo da contribuição do turismo no PIB nacional (cerca de 70%, 64% e 42%, respectivamente), ao passo que Europa e América do Norte registraram perdas – cerca de 10% e 3% respectivamente (WTTC, 2011, p. 10). Nos países de economia emergente, ao mesmo tempo em que aumenta sua participação no turismo mundial, o setor passa a representar mais importância na economia interna.

A despeito do vigor atual, o turismo, como atividade organizada, é um fenômeno que difunde-se com vigor depois da Segunda Guerra Mundial, dadaa estabilização social, política e econômica dos países então entendidos como de "Primeiro Mundo" – hoje responsáveis pela expansão dos grandes fluxos turísticos ainda hoje predominantes –, bem como as transformações tecnológicas e econômicas (desenvolvimento de maiores e mais eficientes aviões, expansão global das empresas dos setores de hospedagem, de agenciamento e operação turística), notadamente das sociedades européias e norte-americanas.

A constituição da OMT, em Madrid (Espanha), configura-se como um marco de referência, também pelo fato de ter-se instalado m ume país onde o turismo auxiliou na reconstrução do pósguerra, motivo pelo qual a entidade confirmaria uma cultura de ação predominantemente economicista.

•

⁷ A título de ilustração, entre 1995 e 2008, houve um aumento expressivo de desembarques internacionais de turistas na Malásia (de 7,4 milhões para 22 milhões), na China (de 20 milhões para 53 milhões), na Tailândia (de 6,9 milhões para 14,5 milhões), em Cingapura (de 6 milhões para 7,8 milhões) e na África do Sul (de 4,4 milhões para 9,5 milhões).

A OMT entende que turismo é definido pelo viajante que se desloca para uma localidade diferente daquela de residência e realiza, ao menos, um pernoite, independentemente de suas motivações (o que inclui trabalho), definição que tem um importante efeito prático para os estudos econômicos, já que permite a contagem de visitantes que têm capacidade de aportar receitas aos destinos, regiões ou países (com consumo de bens e serviços de hospedagem, alimentação, entretenimento, etc.).

Sobre haver ou não um consenso sobre os significados de turismo e, particularmente, de turista, Santos (2004, p. 15) confirma que "os principais pontos de discordância são relativos aos elementos que podem ou não constituir a motivação principal dos turistas, às permanências mínima e máxima e à delimitação do conceito de local de residência ou entorno habitual"...

Estes pontos de reticência são importantes de serem lembrados nesta pesquisa, pois, conforme argumentado alhures, os sujeitos participantes das atividades urbanas não necessariamente são entendidos como turistas, ainda que sejam considerados público-alvo para muitas intervenções urbanas.

Noguero (2010) questiona a ênfase desta que é a entidade de maior influência no turismo mundial, pelo fato de reproduzir, em suas normativas e seus estudos, uma visão estruturalista, privilegiando aspectos econômicos do turismo, em detrimento de outras mediações possíveis (antropológicas, psicológicas, ambientais, etc.).

Com efeito, os principais métodos e instrumentos econométricos começaram a ser desenvolvidos entre os anos 1960 e 1970, afiliando-se a um viés tecnicista do turismo, em que pese abordagens vinculadas à teoria geral dos sistemas. Isso se explica pelo fato de, sendo "ciência derivada", a econometria se baseia na construção de modelos teóricos, particularmente modelos econométricos, principalmente provenientes da matemática e da estatística (RABAHY, 2003, p. 149).

O modelo origem-destino de Neil Leiper, originalmente proposto em 1979 e atualizado em 19908, é um dos mais influentes e comporta três elementos: turista, como o ator do sistema; elementos geográficos (região geradora de visitantes, região de destinação de turistas e região de rotas de trânsito (**Figura 1**) e a indústria turística (conjunto de empresas e organizações envolvidas na oferta do produto turístico) (COOPER et al., 2001, p. 38-9).

⁸ LEIPER, N.The tourism system.Massey University Press, 1990.

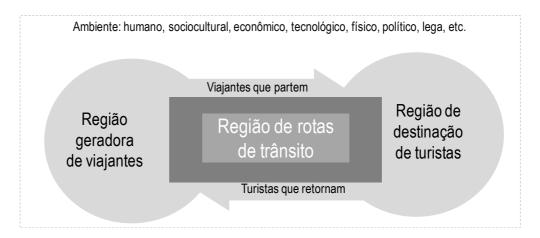


Figura 1 – Sistema de Turismo (Leiper)
Fonte: adaptado de Leiper (1990 apud COOPER et al., 2001)

Por mais que recorrentes, as leituras sobre teorias de sistemas vêm sendo criticadas pelo fato de conseguirem explicar alguns elementos do turismo, sem, porém, permitirem uma compreensão total do fenômeno. Por isso, têm surgido "análises inovadoras com a aplicação da teoria dos rizomas, da complexidade e da fenomenologia" (LOHMANN, PANOSSO NETTO, 2008, p. 28). Uma abordagem que segue se expandindo, apesar de não ser dominante, é a visão do turismo como fenômeno "socioantropológico" (BARRETO, 2004) e socialmente complexo, que extrapola a visão simplificadora de caráter fundamentalmente econômico (ROJAS, 2007) e cujas atividades se centram no "caráter humano" (MOESCH, 2002).

Portanto, questionam-se visões que resumem e condicionam o turismo (suas atividades, sujeitos, objetos, impactos, possibilidades) a uma abordagem funcionalista, bastante presente nos estudos ligados à economia, à administração e ao marketing – justamente as que primeiro se constituíram e ainda seguem sendo influentes.

Existem, ainda, algumas correntes internacionais que costumam ser acionadas para a compreensão do turismo na contemporaneidade. Molina (2004, p. 27) insiste que, em um contexto pós-moderno, o turismo já extrapolou os princípios fordistas, de maneira que "o turista passa de uma atitude passiva, de aceitar o que lhe vendem e de praticar o que lhe sugerem, a decidir por si próprio e a selecionar atividades de seu interesse. Surge, assim, o turista ativo".

Neste contexto, as cidades respondem ao novo momento do turismo, que, deixando de ser predominantemente industriais, "típico produto do modernismo, [dão] passagem à cidade do entretenimento, que é a do pós-modernismo. A opção para se passar de uma fase à outra foi o

turismo" (MOLINA, 2004, p. 29). Assim, as cidades convertem-se em espaços de consumo e não somente de produção,⁹ – ainda que, desde o ponto de vista turístico, o produto turístico esteja sendo produzido, porém em padrões bastante diferentes dos da produção industrial.

Destarte, algumas dessas nuanças precisam ser relativizadas em função da condição de cada país, especialmente num contexto de forte e desigual divisão internacional do trabalho e do capital. No que toca à forma e às funções urbanas contemporâneas, é difícil acreditar que tenha havido um salto repentino, ou seja, se as transformações são reais, certamente elas acontecem de maneiras particulares em cada contexto e, principalmente, em ondas de transição.

No tocante ao "novo" comportamento do turista, vale o argumento de Williams (2000) no que se refere às questões sobre hospitalidade¹⁰, e que certamente interferem na forma como as pessoas apreendem e interpretam os lugares visitados:

[N]a sociedade pós-moderna contemporânea ocidental os consumidores não adotam estilos de vida consistentes e reconhecíveis, mas optam por uma combinação eclética de bens e serviços na busca por experimentar uma gama de identidades, freqüentemente conflituosas (WILLIAMS, 2000, p. 237, tradução nossa, ênfase adicionada).

Ademais, ainda estão por serem estudados os níveis de autonomia e independência no comportamento dos visitantes (conquistados ou desejados). Que a tendência seja um comportamento mais ativo é um ponto de vista razoável, no entanto, a generalização – especialmente para um mercado turístico jovem como o brasileiro – pode ser danosa para a real compreensão do turismo na atualidade. Em um mundo dominado pelo "hiper real", onde simulação e simulacro (BAUDRILLARD, 1991) são partes quase inerentes da vida contemporânea, eventualmente isso poderia não causar tanto incômodo aos sujeitos, tanto quanto aos teóricos, afinal, em uma "economia da experiência" (PINE II, GILMORE, 1999) os clientes são entendidos como "atores" – daí a ideia de "encenação".

⁹ Para Lucchiari (2004, p. 127), "[a]Igumas características mais marcantes definem a urbanização turística, distinguindoa do processo tradicional de urbanização e de produção das cidades industriais (...) Na *urbanização turística*, o consumo tem mais visibilidade que a produção, o que não significa que a produção perca sua importância, mas que o consumo passa a ser mais constitutivo das paisagens das cidades".

¹⁰ Uma das ênfases de compreensão e estudo do turismo se dá no campo da hospitalidade, com fartos estudos sobre o tema, inclusive no que se refere à hospitalidade urbana. Considerando que este não é um eixo de abordagem desta pesquisa, sugere-se consultar estudos que tratam do tema de maneira pura, bem como em suas interfaces com o turismo, o lazer e a cidade: Bell (2007), Dencker e Bueno (2003), Campos (2005), Derrida (1997), Dias (2002), Camargo (2004), Grinover (2007), Lashleyet al (2007), Lashley e Morrison (2004), Montandon (1999; 2001; 2004), Raffestin (1997), Scherer (1997), Walker (2002)

Assim, o urbano configura-se como sustentáculo para a reprodução social e do capital na contemporaneidade na qual, seguindo essa linha de raciocínio, se insere o turismo. Por isso, é urgente entender a cidade não mais apenas como privilegiado pólo emissor de turistas, de onde partem visitantes para destinos cujas atividades tendem apenas a realçar experiências distantes do cotidiano. Com isso, é possível entender o turismo urbano – também em todas as suas diferenças e recorrências – como parcela cada vez mais importante das sociedades atuais.

Assim, mais do que transformar valor de uso em valor de troca (redundando apenas em comércio de produtos padronizados), com o turismo projetam-se signos, que, por si só, revestem-se de valor; daí, portanto, a significância da construção de imagens e símbolos vinculados ao turismo (FAINSTEIN, GLADSON, 1999, p. 28). No caso do turismo urbano, o suporte material para as experiências urbanas se assenta nas marcas do espaço (dadas, adaptadas ou criadas com especificidade), referenciadas nas paisagens resultantes do processo de urbanização, em que o turismo pode ser um fator condicionante de importância variável.

Conforme argumentado na sequência e seguindo argumentos de Selby (2004a, 2004b) e Maitland (2010), é bastante plausível reconhecer que, no que se refere às experiências urbanas contemporâneas, turistas e residentes podem desempenhar funções semelhantes, bem como desfrutar de experiências nos mesmos espaços, de maneira conjugada. Essas considerações são imprescindíveis quando se estudam de porções das cidades que passaram ou passam por intervenções voltadas a atividades de lazer e entretenimento urbanos.

Selby (2004b) advoga pela compreensão do turismo com base no urbano harmonizada nas ciências sociais, especialmente pelos conceitos de imagem, cultura e experiência. Em linhas gerais, o autor defende (SELBY, 2004b, p. 62) que "os mais significativos progressos no sentido de conceituar a experiência turística urbana ocorreram nas fissuras e nas brechas das epistemologias hegemônicas", tanto pela crítica aos materialistas (David Harvey, Michael Sorkin e Robert Hewison), quanto no envolvimento com os estudos culturais (Jean-François Lyotard, Henri Lefebvre, Jürgen Habermas, Edward Soja). A crítica maior, segundo o autor, refere-se à visão "que credita bem pouca autonomia aos consumidores de lugares". No contraponto, a "cidade deveria ser entendida [...] no nível das diferentes experiências". Isso implica uma preocupação com o contexto, um interesse nas diferenças e uma ênfase na experiência cotidiana de grupos de pessoas na cidade

1.2.1. O conceito de turista no âmbito do turismo urbano

Para Cruz (2001, p. 5), "o turismo é [...], antes de mais nada, uma prática social, que envolve o deslocamento de pessoas pelo território e que tem no espaço geográfico seu principal objeto de consumo". Portanto, o ato de viajar está condicionado às formas de organização social, que ensejam vários fatores para a valorização de paisagens como turísticas, que variam no tempo.

Concordando com Urry (2001, p. 29), que "o turismo resulta de uma divisão binária básica entre o ordinário/cotidiano e o extraordinário", em que "as pessoas precisam vivenciar prazeres particularmente distintos, que envolvam diferentes sentidos, ou que se situem numa escala diferente daquela com que se deparam na vida cotidiana", por qual razão as experiências na escala intra-urbana não podem ser entendidas sob a égide do turismo – neste caso, o turismo urbano –, mesmo para aqueles e aquelas que nela vivem?

Por mais ordinária que possa ser a paisagem urbana a seus moradores, os significados e interações que se processam podem perfeitamente variar, de maneira que o residente, tal qual Walter Benjamin¹¹, converte-se, se assim o desejar, no *flâneur*, "perambulando" pela cidade, imiscuindo-se a massas humanas que terão todos os interesses, inclusive os turísticos.

Seria o caso, então de perguntar: a viagem, enquanto deslocamento longo e estruturado, ainda é condição para a existência do turismo? Se sim, quais os tipos ou padrões de viagens (e de viajantes) são os referenciais para a definição do fenômeno? E como esses questionamentos influenciam a identificação, a observação e a definição do turismo urbano? Por mais simplórias (ou aparentemente retóricas) que sejam as perguntas, elas parecem fulcrais, justamente pelo fato de que o conceito, as práticas, o alcance, a forma e as tendências em torno das "viagens" e do "turismo" – e, por conseqüência, do "turistas" – na contemporaneidade podem ser elementos explicativos de um fenômeno bem pouco entendido, o turismo urbano.

Neste sentido, um elemento diferenciador poderia ser a figura do viajante, como sendo este o sujeito do turismo. Desta forma, moradores de uma determinada cidade, ainda que se assemelhando em suas práticas espaciais urbanas aos turistas que vêm de fora, dificilmente seriam

¹¹ Walter Benjamin (1892-1940) "não pode ser encarado como um 'sociólogo urbano' stricto sensu. Foi antes um perambulador, que circulava pelas ruas de Paris, consagrando assim o conceito de flâneur, cunhado por Baudelaire. [...] O flâneur assume, segundo Benjamin, sua condição de viajante da modernidade e resolve contar-nos o que viu em sua perambulação, transformando-se assim em 'narrador'" (FREITAG, 2006, p. 29, 33).

considerados viajantes¹². Contudo, pode ser útil incorporar no estudo do turismo urbano – com se verá adiante – tanto os viajantes que chegam às cidades (portanto, os turistas), quanto os moradores que buscam experiências na sua própria cidade¹³. Conforme Maitland (2010, p. 178),

residentes consomem a cidade de maneiras similares aos turistas[...]. Eles desfrutam as mesmas atividades que os visitantes turistas e consomem a nova cultura urbana. Em certos casos, em grandes cidades, isso pode ser claramente entendido como um caso de turismo interno: residentes visitam partes das cidades que são novas para eles ou que oferecem atrativos particulares, como as áreas centrais.

Contudo, convém ponderar uma questão exacerbada por Mailtand (2010), uma vez que a diferença é sutil, porém existe: tratar vários grupos sob a rubrica de turismo urbano não significa igualá-los em uma única categoria de visitantes. Para efeitos de definição, pode-se convencionar que visitantes são os sujeitos que praticam o turismo urbano, formado por **moradores** (ou residentes) em atividades recreacionais e viajantes (ou turistas) que chegam à cidade por conta de suas obrigações (trabalho, saúde, educação, religião e visitas a parentes e amigos) ou por livre escolha (lazer¹⁴).

Entretanto, reconhecendo que as motivações de viagem não se dão de maneira pura, é razoável levar em conta que visitantes que vão a uma cidade por obrigações, possam desempenhar atividades típicas de lazer em momentos livres de seus compromissos (viajantes de negócios, no período da noite; peregrinos, nos momentos de espairecimento; pessoas que visitam parentes e, muitas vezes com eles, fazem atividades de lazer, etc.).

¹² Ainda assim, apenas para registro, é importante ter em visa que mesmo essa afirmação merece ponderações de ordem semântica, vide o fato de que nos estudos e pesquisas de transportes urbanos, a palavra "viagem" é correntemente usada para nominar os deslocamentos internos a uma aglomeração urbana.

¹³Häussermann e Colomb (2003, p. 210) questionam as medidas de promoção de Berlim que teriam os moradores como público-alvo de ações de *marketing* urbano, através de eventos locais, como "uma ferramenta potencial para (re)criar o senso de identidade local, amenizar conflitos sobre novos empreendimentos na cidade ou estimular o potencial de desenvolvimento econômico endógeno". Igualmente, em Barcelona, as "as festividades associadas com os jogos [olímpicos] – de feiras públicas a eventos culturais – fortaleceram o patriotismo local e o orgulho cívico" (GARCÍA, CLAVER, 2003, p. 116-7).

¹⁴A dicotomia entre tempo de trabalho e tempo de não-trabalho (ou tempo liberado do trabalho) está na base dos significados do lazer, especificamente no bojo das sociedades industriais, e é suficiente para desfazer a confusão comum entre tempo livre e lazer. Para Dumazedier (2001, p. 26), "[o] tempo fora do trabalho é, evidentemente, tão antigo quanto o próprio trabalho, porém o lazer possui traços específicos, característicos da civilização nascida da Revolução Industrial". Historicamente duas condições da "vida social" definiram o lazer contemporâneo: as atividades da sociedade deixaram de ser regradas pelos rituais da vida da comunidade e o trabalho profissional destacou-se das demais atividades, de maneira que o templo livre pôde se claramente diferenciar, ensejando atividades de lazer, realizadas de maneira autônoma e espontaneamente (DUMAZEDIER, 2001, p. 28).

Os processos espaciais não se concretizam de forma cartesiana, de maneira que os lugares turísticos de grandes cidades, diferentemente de outros destinos onde o turismo prevalece sobre outras atividades e usos espaciais, poderão ser – e efetivamente serão – os mesmos das atividades habituais da cidade, em que todas as atividades se misturam para conferir a vitalidade e a diversidade da cidade contemporânea¹⁵.

As áreas centrais normalmente concentram boa parte das atrações turísticas de uma grande cidade; ali, os vários sujeitos, do ponto de vista espacial, particularizam os espaços (gestando, portanto, territórios turísticos) e consomem as paisagens. Nesta abordagem, é difícil (supondo que interessante) discernir usuários específicos para territórios particulares.

No que tange ao rebatimento espacial dessas considerações, a dinâmica dos fluxos de turismo urbano estarão definidas por parâmetros muito particulares, que se subsumem na complexidade de funções urbanas. Portanto, quaisquer porções do tecido urbano poderão ensejar o turismo urbano, desde aquelas formalmente reconhecidas como atrativos turísticos até expressões espaciais mais corriqueiras – ou cotidianas (MAITLAND, 2010) ou ainda ordinárias –, que, em princípio, representariam aspectos banais da paisagem urbana.

Ainda assim, certas centralidades turísticas podem emergir nas cidades, definidas pela injunção entre interesses dos visitantes – o "olhar do turista" (URRY, 2001) – e estruturas materialmente concentradas, visíveis na manifestação dos elementos que atraem tais interesses e necessidades dos visitantes, como os de meios de hospedagem, atrativos turísticos, facilidades (táxis, restaurantes, serviços de informação) – lembrando, contudo, que existem certas facilidades e espaços que se dividem na sua função de atender ao turista e ao morador.

Por mais que não seja fácil – ou mesmo possível – isolar o "uso específico de espaços na experiência urbana dos visitantes" (HAYLLAR et al., 2008, p. 8), alguns elementos podem aparecer como dominantes no contexto urbano, como infra-estrutura, rede de serviços e facilidades turísticas. Este é o caso dos atrativos (ou atrações) turísticos, elemento básico do turismo urbano, que "oferece aos visitantes atividades passivas e também mais ativas que ocupam o tempo de suas visitas" (PAGE, 1995, p. 70).

¹⁵ Este é um ponto de coincidência na visão dos estudiosos do turismo urbano (PEARCE, 2003; PAGE, 1995; LAW 2002; SELBY, 2008; SPIROU, 2011), especialmente quando tratam de entender as intervenções urbanas nas grandes cidades, que se convertem em espaços de consumo e fruição tanto para moradores, quanto para turistas.

Pearce (1995), em estudo sobre Paris, chama atenção para a micro-escala, propondo uma análise do turismo em situações bem particulares, em que pese o estímulo a visitas convencionalmente desconsideradas. Portanto, "a interação dos visitantes com outras redes de usuários deve ser levada em conta já que os mesmos lugares podem se constituir como partes significativas dos espaços cotidianos dos moradores (PEARCE, 1995, p. 94). Contudo, existem também iniciativas de segregação, mediante intervenções de natureza monofuncional – onde o turista, em uma visão idealizada e, por vezes, estereotipada – é visto como público-alvo ideal.

Estes seriam os casos dos "não-lugares" (AUGÉ, 1994) ou das "bolhas turísticas" (JUDD, 1999), com tudo o que a artificialização traz de negativo. A propósito, há muitas argumentações – por exemplo, Yázigi (2009), que insiste que Puerto Madero (Buenos Aires), um projeto urbano facilmente categorizável como bolha turística, continua sendo parte do tecido urbano da cidade e, estando aberto à visitação e fruição, é um lugar turístico, em essência.

A estrutura básica para se entender as "dimensões geográficas do turismo", pelo viés de um "sistema origem-ligação-destino" (PEARCE, 2003, p. 26), poderia ser tratada e compreendida sob várias escalas, inclusive no âmbito do espaço intra-urbano de grandes aglomerações. Lohmann e Panosso Netto (2008) citam que o parâmetro adotado pelo Departamento de Estatística da Nova Zelândia para qualificar uma viagem como turística é o deslocamento de no mínimo 40 quilômetros, enquanto que no Canadá o mesmo critério baseia-se em um deslocamento de 80 quilômetros.

Por este viés, então, seria possível ter turismo no âmbito da cidade, inclusive porque os critérios não são rígidos e, mais ainda, porque a dinâmica urbana de grandes aglomerações impõe situações menos convencionais do que os deslocamentos das viagens turísticas convencionais (por rodovias ou deslocamentos aéreos).

Estes questionamentos, mais do que provocativos, buscam, através do estudo do turismo, entradas específicas para a questão urbana na contemporaneidade, ensejando, assim, condições para que se estabeleça as "conexões entre as transformações das esferas socioeconômicas e espaciais" (VILLAÇA, 2001, p. 25).

¹⁶ Yázigi (2009) registra que "o conceito de não lugar é inaugurado por Merleau-Ponty e Michel de Certeau; mas foi a partir de Marc Augé que se expandiria para outras disciplinas: 'se um lugar pode se definir como identitário, relacional, histórico, um espaço que não pode se definir nem como identitário, nem como relacional, nem como histórico, definirá um não lugar'" (p. 519).

Assim, o turismo no espaço urbano pode ser entendido como manifestação de "processos socioespaciais intra-urbanos significativos" (VILLAÇA, 2001, p. 26), que tampouco foram devidamente estudados até o presente. Ademais, reconhecer o "papel dos deslocamentos espaciais do ser humano como especificador do espaço intra-urbano" permite ampliar a compreensão sobre as formas e os significados do turismo urbano em grandes cidades. Para o autor, não basta explicar certas configurações espaciais, faz-se urgente "explicá-las e articular a explicação com as transformações dos demais elementos da estrutura urbana" (VILLAÇA, 2001, p. 36).

A opinião de Pearce (2003), neste particular, é especialmente esclarecedora, conquanto expõe a insuficiência conceitual das definições técnicas sobre turismo e turista para o entendimento da complexa dinâmica do turismo urbano

Exceção feita ao setor de acomodações, são poucas as instalações e serviços que, utilizados pelos turistas, **são especialmente construídos ou oferecidos para eles. Assim, eles compartilham com os residentes locais** – e isso em graus variados – os serviços de transporte, lojas, restaurantes, catedrais, museus, teatros e outros (PEARCE, 2003, p. 305, ênfase adicionada).

Boniface e Cooper (1987 apud COOPER et al., 2001) sugerem um quadro para a categorização das atividades turísticas (**Figura 2**), em função da motivação para praticá-las no marco do lazer e do trabalho. As atividades de recreação na localidade de residência dos indivíduos caracterizam-se como "lazer cotidiano" – portanto, não exatamente uma prática turística.

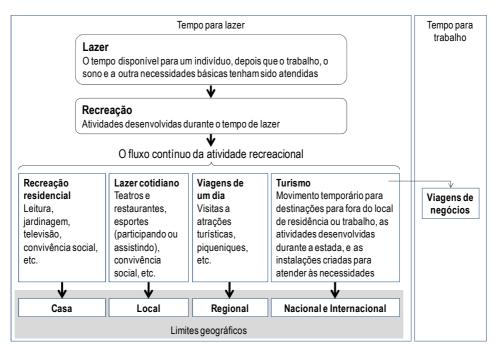


Figura 2 – Inter-relações entre lazer, recreação e turismo Fonte: adaptado de Boniface e Cooper (1987 apud Cooper et al., 2001, p. 45)

Este diagrama não especifica o significado de "local" do ponto de vista espacial, ficando apenas subtendido que é um espaço entre a privacidade da casa e o ambiente regional. Esta abordagem sugere um olhar generalista no nível local, o que pode ser temerário quando se trata de grandes aglomerações urbanas, cuja magnitude e complexidade espaciais exigiriam interpretações particulares.

Essa categorização também não detalha a intensidade e as interações indivíduo-ambiente, restringindo-se a exemplificar algumas atividades-padrão que comumente cabem ao conceito de lazer cotidiano. Assim, moradores que logram encontrar o extraordinário (em uma contraposição ao convencional e ordinário do cotidiano), realizam amplos deslocamentos na escala intra-urbana (supondo que isso fosse um condicionante imprescindível) e vivem experiências mediadas pelo consumo – já que "o devaneio e a expectativa [traços marcantes do olhar do turista], ambos disfarçados, são processos fundamentais para o consumismo moderno" (CAMPBELL, 1987 apud URRY, 2001, p. 29) – não podem ser considerados turistas. São – para a teoria corrente – sujeitos moradores de uma cidade, em atividade de lazer cotidiano.

No fundo, a despeito da semântica, o importante a ter em vista é a coincidência espacial, ou seja, independentemente do local de residência do visitante, existem convergências espaciais para certas partes da cidade, cujas experiências urbanas são fruídas por vários tipos de visitantes – inclusive moradores em seus momentos de lazer.

Particularmente no que se refere a São Paulo, não se deve perder de vista as discussões sobre urbanização dispersa, encetadas por Reis (2006), pois as noções de lugar e distância são profundamente alteradas quando o tecido urbano se esgarça, para além dos limites imagináveis às centralidades históricas da cidade. O entendimento deste processo, sem dúvida, acrescenta importantes subsídios para a compreensão do lazer e do turismo em São Paulo, atualmente.

Para o autor, "[a] cidade tradicional, de tecido contínuo, com limites razoavelmente definidos, já não é a regra. A cidade não morreu, nem desapareceu. [...] Cada morador se dirige para uma direção, percorrendo 10, 20, 50 e às vezes até mais de 100 quilômetros, todos os dias ou em alguns dias por semana" (REIS, 2006, p. 80-1).

Nessa "reorganização da vida cotidiana", na direção de um "provincianismo metropolitano", as interações espaciais do morador dessa macrometrópole – que se estende por um raio de até 150 quilômetros – são cada vez mais fragmentadas, do ponto de vista da percepção, e intensamente mediadas por longos deslocamentos.

Disso resulta que, nos momentos de tempo livre, ao escolher os atrativos turísticos da "cidade tradicional" – ou optar por qualquer outra atividade no núcleo da região – é possível imaginar que seu comportamento, em certos aspectos, venha a se assemelhar – porém, não efetivamente, se igualar – ao de turistas.

Em conclusão a esta discussão, pode-se dizer que o sujeito do turismo urbano não é o "turista", senão o "consumidor de lugar", categoria que engloba todos que consomem ou experienciam a cidade, sejam eles moradores ou turistas no sentido mais estrito (conforme definição da OMT), incluídos os visitantes que não pernoitam na cidade (excursionistas), independentemente de suas motivações – já que "muitos viajantes a negócios também consomem a destinação urbana no seu tempo de lazer, freqüentemente junto de seus acompanhantes" (SELBY, 2004b, p. 15).

Depreende-se que o consumo, neste caso, não está vinculado apenas ao consumo econômico, senão a todas as situações que ensejam experiências urbanas – portanto, incorporando a noção de consumo do lugar pela experiência da visita¹⁷. Esta concepção se afasta da ideia de cidade como "produto" na acepção de Page (1995), Law (2002) e Ashworth e Voogd (1990). De maneira mais completa, a proposta é a seguinte:

[O] termo "consumidor de lugar" é usado no contexto de consumo ou leitura de textos culturais, incluindo tanto paisagens, quando representações de destinações turísticas. Portanto, não denota o "consumidor" como entendido pelos profissionais de marketing. O termo "consumidor de lugar" é preferido em detrimento de "visitantes" e "não-visitantes", uma vez que os residentes também consomem as representações e as paisagens das destinações turísticas urbanas (SELBY, 2004b, p. 86).

Com isso, fica evidente que o turismo poderá ter diferente papel no âmbito das dinâmicas socioespaciais das cidades, contudo, incontestavelmente representa apenas uma das estratégias de desenvolvimento urbano (FAINSTEIN, GLADSTONE, 1999) – constatação que serve de alerta para a visão distorcida de que seja possível ou mesmo desejável que a economia das grandes cidades possa vir a se sustentar exclusivamente do turismo.

No que tange às funções e públicos-alvo das intervenções urbanas, Spirou (2011, p. 155) lembra que um "projeto de uso misto de um *waterfront* a implantação de restaurantes étnicos e

¹⁷ Interessante notar que a obra seminal de J. Krippendorf, que serve de referência para o estudo do turismo pelo viés antropológico, no seu título original em francês é de "Os devoradores de paisagem" (*Lesdévoreurs de* paysages), que, por mais que já alertasse para a questão da sustentabilidade do turismo (uma menção literal à idéia de devorar!), reconhecia essa capacidade de consumo simbólico pelo visitante.

áreas especiais não estimulam apenas o turismo, mas também servem de ímã para profissionais que julgam tais facilidades como centrais em suas vidas".

Trata-se, do ponto de vista da política urbana, de conceber ações que seduzam o morador para fruir sua própria cidade nos momentos de lazer, de maneira que, se essa movimentação financeira não gerará receita com "dinheiro novo" para a economia urbana, ao menos evitará saída de divisas. Portanto, desconsiderar este sujeito-morador nos estudos turísticos pode significar um equívoco, especialmente para as formas de turismo que se observam em grandes aglomerações urbanas. Daí, portanto, a argumentação de que, de toda a oferta turística¹⁸ de uma cidade, boa parte é consumida simbólica e também comercialmente por moradores da cidade ou do entorno habitual, sujeitos que os conceitos e as instituições de turismo consagradas não reconhecem como sendo turistas. Isso se dá, provavelmente, por duas razões:

A ênfase economicista para a sistematização, estudo e planejamento do turismo, fortemente influenciada pela OMT desde meados do século XX - turistas podem trazer "dinheiro novo" para as economias locais, mas a circulação de moradores dentro de sua própria cidade escapa às contagens e medições condicinadas por tais principios, especialmente porque não adquirem serviços turísticos convencionais (principalmente acomodação) e

A consagração acrítica do modelo espacial sistêmico, particularmente o de Leiper, cujos princípios perpassam muitos outros, fazendo com que os destinos turísticos só possam ser entendidos em função das conexões com os pólos emissores (de onde partem os turistas) - fosse aplicado à realidade dos destinos, poder-se-ia imaginar a lógica do sistema no âmbito dos pólos receptores tradicionais, e que os deslocamentos entre os pontos de interesse formassem rotas específicas e o mesmo valeria para o pólo emissor (rotas de deslocamento internas, sem que, necessariamente, os moradores tenham de se deslocar a um pólo receptor – destino - turístico para fruir de experiências urbanas, que estão no cerne do turismo urbano).

Este cenário resulta de uma miopia de abordagem que pode ser minimizada quando se permite estudar a fundo a relação entre turismo e cidade. O cerne do problema não é a questão

¹⁸ Oferta turística, de maneira objetiva, é o "conjunto de todos os bens e serviços que estão à disposição dos consumidores-turistas, por um dado preço em um determinado período de tempo" e seus atributos são: perecibilidade (o que implica impossibilidade de estocagem), composição por produtos imóveis (o consumidor-turista deve-se deslocar até a oferta), intangibilidade, rigidez funcional (dificilmente a função de um serviço turístico pode ser transformada em outra), heterogeneidade, liberdade na composição do produto, pagamento adiantado, envolvimento de diversos profissionais com especialidades diferentes para sua composição, consumo estimulado e não propriedade (apenas direito de uso por determinado tempo) (LOHMANN, PANOSSO NETO, 2008, p. 369-372).

semântica, senão o vício de desconsiderar todas as possibilidades vinculadas ao lazer urbano – e toda a gama de possibilidades espaciais relacionadas à vida urbana contemporânea.

Conceitualmente, turista e morador são passíveis de participar de uma mesma dinâmica espacial, ainda que suas origens geográficas e o grau de familiaridade com a cidade sejam diferentes. Neste contexto, quando se agregarem as discussões sobre os grandes projetos urbanos (Capítulo 2), será imprescindível considerar o papel das demandas locais, posto que, também nos projetos urbanos, nota-se uma relação direta entre as transformações urbanísticas e os usos pelas populações locais.

1.2. O TURISMO URBANO: CONCEITOS E DISCUSSÕES DE REFERÊNCIA

Para dar início a esta discussão, um primeiro conceito que merece atenção é a diferenciação entre urbanização turística (enquanto processo) e o turismo urbano (como conjunto de práticas). Disso, entende-se que é importante visitar inicialmente o conceito de urbanização turística, como forma de, na sequência, construir um conceito de referência sobre o turismo urbano.

Como se verá, para o estudo do turismo urbano, segundo os encaminhamentos propostos nesta pesquisa, são necessárias mais mediações que, normalmente, as discussões sobre urbanização turística oferecem.

Para Mullins (1999, p. 245), urbanização turística "refere-se ao processo de construção de cidades e vilas inteiras para funcionar exclusivamente como centros de turismo", a exemplo do que ocorre na costa mediterrânea, na Florida (EUA) e na costa leste da Austrália (Gold Coast). Já por turismo urbano entende-se o "processo de reestruturação de cidades existentes", eminentemente nos EUA, na Europa e na Austrália, cujo resultado é "concentração socioespacial diferenciada de centros de convenções, *festival shopping malls*, cassinos, estádios e arenas e áreas históricas que provêm a base material para o consumo turístico".

Em estudo anterior, o autor já argumentava que "as cidades turísticas representam uma nova e extraordinária forma de urbanização, porque são **cidades construídas somente para o consumo**", o que o leva a entender a urbanização turística como "a urbanização baseada na venda e no consumo do prazer" (MULLINS, 1991, p. 326, 331, ênfase adicionada).

Cruz (2002, p. 25) corrobora, em certo sentido, esta visão, ao afirmar que "[u]ma diferença fundamental entre o espaço urbano produzido pelo turismo e o espaço urbano, de modo geral, é que, no primeiro caso, trata-se da criação de um espaço produtivo".

Em seu estudo sobre a urbanização turística no Sudeste Asiático, Mullins (1999) argumenta que as cidades de Cingapura, Tailândia, Indonésia, Filipinas, Vietnã e Camboja dependem fortemente do turismo internacional e guardam forte vínculo com turismo de sol e praia, sendo drogas, prostituição e entretenimento são os elementos centrais.

Neste caso, as grandes cidades (Kuala Lumpur, Jacarta e Manila) desempenham um papel secundário, sendo, mais que nada, facilidades logísticas de conexão entre os fluxos internacionais e as áreas litorâneas destes países (MULLINS, 1999). Assim, "os turistas não podem evitar o deslocamento através dos ambientes urbanos quando estão viajando" (PAGE, 1995, p. 10) – ainda que isso não implique efetivamente em interação entre o visitante e a paisagem urbana.

No caso de Cingapura, notam-se tentativas de se desenvolverem medidas de reestruturação urbana focadas no turismo urbano, com atividades relacionadas a eventos, convenções, viagens de incentivo e à exploração da diversidade étnica presente no território, à semelhança do que ocorre nos países desenvolvidos (MULLINS, 1999, p. 250).

De maneira complementar, desenvolvem-se algumas atividades essencialmente urbanas e periurbanas capazes de caracterizar o turismo urbano nessas grandes capitais, na tentativa de diversificar seus produtos turísticos convencionais, como através da construção de grandes centros de compras, cassinos, patrimônio histórico-cultural (templos e artesanato) e campos de golfe (particularmente direcionados ao público japonês).

Essas são medidas que, ademais de atrair fluxos turísticos internacionais, em grande medida atendem também à crescente parcela das classes médias emergentes desses países (MULLINS, 1999). Em suma, o turismo urbano, por este viés, é uma atividade minoritária e dependente de fluxos turísticos internacionais, que não demandam prioritariamente as grandes cidades, interagindo pontual e superficialmente com as paisagens urbanas.

Já Lucchiari (2004, p. 106) sustenta que o turismo "é uma atividade que não depende mais exclusivamente da 'vocação natural' de uma região, pois pode ser construída artificialmente pelo poder econômico e político", daí porque a urbanização turística estar repleta de manifestações "contemporâneas de espacialização social", que ensejam "novas formas de sociabilidade, mais híbridas e mais flexíveis".

Diferente de Mullins (1991), Lucchiari (2004) incorpora no conceito de urbanização turística tanto novas estruturas específicas – tal como na instalação de *resorts* litorâneos na costa australiana, que aquele autor toma por referência de argumentação –, como as adaptações espaciais para o desenvolvimento de nova atividade turística. Para a autora,

As cidades turísticas representam uma nova e extraordinária forma de urbanização, porque são organizadas não para a produção, como o foram as cidades industriais, mas para o consumo de bens, serviços e paisagens. Enquanto – desde a Revolução Urbana – as cidades eram construídas para a produção e para as necessidades básicas, essas cidades erguem-se unicamente voltadas para o consumo e para o lazer. [Por outro lado, a] urbanização turística coloca as cidades no mercado de paisagens naturais e artificiais. Algumas cidades chegam a redefinir toda a sua vida econômica em função do desenvolvimento turístico, reorganizando-se para produzir paisagens atrativas para o consumo e para o lazer. Assim, estabelece-se uma relação entre antigas paisagens e velhos usos e novas formas e funções (LUCCHIARI, 2004, p. 108).

Dessa leitura, depreende-se que as paisagens urbanas são o resultado da "criação destrutiva da *urbanização turística*", que "desafia a todo instante a sobrevivência de antigas paisagens e a resistência do lugar" (LUCCHIARI, 2004, p. 109). A urbanização turística, portanto, não se define apenas por facilidades e espaços exclusivamente implantados, como se não houvesse relações socioespaciais precedentes – o que, de fato, é a base da organização espacial da grande cidade. Ou seja, a autora reconhece que a urbanização turística também pode se dar com base no espaço construído, onde os territórios já estão estruturados para certas atividades e, mediante certas intervenções, podem desempenhar outras funções, como o turismo.

Em direção semelhante, as questões apresentadas por Cruz (2002, p. 15) ajudam a construir uma argumentação sobre o papel do turismo em grandes aglomerações urbanas: "qual o papel que cabe ao turismo no (re)ordenamento de territórios, considerando-se o imenso jogo de relações em que essa atividade se insere? [...] a que territórios estamos nos referindo, ou seja, qual o 'território do turismo' na atualidade?". Ademais, trata-se de uma das poucas referências nacionais que iluminam, pelo viés da geografia, a relação entre cidades e turismo.

A autora destaca três fontes de turistificação do território: turistas, mercado e planejadores e promotores territoriais. Disso resultaram três tipos de relação entre turismo e urbano: a) o urbano antecede o aparecimento do turismo, b) o processo de urbanização é, simultaneamente, um processo de urbanização turística e c) a urbanização pode ser posterior ao aparecimento do turismo e dele decorrente (CRUZ, 2002).

Essa proposta deriva dos três tipos possíveis de relação entre turismo e território: a) territórios sem turismo, b) turismo sem território – ou os "não-lugares" (AUGÉ, 1994) – e c) territórios

turísticos - "inventados e produzidos pelos turistas, mais ou menos retomados pelos operadores turísticos e pelos planejadores", como preconizado por Knafou (2001, p. 72-73).

Ao tratar da relação entre turismo e cidades, fica ainda mais explícito o fato de que "[o] turismo concorre, no processo de transformações de territórios para seu uso, com outros usos do território, bem como com formações socioespaciais precedentes" (CRUZ, 2002, p. 17).

Não sendo as cidades projetadas (pelo menos, não a maior parte delas) para o turismo, o desafio aqui é captar as formas pelas quais o turismo se espacializa nas grandes cidades (ou seja, os territórios turísticos), nas quais as atividades turísticas estão imiscuídas à dinâmica urbana *per se* e a todas suas atividades (comércio, indústria, transportes, sociabilidades, etc).

Para Fainstein e Judd (1999, p. 9), "[o] novo turismo urbano tipicamente se impõe sobre a estrutura de ruas e construções antigas várias combinações de *festival markets* e áreas comerciais, arcadas e praças cobertas, estádios, calçadões e, em certos casos, cassino". Reconhece-se, então, o espaço urbano pré-existente, no bojo do qual serão implantadas novas estruturas ou requalificados antigos espaços e edificações, para promover o turismo.

Em suma, o que se pode depreender dessas abordagens é que existem espaços para se estudar o processo de desenvolvimento turístico em função de uma realidade urbana consolidada, incluindo as grandes aglomerações.

Neste sentido, o conceito de urbanização turística proposto por Mullins (1991, 1999) contribui muito pouco para o entendimento do turismo realizado em grandes cidades – a não ser quando considerada uma simbiose com áreas de urbanização turística adjacentes ou mesmo distantes, mas dependentes das estruturas de uma grande cidade (por exemplo, um aeroporto internacional).

Por mais que a urbanização turística de grandes porções do espaço litorâneo, por exemplo, demande a implantação de grandes estruturas – tal como Cruz (2002) apresenta para o caso da costa brasileira – trata-se de uma leitura demasiadamente linear, posto que entende o turismo como a única função do território – e, como veremos adiante, o mais adequado é que se estude o turismo urbano a partir das várias articulações do turismo com as demais funções urbanas, até porque, em grande medida, são elas que definem boa parte da atratividade dos destinos turísticos urbanos.

Em um esforço um pouco diferente, alguns autores sugerem categorias para as cidades que desenvolvem turismo urbano, o que, se de um lado implica um olhar totalizante – como se o

todo da cidade fosse turístico –, por outro, abre espaços para articular as discussões sobre o desenvolvimento do turismo com questões de gestão urbana – que serão tratadas mais adiante.

Page (1995) caracteriza a cidade turística através de várias tipologias: cidades capitais e capitais culturais (Londres, Paris, Nova York, Roma), centros metropolitanos e cidades históricas ou pequenas fortalezas (Canterburry, York), cidades históricas maiores (Oxford, Cambrigde, Veneza), áreas centrais de cidades (Manchester), waterfronts revitalizados (Docklands/Londres, Darling Harbour/Sidney), cidades industriais (Bradford), resorts litorâneos e de esportes de inverno (Lillehammer), resorts exclusivos para usos turísticos, complexos de turismo e entretenimento (Disneylândia e Las Vegas), centros turísticos especializados (spas e centros de peregrinação, com Lourdes), cidades culturais e artísticas (Florença).

À exceção do caso de Manchester, infere-se que essas cidades são essencialmente turísticas, no seu conjunto, argumento que será relativizado em Law (2002), para quem apenas certas partes das cidades são vendidas e consumidas como turísticas.

De maneira semelhante, Spirou (2011) propõe as categorias de cidades-resort (resort cities), cidades turísticas históricas (tourist-historic cities) e cidades adaptadas (rebranded cities).

O primeiro caso representa destinos turísticos de urbanização turística, no sentido de Mullins (1991, 1999), a exemplo daquelas da costa mexicana e, incluiríamos, a expansão de destinos do litoral nordestino a partir da década de 1990, fora das capitais – na linha dos investimentos do PRODETUR para a construção de enclaves turísticos para o turismo internacional, principalmente na Bahia (Costa do Sauípe e Praia do Forte, no Norte, e Itacaré, no Sul), no Pernambuco (Porto de Galinhas), no Rio de Grande do Norte (Via Costeira e Ponta Negra), em Alagoas (Maragogi), no Ceará (Morro Branco), dentre outros¹⁹.

O segundo caso é representado por cidades que se valem do seu passado para atrair turistas a lazer ou de negócios, podendo ser grandes cidades ou não – como Boston, com intervenções na área central (Faneuil Hall/Quincy Market e zona portuária).

No Brasil, este é um processo que se observa de maneira truncada desde a década de 1970, mas que se fortalece a partir dos anos 1990, quando centros históricos de cidades do nordeste e mesmo em grandes capitais do sul e do sudeste passam a receber intervenções para o

_

¹⁹ Uma análise detalhada sobre os "empreendimentos turísticos imobiliários" na costa nordestina, particularmente sobre a participação do capital internacional, pode ser encontra em Araújo (2011), bem como em Cruz (2002), particularmente aos "megaprojetos" no Rio Grande do Norte. Outras considerações serão feitas sobre este assunto no Capítulo 2.

desenvolvimento de atividades econômicas vinculadas ao turismo, ao lazer e ao comércio – especialmente com ações do PRODETUR, a partir de meados da década de 1990, e do Monumento, a partir do fim da década de 1990. Nestes casos, porções muito reduzidas das áreas centrais são recuperadas, com medidas na linha da monumentalização do patrimônio edificado e raramente bem conectadas com outras intervenções no tecido urbano.

Por fim, na terceira categoria, encontram-se as cidades que "fizeram amplos investimentos na sua estrutura física, bem como na oferta de facilidades tanto para turistas quanto para residentes", a exemplo de Chicago, desde a década de 1970, e várias outras cidades do Frostbelt dos EUA (SPIROU, 2011, p. 109-112). Nesta última categoria, é relativamente difícil encontrar paralelos à realidade brasileira, tendo em vista que, em geral, o turismo urbano ainda não é um segmento realmente competitivo no país, o que explica o fato de as administrações urbanas não terem levado tão a fundo decisões na direção do desenvolvimento turístico – a exceção do que já se comentou nas categorias anteriores.

Poder-se-ia dizer que a tentativa de desenvolver o turismo de negócios em São Paulo, desde a década de 1970, com a instalação de centros de eventos e rede hoteleira seria uma medida neste sentido (conforme se verá no capítulo 3), mas não que isso tenha gerado transformações urbanas tão profundas como aquelas observadas nas grandes cidades norte-americanas e mesmo em algumas européias a partir da década de 1970.

Se em todas as categorias demandam-se importantes intervenções físicas – para construir ou adaptar espaços e estruturas urbanos – é nas cidades adaptadas (*rebranded cities*) que se observa, de maneira mais acabada, a lógica dos grandes projetos urbanos, o que inclui a atração de consumidores (turistas ou moradores) como uma estratégica de referência. Em um ambiente de competição feroz, "as cidades perseguem planos para converter seus espaços em destinos de visitação – uma estratégia que exige a introdução contínua de atrações" (SPIROU, 2011, p. 112). Neste ponto, alinham-se medidas de gestão urbana pelo empresariamento urbano – fazendo da cidade um "espetáculo urbano" (SÁNCHEZ, 2010) – e o desenvolvimento do turismo.

Já para Fainstein e Judd (1999), a "cidade turística" pode assumir três formas principais:

- a) cidades-*resort* (como expressão do conceito de urbanização turística), tais como Cancún, Las Vegas ou as cercanias da Disney World, que, apesar de terem sido projetadas para o turismo, difundem para além de suas fronteiras varias formas de sociabilidade e relações espaciais;
- b) cidades históricas, onde os "lugares turísticos e seus usos são concebidos no contexto arquitetônico e cultural da cidade, permitindo que os turistas se mesclem aos residentes e

trabalhadores em vez de ficarem restritos a espaços exclusivos para o turismo" (FAINSTEIN, JUDD, 1999, p. 264), ainda que o desenvolvimento do turismo imponha transformações espaciais e

c) cidades reconvertidas, onde estruturas produtivas de certas porções do espaço urbano (áreas portuárias obsoletas, zonas industriais abandonadas, etc.) passam por um processo de transformação orientada ao consumo turístico, não raro redundando em "ilhas" no bojo da urbanização precedente, mas que acabar por atender a demandas locais (comércio e entretenimento, por exemplo); é neste contexto que muitos projetos urbanos se desenvolvem (FAINSTEIN, JUDD, 1999, p. 262).

Para Spirou (2011), em abordagem semelhante, o turismo urbano é tributário do processo de globalização, da competição urbana e da comodificação do lazer ao longo do século XX. É importante reter a ideia de que, neste processo, a "competição pelos turistas ajuda a criar distritos especializados". Assim, os distritos turísticos são definidos por paisagens e contextos urbanos distintos, vinculando-se com iniciativas de grandes projetos urbanos na escala local:

Os distritos turísticos nas cidades antigas européias (Atenas, Roma, Londres, Paris) se mantêm a partir do seu potente patrimônio histórico, dos atrativos mundialmente famosos e dos pontos de interesse. A situação é diferente entre cidades que não possuem essas distinções. Sydney (Darling Harbour), Chicago (NavyPier), Liverpool (Albert Docks) e Baltimore (InnerHarbour) construíram áreas específicas para complementar atrações existentes e formularam outras novas. [...] Concebidas para fazer as cidades mais atrativas, esses investimentos geralmente resultam em experiências turísticas altamente estruturadas. Alguns enclaves oferecem etnicidade, outros são centros esportivos, enquanto outros combinam entretenimento e uma base educacional e de conhecimento (SPIROU, 2011, p. 74, tradução nossa).

Em geral, o conceito de turismo urbano é definido em função das motivações dos visitantes e, por outro lado, das formas e atributos das cidades que atraem os consumidores. As principais características de análise são a variedade e a diversidade de facilidades e atrativos que o visitante encontra nas cidades, convenientemente localizadas para atender às demandas dos turistas e dos moradores.

Law (2002) entende que o turismo urbano, como parte da estratégia de desenvolvimento econômico da cidade, é um produto baseado no lugar, cujas principais características são:

- a) vende-se apenas uma parte da cidade (ou imagens dela, capazes de atrair o interesse do visitante),
- b) trata-se de um produto composto (um conjunto de elementos e serviços "empacotados"),
- c)multi-motivacional, ou seja, pela própria natureza da cidade, atrai muitos tipos de públicos (e mesmo um único turista pode apresentar demanda variada) e
- d) os turistas em geral estão em buscas de experiências, que serão satisfeitas por um conjunto de elementos imersos na paisagem urbana.

Para ambos os aspectos, Pearce (2001) traz algumas considerações: no que se refere às motivações, há que se ter em vista que as viagens podem ter múltiplas finalidades, de maneira que a cidade desempenha papeis diferentes para os vários grupos de interesses; já no tocante à oferta o autor destaca que, dadas dificuldades de compreender a dinâmica específica do turismo ("mais diversas e menos bem definidas na cidade do que nos resorts costeiros, com a maior parte sendo compartilhada com os residentes locais"), normalmente dá-se atenção à distribuição da rede hoteleira e das atrações e outras facilidades turísticas na cidade ("pontos de observação" – principalmente na condição de mirantes que permitam vistas panorâmicas das cidades –, lojas de souvenires, agências de viagem, construções históricas, etc.). Assim, vislumbra-se, inclusive, uma orientação de caráter metodológico²⁰:

Até que as informações mais detalhadas se tornem disponíveis sobre os padrões de visita dos visitantes da cidade, talvez a abordagem mais conveniente seja considerar os diferentes tipos de atrações e instalações e sua distribuição, sem lhes atribuir nenhuma ponderação relativa (PEARCE, 2003, p. 319-320).

Além disso, parte-se do princípio que é necessário entender a complexidade urbana para, então, identificar as funções turísticas das cidades, as quais estão subsumidas a muitas outras no cotidiano urbano – ou seja, o turismo é apenas uma das atividades econômicas e espaciais que se espacializam nas cidades, demandando um entendimento sutil das relações entre as várias condicionantes que definem sua existência (PAGE, 1995).

Com base nessas considerações, emergem alguns elementos que são centrais para a compreensão do turismo urbano: a) trata-se de um conjunto de atividades que se dão numa realidade urbana dada, exigindo – mas nem sempre – medidas de adaptação para sua organização; b) decorrente do anterior, é importante se analisar e organizar o turismo urbano em paralelo com as questões urbanas que lhe dão suporte, buscando, assim, escapar de propostas segregadoras, já que não faz sentido na linha da "urbanização turística" para o desenvolvimento do turismo urbano; c) apesar de se proporem categorias de cidades turísticas, parece mais produtivo entender que há parcelas do tecido urbano que podem desempenhar funções turísticas e (não menos importante) d) deve-se entender as questões do turismo urbano como tema da vida de todos os sujeitos que

²⁰ Esta nota metodológica será retomada quando do tratamento das informações sobre a distribuição dos atrativos turísticos de São Paulo, que foram, entretanto, dispostos em função da sua recorrência nos principais guias turísticos da cidade (Capítulo 3).

interagem para a produção (e a reprodução) do espaço urbano – ou seja, tanto os visitantes (turistas e excursionistas), quanto os próprios moradores.

A relação entre turismo e cidades deve ser uma preocupação no bojo das práticas de gestão urbanística, tendo em vista que a organização da atividade se articula com as opções e situações que levam ao desenho de certos arranjos espaciais urbanos. Na sequência, serão destacados alguns elementos que expõem as conexões entre o desenvolvimento do turismo e os princípios e mecanismos de gestão urbana de destaque na contemporaneidade.

1.3. Interfaces entre a gestão urbana e o turismo

Uma das principais discussões a se fazer sobre o papel do turismo nas cidades contemporâneas refere-se aos significados e elementos caracterizadores do turismo urbano (que extrapolam um segmento de mercado²¹). Portanto, para uma adequada postulação do conceito de turismo urbano urge entender as várias nuances do turismo praticado em cidades. Com efeito, é premente uma "abordagem mais ampla" do turismo praticado em áreas urbanas, "que reúna as diferentes facetas do turismo e as integre um pouco mais às outras funções" das cidades (PAGE, 2003, p. 328).

Ainda assim, há limitações para as pesquisas, que incluem falta de dados específicos sobre o turismo no contexto urbano – que, com efeito, são difíceis de serem isolados e coletados. Diferentemente de *resorts* litorâneos, "[e]sse caráter discreto do turismo nas grandes cidades sem dúvida tem contribuído para que as áreas urbanas sejam um tanto ignoradas em um campo de pesquisa ainda relativamente jovem" (PEARCE, 2003, p. 305).

Law (2002) argumenta que qualquer proposta de turismo urbano se dá na tensão entre as visões das cidades: negativas de um lado (foco de problemas como poluição, criminalidade, trânsito, etc.), e positivas de outro (diversidade, riqueza, oportunidades, vanguardismo)²². Portanto, no contexto em que as cidades entendem do turismo como estratégia de desenvolvimento econômico,

²¹ Para Lohmann e Panosso Netto (2008, p. 164), a segmentação turística é "uma estratégia de marketing que divide consumidores em segmentos e subsegmentos, de acordo com critérios preestabelecidos na busca da otimização de recursos existentes nas relacões entre a demanda e a oferta".

²² "As cidades sempre foram vistas como instrumentos de corrupção lasciva – parasita das atividades virtuosas e produtivas das pessoas do campo, como pensava Jefferson, mas também foram exaltadas como um estímulo poderoso para o desenvolvimento econômico e intelectual. Essa contradição, assim como muitas outras, foi mesmo entendida como uma garantia de sua vitalidade; a prosperidade oferecida por seus mercados [...]" (RYKWERT, 2004, p. 15).

os elementos positivos das cidades são promovidos de maneira enfática, ao que se somam, no plano intra-urbano, intervenções para subsidiar experiências urbanas diferenciadas.

Do ponto de vista da política urbana, ainda não são regulares iniciativas que levam a sério o turismo urbano, inclusive pelo fato de gestores não terem real conhecimento empírico e conceitual da atividade (PAGE, 1995, p. 8). De maneira resumida, a complexidade do turismo urbano, bojo das várias questões urbanas, também explica porque ainda são poucos os avanços nas pesquisas (PEARCE, 2001, p. 928), que, não raro, acabam por tratar o turismo de maneira estereotipada, numa leitura severa. Disso resultam abordagens que enxergam o turismo urbano como um segmento de mercado, negligenciando um olhar mais atento para o papel do turismo nas cidades, que extrapole as relações de produção e consumo turístico.

Para Law (2002), isso se explica pela coincidência de usos e atividades no espaço urbano, dificultando a identificação e o peso do turismo nas cidades, portanto, as cidades, no turismo moderno, acabam por ser entendidas apenas como pólos emissores de turistas e não destinos turísticos. O recente interesse para o assunto, em suma, se relaciona com os projetos de regeneração urbana²³, que se difundem por EUA e Europa no quarto final do século XX. Para Pearce (2001), isso se explica, de um lado, pelas preocupações com o excesso de visitantes em cidades históricas e, por outro, uma visão de que o turismo é um setor estratégico para a "revitalização de cidades pós-industriais" (PEARCE, 2001, p. 315) ou "regeneração de velhas cidades industriais" (LAW, 2002, p. 186).

A preocupação com os impactos, com efeito, é um elemento recorrente nos estudos sobre turismo. Page (1995) busca entender os impactos econômicos, sócio-culturais e ambientais, Gotham (2005) aponta os efeitos da "gentrificação turística" em New Orleans, Spirou (2011) ressalta a crítica sobre a priorização de investimentos em cultura, lazer e entretenimento, a despeito das demandas sociais e alerta para os riscos à autenticidade nas intervenções, preocupação compartilhada por Law (2002), Pearce (2003), Waitt (2000 - particularmente a Sidney²⁴), Teo e Yeoh

²³Ainda na década de 1980, Hall (1987, p. 130), de maneira entusiasmada, discutia como os grandes projetos de reabilitação urbana poderiam servir de estímulo ao turismo. Tendo por casos de sucesso intervenções em Boston, Baltimore e Lowell, todas nos EUA – "que deveriam servir de modelos para outras cidades do mundo" – o autor argumenta que, numa sociedade em que os empregos industriais diminuem, a "economia da informação" fará com que congressos e encontros sejam cada vez mais estratégicos – sendo, portanto, o turismo de negócios uma justificativa de investimento em áreas urbanas deprimidas.

²⁴Trata-se do projeto realizado a partir de 1968 pela Sydney Cove Redevelopment Authority (SCRA), mediante o qual estruturas portuárias e ferroviárias na região conhecida como "The Rock" foram requalificadas para atrair turistas e

(1997, para Cingapura) e Vaquero (2002, sobre os riscos de sobreuso de cidades históricas). Law (2002) enceta discussões no bojo da "sustentabilidade" (capacidade de carga, medidas de *retrofit* arquitetônico e controle no uso do carro nas áreas centrais) e foca nos aspectos quantitativos do impacto econômico (visitantes, receitas e geração de empregos).

No entanto, também é presente o reconhecimento de que o estudo do assunto avança nos últimos anos, especialmente no bojo dos temas que emergem com a urbanização contemporânea (globalização da economia, revisão do papel do Estado na economia e na sociedade, competição entre cidades, marketing de cidades, entre outros). Mesmo dentro das questões específicas ao turismo, muitas são as justificativas práticas para o desenvolvimento do turismo urbano, posto que

[n]ão somente complementa e equilibra os usos turísticos regionais, mas também situa a cidade como produto turístico específico com grandes potencialidades, uma vez que combina atrativos e recursos poli-motivaciones distribuídos num espaço relativamente pequeno, com boa comunicação e alta freqüência (MENERO, 1997, p. 3, tradução nossa).

Apesar de que as atividades de promoção de lugares não representam uma estratégia nova – sendo observada com alguma clareza desde o século XIX, por exemplo, com as Exposições Universais²⁵ – é somente na década de 1990 que se identificam ações mais claras para uma abordagem específica do "*marketing* de lugares", especialmente com Ashworth e Voogd(1990), Berg et al. (1990) e Kotler et al. (1993), em um contexto em que as práticas de *marketing* aplicadas a cidades passam a responder, com mais contundência, à competição entre lugares numa escala global. Desde então, o *marketing* de lugares acabou se tornando lugar-comum para cidades, regiões e países, sem, contudo, superar as práticas meramente promocionais, que acabam por redundar simples ações de propaganda²⁶.

oferecer espaços e atividades de entretenimento, descanso e compra, incorporando um "senso de passado" através da restauração e refuncionalização de estruturas (WAITT, 2000, p. 836).

²⁵Law (2002) destaca que as primeiras Exposições Universais ocorreram em grandes de importância mundial, como a de Londres de 1851, e, após finalizadas, as estruturas remanescentes serviam de oferta para o turismo urbano. Debalde mencionar que a Torre Eiffel, como marco da Exposição Universais de 1889, é um dos ícones urbanos mais importantes do mundo, localizada no país com maior número de turistas internacionais.

²⁶Na atualidade, vive-se uma "transição do city marketing para o *city branding*", cujo referencial advém das práticas de *branding* de produtos e ainda *corporate branding*. Disso decorre a possibilidade o uso do branding – técnica originalmente aplicada a produtos e corporações – para os lugares, com a possibilidade de se *converterem* num "instrumento de planejamento e gestão urbano" (KAVARATZIS, ASHWORTH, 2006, p. 507).

Em Vendendo Cidades²⁷, Ashworth e Voogd (1990) tratam "orientação de mercado" que passa a definir a gestão urbana, abordando, para tanto, as "mudanças urbanas recentes", incluindo o forte processo de desindustrialização nas economias avançadas, a função das cidades na dinâmica de produção e consumo e a relativização das distâncias, no que se refere à mobilidade de bens, pessoas e informações (ASHWORTH, VOOGD, 1990, p. 2).

Contudo, a obra não trata do turismo urbano em particular, mas discute questões condicionantes ao turismo em cidades, como o *city marketing* e a construção e promoção de imagens dos lugares. Para tanto, os autores já destacam, no plano espacial, a prática de seleção de "áreas de elaboração" como forma de instrumentalizar o marketing de cidades, através do "desenvolvimento de áreas-chave [a subsidiar os "produtos urbanos"] que representem exemplarmente um compromisso simbólico do poder público em favor de um ambiente de negócios que venha a encorajar o envolvimento da iniciativa privada" (ASHWORTH, VOOGD, 1990, p. 42). Vemos, portanto, uma mediação direta entre *city marketing* e a prática presente nos grandes projetos urbanos, aspectos que serão tratados em detalhe no Capítulo 2.

Assim, a partir da década de 1970, as políticas urbanas passam a seguir princípios que se tornariam recorrentes: empreendedorismo urbano, parcerias público-privadas, renovação da imagem e venda da cidade como produto (com práticas de *place marketing*), formação de agências semi-autônomas de regeneração urbana, estímulo ao investimento privado, atenção às áreas centrais da cidade, concepção de grandes projetos urbanos e proatividade na disputa por investimentos e grandes eventos.

Este modelo de gestão urbana "enfatiza mais o desenvolvimento econômico e menos programas e ações tradicionais de bem estar" (LAW, 2002, p. 45), postura que pode levar ao deslocamento de recursos paras as políticas de desenvolvimento econômico, menosprezando serviços básicos. E mesmo assim, não há garantias de sucesso, pois cada vez mais cidades competem pelos mesmos turistas, o que pode levar a investimentos frustrados e desperdícios de recursos públicos, vide as recorrentes críticas sobre a participação dos governos para a realização de grandes eventos culturais ou esportivos.

²⁷Sendo uma referência para o estudo do turismo urbano, o texto de Ashworth e Voogd (1990) foi editado e publicado um ano após o trabalho seminal de David Harvey – *A Condição Pós-Moderna* – que irá difundir com veemência, inclusive no Brasil, reflexões sobre o conceito de empreededorismo ou empresariamento urbano (*urbanenterpreneurialism*)como sendo uma resposta de gestores urbanos e grupos de interesse a uma "acumulação flexível" que se vai desenhando desde os anos 1970, entendida como o estágio mais recente do capitalismo (HARVEY, 1996; 2005; 2005).

Neste contexto, o turismo urbano – como uma "estratégia econômica" – é desenvolvido em função de realidade de mercado, em que o "produto urbano" deve ser estruturado de maneiras ajustadas para públicos específicos. Para Page (1995), as aproximações entre o *marketing* de lugares e o turismo são um traço recorrente nas políticas de empreendedorismo urbano que emerge no final do século XX, em que o destino turístico é um "lugar-produto" – neste caso, uma cidade ou partes dela.

Por outro lado, a título de ponderação, é importante registrar a opinião de Selby (2004b, p. 187), para quem os estudos do turismo urbano não devem estar restritos a questões de *marketing*, planejamento, impactos, qualidade ou "meramente como um componente da renovação urbana". Para o autor, há que se agregar uma visão "humanista", fundada na fenomenologia, privilegiando, assim, a análise das experiências dos turistas no espaço urbano – ou a "cultura e a experiência do consumo do lugar".

Com referência a Ashworth e Voogd (1988), destaca-se que planejamento estratégico e as práticas de *marketing* representam o sustentáculo para a concepção do *marketing* de lugar, ainda que implique em dificuldades de delimitação do produto lastreado no espaço (diferentemente de produtos na forma de *commodities* ou mesmo de serviços). Em linhas gerais, entende-se que *marketing* de lugares aplicado ao turismo é uma tarefa que depende de conceituar com o máximo de clareza o produto, para, então, desenvolver-se um processo de construção e difusão de imagens, as quais serão referências para atração e convencimento dos potenciais consumidores – ou seja, os turistas urbanos (PAGE, 1995).

Do ponto de vista prático, os destinos de turismo urbano sempre tiveram uma importante função de suporte ao turismo na escala regional, uma vez que concentram ampla oferta hoteleira e terminais de transporte (principalmente aeroportos internacionais), sendo o ponto de partida para roteiros no interior das regiões. Mas, na Europa, o aumento das viagens curtas tem estimulado visitas turísticas a cidades, convertendo-as em destinos turísticos por excelência (PAGE, 1995, p. 9) – as chamadas *city breaks*²⁸.

²⁸Short breaks são pequenas janelas de descanso na rotina, utilizadas para viagens curtas (geográfica e temporalmente). Essa seria, inclusive, uma tendência que se vem desenhando nas últimas décadas: mais períodos curtos de férias ao longo do ano, com viagens concentradas temporalmente, em vez de longas férias numa única ocasião ao longo do ano, ensejando viagens distantes e bastante elaboradas (TREW, COCKERELL, 2002; DUNNE et al, 2009). Este seria, inclusive, um cenário dos mais propícios para a expansão do turismo urbano europeu, através das chamadas *city breaks*, fenômeno que – somado à oferta cada vez mais ampla companhias aéreas de baixo custo –

Essa oferta se localiza no sentido de prover "facilidades específicas" para os turistas no espaço intra-urbano, formando os "distritos de negócios turísticos" (Tourism Business Districts/TBDs). Interessante notar que o autor reconhece que os "usuários dos serviços e facilidades urbanas não são apenas turistas"; portanto, para a caracterização dos TBD, uma possibilidade é "identificar as áreas nas quais a maioria das atividades turísticas ocorre, utilizandose como foco de análise da oferta de serviços turísticos na cidade multifuncional" (PAGE, 1995, p. 66).

Estas observações – sobre especificidades de certas porções do espaço urbano que particularizam as centralidades turísticas nas cidades – são recorrentes naqueles que estudam o turismo urbano, como em Stansfield e Rickert (1970), com os "distritos de negócios de recreação" (Recreational Business District/RBDs), e em Burtenshaw et al. (1991), com os "distritos turísticos centrais" (Central Tourist District/CTD). Getz (1993 apud PAGE, 1995) oferece uma definição para TBD, que guarda direta relação com questões de planejamento urbano:

[...] concentração de atrações e serviços orientados ao visitante localizados em conjunção com as funções dos distritos urbanos centrais (CBD). Em cidades mais antigas, especialmente na Europa, o TBD e o CBD em geral coincidem com as áreas históricas. Em função de sua visibilidade e importância econômica, os TBDs podem estar sujeitos a medidas específicas de planejamento por autoridades municipais [...] A forma e a evolução dos TBDs revelam muito sobre a natureza do turismo urbano e seus impactos, ao passo que a análise dos sistemas de planejamento que influenciam os TBDs pode contribuir com conceitos e métodos para um melhor planejamento do turismo em áreas urbanas (GETZ, 1993, p. 583-584 apud PAGE, 1995, p. 68, tradução nossa, ênfase adicionada).

Um sistema de atrativos (ou atrações) turísticos deve apresentar uma pessoa com demandas turísticas (o sujeito), um núcleo ou sítio (atributo do lugar que turistas procuram visitar) e um marcador (informação sintetizada sobre o núcleo). Os marcadores, do ponto de vista urbano, assumem certas características de ícones, de maneira que, objetivamente, possam sintetizar as informações sobre o núcleo. Na prática, os marcadores – "um item de informação sobre qualquer fenômeno que pode ser usado para chamar a atenção dos turistas para a existência de um potencial atrativo turístico" (McCANNEL, 1976²⁹ apud PAGE, 1995, p. 71) – dependem de suporte material, definindo fortemente a paisagem dos TBDs, em que a arquitetura desempenha significativo

[&]quot;ajudou a popularizar e regenerar várias cidades européias, garantindo nova vida a muitas economias urbanas pósindustriais decadentes" (DUNNE et al, 2009, p. 410).

²⁹McCannel, D.**The tourist: a new theory of the leisure class**. Londres: Macmillan, 1976.

papel. Com efeito, esse conceito pode ser identificado na implantação de *flagshipprojetcs*³⁰ e nas "âncoras culturais", que quase sempre fazem parte do acervo turísticos da cidade.Convém lembrar que, em estudo anterior, ainda na década de 1960, Lynch (2010) propunha um estudo da cidade baseado na "percepção" e em "mapas mentais", com base em cinco elementos básicos: caminhos, limites, bairros, nós e pontos de referência – sendo que estes dois últimos podem ser o ponto de partida para o entendimento acerca dos marcadores³¹.

Rogerson (2002, p. 169) aponta que os principais elementos para o desenvolvimento do turismo são os espaços de lazer nas áreas centrais, as intervenções em frentes marítimas, os espaços comerciais para festivais, os cassinos, os museus, os centros de convenções e as arenas esportivas, como sendo "manifestações físicas das iniciativas [...] para a regeneração do turismo e da economia urbanos". O autor assevera que, a "despeito do crescente interesse pela relação entre regeneração urbana, desenvolvimento da economia local e turismo", a literatura existente sobre tais práticas nos países em desenvolvimento é relativamente escassa, concentrando-se na Europa Ocidental e América do Norte (ROGERSON, 2002, p. 170).

Law (2002, p. 186) aponta que, nas cidades industriais decaídas, "projetos turísticos foram utilizados como âncoras" nos esquemas de "regeneração física", uma vez que "os recursos turísticos, como os atrativos turísticos e centros de convenções, foram construídos em áreas decadentes ou sem uso e atividades de apoio foram instaladas em antigas construções", gerando efeitos secundários no entorno (construção de hoteis, restaurantes e lojas).

Neste quadro, é importante reconhecer um espaço para alinhamento de abordagens e práticas urbanas: ao mesmo tempo em que se expandem as perspectivas para o turismo urbano, difundem-se projetos para implantação de "distritos turísticos" (*tourism districts*) (PEARCE, 2001, p. 933) em porções do tecido urbano, alimentandoa produção de "espaços urbanos diferenciados" (VILLAÇA, 2001), característica marcante dos projetos urbanos contemporâneos.

³⁰ Ao longo deste trabalho, não identificamos uma tradução razoável para *flagshipprojects*, assim, a definição de Law (2002, p. 40) pode ser esclarecedora: trata-se de "um projeto de grandes proporções capaz de atrair atenção pela sua escala e arquitetura e oferecer uma boa base para a regeneração da área, através da atração de investimentos no entorno [conferindo] confiança no futuro da região".

³¹ Com efeito, Pearce e Fagence (1996) destacam a potencialidade – não plenamente aproveitada – dos trabalhos de Kevin Lynch para os estudos de turismo, especialmente por sua preocupação com "a construção de ambientes urbanos mais amistosos e confortáveis ao usuário e o planejamento de paisagens regionais de qualidade" (PEARCE, FAGENCE, 1996, p. 577). O autor argumenta que, do ponto de vista metodológico, "[o] trabalho de Lynch sobre as qualidades sensoriais dos lugares influencia diretamente a experiência do turista e confere uma posição central às reações humanas aos ambientes nas pesquisas em turismo" (PEARCE, FAGENCE, 1996, p. 594).

Um dos principais argumentos que conectam do estudo do turismo urbano com as questões urbanas atuais é fato de que os produtos turísticos das cidades lastreiam-se na própria qualidade da cidade. Ou seja, a despeito de intenções ou intervenções específicas para o desenvolvimento do turismo urbano, é o conjunto da vida urbana que serve de substrato para a atração de fluxos turísticos às cidades. Fainstein e Judd (1999b, p. 261) são categóricos ao afirmar que "a própria cultura urbana converteu-se em *commodity*", argumento que faz eco com Featherstone (2007), que guarda a opinião de que, na contemporaneidade vive-se uma estetização do cotidiano – que se converte em atrativo (o cotidiano) para a vivência de experiências urbanas.

Do ponto de vista das políticas urbanas, "a cultura parece ter se transformado num ingrediente indispensável de governabilidade" (ARANTES, 2001, p. 143).

Ao mesmo tempo, "as mensagens simbólicas das formas arquitetônicas" desempenham grande importância, daí porque a paulatina atenção que se vem dando à relação entre projetos urbanos e turismo – haja vista que a arquitetura do espetáculo tem a capacidade de criar marcas exclusivas e dinamizar a crescente competição entre as cidades, também no que se refere ao turismo (FAINSTEIN, GLADSTONE, 1999, p. 25). Sobre essa premência de intervenções, que expõe a imbricação entre turismo e grandes projetos urbanos, Fainstein e Judd (1999b, p. 262) consideram que

a manifestação e a extensão dos espaços para turistas, bem como o grau com que estes espaços se misturam com a materialidade da cidade existente, dependem das circunstâncias históricas e arquitetônicas nas quais eles [espaços para turistas] se encontram. Cidades que não são construídas para turistas precisam ser refuncionalizadas, geralmente a um custo considerável com novas infra-estruturas (FAINSTEIN, JUDD, 1999b, p. 262, tradução nossa, ênfase adicionada).

Aproveitando as discussões sobre autenticidade, comodificação e consciência (do turista e do visitado, principalmente), convém destacar a argumentação de Judd (1999) sobre as "bolhas turísticas", particularmente no que se refere ao turismo urbano. Para o autor, nos EUA – onde a "promoção da cultura e do turismo rapidamente se tornou um importante componente na estratégia do novo desenvolvimento econômico" – por mais que as cidades apresentem áreas que coincidam interesses de trabalhadores e visitantes eventuais, em muitas delas "um perímetro bem definido separa o espaço turístico do resto da cidade [...] Onde o crime, a pobreza e a decadência urbana fazem certas partes da cidade hostis aos visitantes, outras são concebidas como reservas virtuais para os turistas" (JUDD, 1999, p. 35-36).

Materialmente, esta prática se consolidou através de intervenções que resultavam em marcas muito particulares e recorrentes entre as cidades estadunidenses, tais como a construção de centros de convenções – junto de uma aproximação, cada vez mais intensa, dos administradores públicos com os *Convention and Visitors' Bureau*, responsáveis pela captação de eventos –, grandes estádios ou arenas esportivas, *festival marketplaces* e cassinos. De fato, "a constante transformação da paisagem urbana para acomodar turistas converteu-se numa característica permanente da economia política das cidades" (FAINSTEIN, JUDD, 1999a, p. 6), não importando quanto custem e o esforço político que sua implantação exige.

Com efeito, essas são formas assumidas pelos grandes projetos urbanos da contemporaneidade – ao que se somam reconversões em frentes marítimas e fluviais, bem como intervenções de restauro e requalificação do patrimônio edificado nos centros urbanos – contudo, a depender do contexto socioeconômico e político de cada país, as ênfases e os resultados podem variar bastante.

No que se refere aos EUA, a relação entre estes instrumentos de gestão urbana e o turismo está claramente consolidada, de maneira que "a competição por turistas trouxe mudanças em larga escala nos padrões de uso do solo nas áreas centrais das cidades" (JUDD, 1999, p. 51).

Para Spirou (2011, p. 71), os distritos turísticos, no contexto urbano, atendem a uma necessidade de as cidades se diferenciarem, valendo-se de suas particularidades locais. Os investimentos em certas porções da cidade compõem um "plano de ação por parte dos governos locais, das elites e dos interesses corporativos e de negócios para implantar espaços que possam trazer grande número de visitantes e, como conseqüência, lucros". Para o autor,

concebidos para fazer as cidades mais atraentes, esses investimentos com freqüência resultam em experiências de visita altamente estruturadas. Alguns enclaves enfatizam etnicidade, alguns centram em esportes, enquanto outros combinam entretenimento e uma estrutura baseada em educação/conhecimento (SPIROU, 2011, p. 71, tradução nossa)

Assim, propõe que, no bojo da gestão urbana, podem ser estruturadas áreas diferenciadas na cidade, que venham à forma distritos turísticos fundados em características e atributos paisagísticos e territoriais específicos.

Os **distritos étnicos** atuam como uma forma de aproveitar a diversidade cultural resultante da formação das cidades – por exemplo, por migrações e imigrações – e converter áreas específicas da cidade em zonas turísticas. São exemplos típicos as Little Italies, Chinatowns e Greektowns de cidades norte americanas (Chicago, Nova York, Toronto, Montreal). Conforti (1996,

p. 831) chama este processo de "turistificação de guetos" e, estudando o Little Italy de Nova York, apresenta-o como um movimento autêntico de preservação de referências ítaloamericanas, com associação ao lugar exótico, com boa comida, pessoas interessantes e, ainda, reduto da máfia. Por exemplo, os "distritos multiculturais" em Brick Lane e Green Street, em Londres, ao serem espetacularizados, são orientados ao consumo turístico, levando à construção de "paisagens urbanas exotizadas" (SHAWet al., 2004).

Os **distritos históricos** são apresentados como experiência típica da realidade norteamericana, já que sua identificação e reconhecimento fazem parte de uma regulamentação do Serviço Nacional de Parques dos EUA, com significativa concentração ligação ou continuidade de sítios, construções, estruturas ou objetos unidos pelos eventos do passado (SPIROU, 2011, p. 82).

Os distritos de entretenimento configuram-se como "a forma mais popular de desenvolvimento turístico concentrado" (SPIROU, 2011, p. 84), geralmente implantados em áreas da cidade que representam "um período econômico superado, dos quais as cidades buscam se desvincular". Neste particular, o autor cita casos clássicos, como o NavyPier, em Chicago (EUA), o Darling Harbour, em Sydney (Austrália) e Albert Dock, em Liverpool (Inglaterra).

Os distritos de esportes são apresentados como resultados de esforços locais no sentido de dotar as cidades de estruturas para receber grandes eventos esportivos (como Jogos Olímpicos, Copas do Mundo e edições do Superbowl, nos EUA), geralmente a partir da construção de grandes arenas esportivas – que, não raro, ficam subutilizadas após a finalização destes eventos. Muitos autores se dedicam a estudar os impactos locais desses eventos, tais como Roche (1992) – antes mesmo de se consolidar o "modelo" Barcelona –, Kasimati (2003), sobre os Jogos de Verão, Gursoy e Kendall (2006), sobre os Jogos Olímpicos de Inverno, dentre outros.

Os parques temáticos, como um tipo de distrito, são apresentados como uma continuidade de espaços de entretenimento que nasceram no fim do século XIX e atualmente concentram 185 milhões de visitantes nos 25 parques temáticos mais importantes do mundo – quase todos localizados nos EUA, no Japão e em alguns países da Europa. De alguma maneira, a "fantasia" dos parques temáticos parece ser referência para a abordagem de Hannigan (2006), que sugere os preceitos de uma "cidade da fantasia" estariam se difundindo pelas práticas de planejamento e gestão do território urbano.

Por fim, Spirou (2011, p. 95) apresenta um tipo complementar de distrito turístico, "distritos de suporte", que se constituem para dar apoio ao desenvolvimento do turismo urbano "nas

proximidades dos principais atrativos", majoritariamente compostos de serviços e facilidades (meios de hospedagem, estabelecimentos de alimentação, lojas, etc). Citam-se exemplos da International Drive, em Orlando (Estados Unidos) – corredor de hotéis que dão suporte aos parques temáticos da região – e a área de Plaka, em Atenas (Grécia), nas proximidades da Acrópole.

Por outro viés, Gotham (2005) discute o peso de eventos locais no turismo urbano, que são alçados à categoria de "espetáculos urbanos" para "consumo turístico", mormente objetivando atrair visitantes e visibilidade em função de aspectos culturais locais tradicionais na cidade de New Orleans. Neste caso, a despeito das estruturas físicas, a cultura, como representação de determinadas comunidades, recobre-se de interesses comerciais e efêmeros, enquanto durem os eventos. Não significa, contudo, que as imagens sejam menos poderosas, quando se trata de *city marketing*, já que elas ficam calcinadas em campanhas publicitárias locais ou adornam produtos e serviços.

A ideia central a ser retida é que, de maneira ascendente, as práticas de gestão urbanística começam a creditar ao turismo algum papel no desenvolvimento econômico e territorial das cidades. Disso resulta propostas de gestão específica de certas parcelas do tecido urbano para usos turísticos, valendo-se dos atributos de destaque (paisagem, patrimônio, manifestações culturais, etc.) como referência para a constituição de medidas específicas.

Portanto, ainda que as interfaces entre a gestão das cidades e o turismo sejam recentes (e mesmo superficiais), é importante notar que já existem estratégias para o fortalecimento do turismo urbano, o que, de alguma maneira, se conecta com a proposição de projetos urbanos emblemáticos, a serviço do planejamento estratégico de cidades, do *city marketing* e do empresariamento urbano.

1.4. ESTRATÉGIAS DE INTENSIFICAÇÃO DO TURISMO URBANO

A abordagem sobre o turismo urbano correntemente se emparelha com as discussões sobre as práticas e os princípios da "renovação urbana"32, como sendo seus resultados orientados

³² Para o momento, não serão detalhadas as minúcias semânticas e de conteúdo sobre intervenções urbanas; no entanto, assim como fazem Vargas e Castilho (2006), será aprofundada uma discussão detalhada sobre as nomenclaturas, preceitos, práticas e resultados das várias formas das intervenções urbanas contemporâneas. Parte-se do princípio que, a despeito das ênfases e da epistemologia, o turismo e atividades correlatas são eixos recorrentes nos projetos urbanos, daí porque ser necessário um tratamento detalhado ao tema.

para um aproveitamento turístico de cidades que passam por transformações econômicas (por exemplo, revisão de sua dependência industrial e emergência do setor terciário). Em um resumo do contexto, Fainstein e Judd (2003) retomam o argumento das transformações estruturais que assistem ao urbano, destacando a atuação conjugada do governo e do capital privado nessas ações de *city marketing*:

Os governos municipais patrocinam campanhas promocionais, missões de vendas e eventos especiais, se associam com empreendedores de propriedades em parcerias público-privadas para construir hotéis e *shoppings* e financiam a construção de centros de convenções, espaços artísticos e arenas de esportes. Uma vez que as cidades prosperaram como lugares da produção industrial, na era industrial as cidades foram máquinas de crescimento e prosperidade. Na virada do século XXI, elas estão se tornando em espaços para o consumo em uma economia global, onde os serviços provêem o ímpeto para sua expansão (FAINSTEIN, JUDD, 1999, p. 2, tradução nossa).

No bojo das intervenções de recorte "espetacular", ao que se somam estratégias de comunicação e promoção urbana, estruturam-se práticas de *city marketing*, que, por sua vez, têm, em parte, o turista como sujeito-alvo: *ativamente* por seu ímpeto de se deslocar até estes locais, fruindo, pois, dessas experiências e, *passivamente*, pois, sem que se dê conta, já é parte de um conjunto de significados que retroalimenta as estratégias de promoção urbana, em que as imagens que se propalam informam que determinada cidade logrou acessar a urbanidade globalizada, devendo, para tanto, estar coalhadas de turistas.

Para Law (2002), os elementos principais que compõem as estratégias para o desenvolvimento do turismo urbano são a) construção de atrativos turísticos específicos, tanto públicos (equipamentos culturais, principalmente), quanto privados (parques temáticos, aquários, complexos de entretenimento, etc), b) desenvolvimento do setor de convenções, congressos e encontros em geral (geralmente articulados com o segmento de turismo de negócios) e c) conversão de atividades de cultura, entretenimento, esportes e eventos especiais em fontes de atração de visitantes³³.

Complementarmente, também há a oferta (organizada em políticas e estratégias específicas, ou ao sabor das circunstâncias) de elementos secundários para o turismo urbano,

³³Fainstein e Judd (1999, p. 14) sustentam que as cidades têm adotado "um número relativamente pequeno de estratégias de *marketing*. Elas se concentram em eventos promocionais associados com seu *status* de "cidade europeia da cultura" por um ano ou como anfitriã das Olimpíadas, Jogos Mundiais Estudantis, Copa do Mundo ou do Superbowl. As cidades patrocinam festivais de culinária ou música e exposições de arte bombásticas. *Banners* verticais propagandeiam os grandes eventos, são feitos acordos com restaurantes e lojas, *marketing* de camiseta e canecas – qualquer coisa que o turista não apenas a visitar, senão também a comprar".

como expansão da hotelaria, da rede gastronômica, de estruturas comerciais e transportes, que, na sua essência, se confundem, no seu uso, com a vida urbana local. Essas estratégias, em geral, implicam em intervenções urbanas de grande impacto territorial, alimentando os interesses relacionados à promoção de "venda" da cidade:

Acredita-se que algumas dessas atividades são capazes de trazer prestígio para uma cidade e melhorar sua inserção no ambiente externo. Uma vez que as cidades estão desesperadas para atrair investimentos e o primeiro estágio deste processo é ganhar atenção, apresentar uma cidade de alto nível nos quesitos artes e esportes é um bom começo. [Ademais], essas atividades são percebidas como grandes geradoras de turismo em potencial (LAW, 2002, p. 126, tradução nossa).

No que se refere à construção de novas atrações, pode-se dizer que existe um alinhamento direto com os grandes projetos urbanos, no contexto dos quais é comum haver empreendimentos ou equipamentos específicos para o desenvolvimento turístico. Trata-se de museus, aquários, parques temáticos, que acabam por ser referenciais turísticos das cidades. Destes, a construção de equipamentos culturais parece ser a ação mais recorrente, tanto com construções novas, quanto a partir de reuso de estruturas.

Ao tratar de Bilbao – e particularmente a instalação do Museu Guggenheim – Sudjic (2007) questiona enfaticamente os significados arquitetônicos desta "arquitetura do poder", fazendo crer que o espetáculo urbano gerado por tais intervenções não é capaz de se justificar quando o assunto é turismo. Em estudo empírico, por sua vez, Plaza (1999) chega à conclusão de que existe um incremento de pernoites correlacionado ao afluxo de visitantes ao Museu Guggenheim: o aumento de cada visitante ao museu resulta em mais 0,272 pernoite na rede hoteleira local. Em termos quantitativos, significa dizer que 54% do aumento de turistas à cidade, entre 1994 e 1999, se deve à visitação ao museu, inaugurado em 1997.

Por um viés semelhante – e valendo-se do exemplo de Bilbao, Gospodini (2001, p. 932-939) comenta que a constituição de "contraestruturas" afiliadas às "tendências do *design* globalizado" desempenha importante papel para "cidades menores da periferia européia" que não dispõem de recursos naturais, culturais e financeiros para sua reestruturação econômica contemporânea. Com isso, pode-se compreender, pelo menos em parte, o motivo pelo qual intervenções urbanas lastreadas em determinados aspectos formais, ao se estabelecerem como

ícones urbanos³⁴ (SHIBAKI, 2010), acabam por atrair milhares de turistas, motivados por consumir *in situ* experiências urbanas. Assim, "a morfologia do espaço urbano e o *urban design* estão gradualmente se transformando em parâmetros e recursos importantes no desenvolvimento do turismo urbano" (GOSPODINI, 2001, p. 927),

A participação de museus e outros equipamentos no centro das intervenções urbanas contemporâneas e, por conseqüência, como estratégia de turismo é um tema largamente estudado (HAMMET, SHOVAL, 2003; TUFTS, MILNE, 1999; SANTOS et al., 2004; ARANTES, 2001; MOURA, 2010). Dessas discussões, há que se reter a ideia de que "no final do século XX, um número crescente de museus se tornou centros de estilo e *design*, exposições bombásticas, mecenato corporativo e distinção cultural", ato contínuo, a "arquitetura espetacular" desses edifícios acaba se convertendo em atração turística, a despeito do que encerram em seu interior (HAMMET, SHOVAL, 2003, p. 222).

Neste processo, em que o museu de converte em um grande negócio, novos usos e estruturas ganham destaque: lojas e restaurantes, aluguel para realização de eventos, patrocínio corporativo, exposições grandiosas (em volume de visitantes e no conteúdo que oferecem), branding e franquia (por exemplo, o Guggenheim Bilbao). A "arquitetura de grife" – com nomes do "star system" (ARANTES, 2001)³⁵ – é um elemento de destaque, já que o caráter espetacular das construções está no centro das ações de promoção do "turismo cultural urbano", que, por sua vez, retroalimentam medidas de *city marketing*, ambas, supostamente, contribuindo com a entrada de receitas nas economias urbanas.

Esta tendência resulta de mudanças estruturais e conceituais no desenvolvimento de museus, agora, diretamente vinculado à gestão das grandes cidades, "caracterizada pela construção de grandes museus fora dos eixos principais para se promover a regeneração e a expansão espacial da cidade turística" (HAMMET, SHOVAL, 2003, p. 229). Uma vez que a promoção da arte e da cultura está em alta cotação nas políticas urbanas,

³⁴ "[...] ícones urbanos podem ser definidos como o status aproximado de uma sumária ou melhor representação de uma cidade em espacial; são incrustados imaterialmente de experiência, mas também desterritorializados por meio da mobilidade da circulação de imagens; são chamativos, atraentes ao olhar; contêm a marca de um tempo e lugar; geralmente originam-se de ícones que se lançam posteriormente em monumentos históricos e dependem, em parte, do tamanho e da localização porque suas características contribuem para a qualidade e legibilidade dos espaços urbanos, sobretudo das regiões centrais" (SHIBAKI, 2010, p. 26).

³⁵ Ao tratar do caso de Bilbao, Law (2002,p. 94-5, tradução nossa) reforça a ideia de que "[a] arquitetura agora é um elemento na competição entre lugares", a ponto de se estar consolidando uma "marca de museu global" ou "McGuggenheim".

[f]icar sem uma orquestra sinfônica, casa de ópera e uma galeria de arte condena uma cidade à segunda divisão. A cultura é agora um elemento-chave na competição urbana, tanto como forma de promover orgulho cívico e a imagem da cidade, quanto por sua capacidade de atrair visitantes e empresas nacionais e internacionais, através da oferta de qualidade de vida urbana à grande e emergente classe de profissionais com alto grau de instrução e os de nível gerencial (HAMMET, SHOVAL, 2003, p. 233).

Não se pode, contudo, olvidar o aparato público e privado de *marketing* urbano acoplado à promoção dessas estruturas e das próprias cidades que as abrigam. Isso porque a criação de atrativos turísticos não é apenas uma medida focada em atrair mais turistas para as cidades, mas "pode ser usada para facilitar a renovação urbana" (LAW, 2002, p. 90). De fato, esta é uma recorrência quando da análise do turismo como estratégia econômica para as cidades, qual seja a implantação de grandes projetos urbanos em "distritos especiais", como política urbana em que o turismo é parte do argumento (LAW, 2002; HAYLLAR et al., 2008; SPIROU, 2011; PAGE, 1995) – não raro fazendo menção aos grandes projetos urbanos consagrados na esfera mundial, como Docklands (Inglaterra), Sydney Opera House (Austrália), Bilbao (Espanha), além de todas as experiências norte-americanas, em Baltimore, Boston, Nova York, São Francisco, Chicago (FRIEDEN, SAGALYN, 1994; METZGER, 2001; VARGAS, CASTILHO, 2006), etc.

As experiências, com efeito, podem ser ensejadas inclusive no quesito comercial, quando os espaços e atividades comerciais convertem-se em atrativos da cidade, não apenas pelas vantagens específicas – que movimentam fluxos no turismo de compras –, senão também pela apreciação das arquiteturas comerciais, ainda que por sua excentricidade.

Por outro viés, a implantação de negócios – desde o pequeno café até grandes complexos comerciais – pode representar uma estratégica de recuperação de centralidades, capazes de atrair o interesse de turismo nacional e internacional. Nesse caso, talvez, a compra não seja o mote principal da viagem, mas pode ser um momento na miríade de possibilidades que as grandes cidades oferecem.

Com efeito, os primeiros grandes projetos urbanos nos EUA buscavam reproduzir a lógica do *shopping center* dos subúrbios para seduzir as classes médias a voltar a ocupar o centro das cidades, atividades mediadas pelo consumo "estetizado"³⁶de bens e serviços em estruturas

³⁶A ideia de "estetização do cotidiano" (FEATHERSTONE, 2007) auxilia a entender este processo, tendo em vista que atividades ordinárias – como fazer compras – convertem-se em acontecimentos sedutores, atraentes e cercados de uma parafernália de símbolos que as permitem uma quebra da rotina, e, portanto, transformam-se em extraordinárias. Mesmo porque, paulatinamente, as compras podem ser supridas pelo comércio eletrônico, de maneira que, o comércio físico deve estar envolto em experiências diferenciadas, já que, em princípio, é cada vez menos obrigatório no contexto

requalificadas, como Faneuil Hall, em Boston (VARGAS, 2001; FRIEDEN, SAGALYN, 1994). Convent Garden, em Londres, o Mercado de Abasto, em Buenos Aires (MUXÍ, 2004) e mesmo o Shopping Light e Mercado Municipal Paulistano, em São Paulo, são exemplos possíveis, que contribuem para a "revitalização das tradicionais áreas de comércio e cultura das cidades, auxiliando na mudança da imagem" (VARGAS, 2010, p. 297) e confirmando que, passadas décadas das primeiras experiências dos *festival market places*, o modelo ainda tem apelo e está conectado a estratégias de recuperação de valor imobiliárioem certas regiões.

Essas providências podem potencializar a "atratividade turística, não apenas para os moradores da cidade como um todo, mas também como complementação ao turismo de negócios, aumentando o tempo de permanência dos visitantes, nos finais de semana, e aumentando a taxa de ocupação do hoteis da cidade" (VARGAS, 2000, p. 85).

No que tange às estratégias de convenções e eventos corporativos, vale lembrar, a título de referência, o *boom* de construção de centros de convenções nos Estados Unidos a partir da metade do século XX, especialmente porque se entendia que o turismo de negócios seria uma estratégia para a recuperação econômica de cidades tradicionalmente industriais. Na década de 1950, foram cerca de 30 inaugurações, chegando mais de 100 novos centros de convenções na década de 1980 (ALTSHULLER e LUBEROFF, 2008, p. 32).

Para Swarbrooke e Horner (2001,p. 6-7) o turismo de negócios deve, em realidade, ser entendido como "viagens e turismo de negócio", cuja tipologia se divide nas seguintes categorias: encontros, conferências e convenções, feiras, cursos de capacitação, lançamento de produtos e viagens de incentivo. Assim, para atender a cada vez maiores e mais recorrentes eventos nas cidades, os governos locais se articulam para a instalação de grandes espaços, a exemplo do que vem acontecendo no Brasil desde os anos 1970 – inclusive em São Paulo, com as estruturas do Parque do Ibirapuera instaladas junto com o próprio parque (e depois descartadas) e a construção do Parque do Anhembi, na década de 1970.

Nesta abordagem, é importante destacar uma relação entre o turismo de negócios e de lazer, pois a) o viajante a trabalho converte-se em viajante de lazer no fim do dia de trabalho, b) as

contemporâneo; em suma, o consumidor "começa a estar mais interessado em 'fazer', isto é, participar de atividades, divertir-se, aprender, informar-se, do que 'ter', ou seja, adquirir bens". Tome-se como exemplo ao comércio de rua e os ambulantes: "considerados, muitas vezes, anacrônicos, desinteressantes ou até mesmo perigosos", pode ser responsáveis por "fazer a alegria dos turistas" (VARGAS, 2001, pp. 294, 303). Em direção semelhante, Hoffman (2003) trata da emergência do turismo no Harlem, em Nova Iorque, com base no "desenvolvimento econômico dos guetos" e o "marketing da diversidade", cujos focos de atração são, dentre outros, o comércio popular e a gastronomia étnicos.

conferências em geral incluem uma programação de lazer nos tempos livres, c) as viagens de incentivo envolvem a oferta de viagens de lazer como prêmios por bons desempenhos dos funcionários e d) os viajantes a negócio costumam estar acompanhados por cônjuges e filhos, que se comportam como turistas a lazer durante quase toda a viagem (SWARBROOKE, HORNER, 2001, p. 10). Esta é uma observação bastante pertinente para que entenda que o turista a negócios também consome estruturas e serviços urbanos originalmente focados em outros usuários, de maneira que os vários perfis de usuários podem estar na origem de distintas estratégias de desenvolvimento do turismo urbano e da própria gestão da cidade.

Nesta linha, Fainstein e Judd (2003), ao tratar das particularidades do turismo urbano, notam uma indistinguibilidade, em vários aspectos, entre o visitante a negócios e o turista motivado por lazer no que tange à produção turística em cidades – conforme apresenta Braga (2010) para o caso de São Paulo (Capítulo 3). Já que "os produtos e serviços demandados pelos turistas estão disponíveis para os não-turistas também, as fronteiras da cadeia de produção são extremamente difusas" (FAINSTEIN, JUDD, 2003, p. 3). Particularmente neste segmento, os autores apontam sua significância para as cidades:

Apesar de os viajantes a trabalho não sejam a maioria dos turistas, sua capacidade de consumo, garantida pelos gastos em contas corporativas, ampliou enormemente o mercado para serviços de viagens. Além disso, viagens de trabalho, pela concentração de escritórios nas áreas metropolitanas e, e também em grande medida, nos centros das cidades, contribui especialmente para o turismo urbano (FAINSTEIN, JUDD, 1999, p. 4, tradução nossa).

Já para Davidson e Cope (2003, p. 3), em termos gerais, as viagens de negócios (*business travel*) "compreendem todas as viagens cujo propósito está conectado com o emprego do viajante ou com interesses em negócios". Para estes autores, este tipo de viagem refere-se a "viagens de negócio individual", "encontros", feiras, "viagens de incentivo" e "hospitalidade corporativa". No que se refere à estruturação do turismo de negócios, os autores também reconhecem que os viajantes a negócios "frequentemente fazem uso dos mesmos serviços e facilidades dos viajantes a lazer" (DAVIDSON, COPE, 2003, p. 6), sugerindo que, se há especificidades na motivação da viagem, este tipo de turismo, do ponto de vista espacial, está vinculado à dinâmica geral do turismo, em que pese os setores de hotelaria, restauração, transportes, atrativos, etc.

Com isso, explicita-se o porquê de a simples segmentação de mercado não contribuir de maneira contundente para compreensão do turismo urbano. Primeiro, porque não se trata de uma abordagem centrada em um segmento de mercado específico – senão na observação nas

territorialidades do turismo no ambiente urbano, em que pesem particularidades e vicissitudes da urbanização contemporânea. E, ainda, pelo fato de que, em linhas gerais, o exercício de segmentação resultar quase sempre demasiado sintético e bastante volátil, postura que, no que tange aos estudos urbanos, poderia encobrir significados e questões mais contundentes no que se refere à interface turismo-cidade.

No que se refere aos grandes eventos esportivos, como estratégia de turismo urbano, será nas décadas finais do século XX que os grandes eventos esportivos convertem-se em foco de atração de visitantes, daí porque sua importância na reorganização das cidades em que ocorrem – como o caso emblemático de Barcelona, com os Jogos Olímpicos de 1992 e as perspectivas de melhora na infra-estrutura urbana que se projeta com a Copa do Mundo de Futebol, a se realizar no Brasil, em 2014.

A da Copa do Mundo na África do Sul, em 2010, também ensejou uma série de intervenções de grande porte em várias cidades do país, como também abriu espaço para discussões sobre a capacidade de grandes eventos trazerem transformações duradouras para países periféricos. Antes mesmo dos jogos, já se discutia o turismo urbano no país (ROGERSON, 2002), especialmente no que se refere ao passado de segregação, mas sem desconsiderar a importância econômica para a maior cidade do país, Johanesburgo.

A relação entre turismo e eventos esportivos já é relativamente bem tratada na literatura internacional. No caso dos Estados Unidos, Euchner (1999, p. 216) sustenta que a "habilidade dos donos de times em comandar o apoio governamental [na construção de estádios] resulta em parte do seu sucesso em persuadir o público da importância econômica e simbólica" do futebol e do beisebol como "ferramentas de desenvolvimento" local. Contudo, dado "extraordinário poder" desses grupos, a importância do turismo e do desenvolvimento urbano ficariam em segundo plano quando dos projetos de novos estádios: a construção de estádios seria uma estratégia defensiva às pressões de uma relação "indústria monopolística" e não ofensiva.

O caso de Barcelona e os Jogos Olímpicos de 1992, fartamente estudado, foi importante a ponto de se criar um novo paradigma³⁷ de intervenções urbanas, que relacionam a construção de

Capítulo 1.Turismo urbano: conceitos, práticas e questões atuais

³⁷Muñoz (2008) assevera que as intervenções levadas a cabo em Barcelona fizeram da cidade uma marca, processo que chama de "brandificação". No entanto, na crítica entre os projetos pontuais e as premências de sua situação metropolitana, novos desafios emergem na gestão da cidade, algo que deve ser considerado quando se toma Barcelona como referência de projeto urbano. Cita o autor (MUÑOZ, 2008,p. 174, tradução nossa, ênfase adicionada: "Barcelona pode e deve ser cidade e lugar, imagem e topos, mas para isso deve reconhecer-se a si própria para além de sua

imagens urbanas importantes para a realização de grandes eventos e, por conseqüência, para a atração de turistas (mas também para visibilidade política e fluxo de investimentos externos). As políticas urbanas na cidade, por ocasião da organização dos jogos, foram condicionadas à valorização de determinadas partes da cidade (Montjuïc, PortVell, Vila Olímpica), mediante projetos de grande escala, que respondem a "demandas da economia global", privilegiando setores como o imobiliário, comercial e turístico, que vão encontrando novos nichos no espaço urbano barcelonês (MUÑOZ, 2008, p. 157).

No final da década de 1990, Lisboa havia posto em marcha importantes projetos urbanos em uma região às margens do Rio Tejo, por ocasião na realização da Expo 1998. Junto da construção dos pavilhões de convenções e feiras, foram implantados um *shopping center*, uma estação rodoferroviária, um sistema de teleférico, além de grandes obras de infraestrutura de transportes, como uma nova linha de metrô até o local e outra ponte sobre o Rio Tejo.

Consideradas realidades regionais, mas em uma perspectiva de promoção internacional, os eventos culturais (Capitais Européias da Cultura³⁸), comerciais (Exposições Universais) e esportivos (Jogos Olímpicos, campeonatos de futebol e outras modalidades esportivas regionais e nacionais, regionais, Formula 1, regatas de vela, etc.) já são praxe na política urbana de vários países do mundo, como oportunidade de aplicação de recursos na transformação de determinadas partes do tecido urbano e projetar a imagem de cidades em escala global – mesmo para cidades que não são capitais³⁹.

imagem espetacular, de sua marca, de seu itinerário de *urbanalização* e se ver também refletida nos outros territórios que, mesmo que de forma opaca em alguns casos e descontínua em outros, forma parte de um todo. Um território que deve ser entendido não como um fio de fragmentos, senão como uma cadeia de lugares".

³⁸ O Programa Cidade de Cultura nasceu em 1985 e tem motivado cidades da Europa, atualmente, a disputar de maneira intensa o título anual de "Capital da Cultura da Europa" (LAW, 2002, p. 144). Segundo Johnson (2009,p. 4, tradução nossa), a criação de uma "Capital Cultural envolve cultivar deliberadamente atividade artística em um lugar. Mas para fazer uma Capital Cultural também é necessária a regeneração física de estruturas portuárias e industriais abandonadas, uma reformulação na imagem da cidade, a criação de artefatos culturais icônicos e uma economia orientada ao consumo em vez de produção, serviços no lugar de manufatura, artes e indústrias do conhecimento no lugar de outras atividades". Shukhaet al (2006), em pesquisa sobre Liverpool, que viria a ser Capital da Cultura em 2008, sustentam que moradores e visitantes vinculam, de maneira mais enfática, a imagem da cidade com "atrações tangíveis" (Museu de Liverpool, Phillarmonic Hall, catedrais, Saint Geoger's Hall), do que com "atrações intangíveis" (como clubes de futebol locais e os BeatlesOutro exemplo de referência é Glasgow, que foi Capital da Cultura em 1990 e conduziu importantes intervenções urbanas por ocasião das atividades programadas, como ensejo de um processo de recuperação urbana na área central e próximo ao Rio Clyde: em 1981, os principais atrativos receberam 1,4 milhões de visitantes, ao passo que em 1990, receberam 3,2 milhões (LAW, 2002, p. 153).

³⁹Valência, capital da Comunidade Valenciana (Espanha), sedia, há vários anos, etapas da Formula 1 (*Grande Prêmio da Europa*) e também regatas da *America'sCup* – evento que motivou a construção de estruturas próximas à zona portuária, na foz original do Rio Turia (hoje desviado por um canal artificial mais ao sul do núcleo urbano central).

Fainstein e Judd (1999) dividem a realidade da "construção de enclaves turísticos" – formas de "afastar a sensação de ameaça" – entre países "ricos" e "em desenvolvimento", levando a entender que existem práticas distintas nos dois grupos países:

Nos países em desenvolvimento, as diferenças entre turistas afluentes e residentes locais são extremas, e isso fica destacado pela natureza 'opulenta e altamente capitalizada' dos empreendimentos em forma de *resorts*. Entre as velhas cidades das nações ricas, a justaposição pode ser vista quase como uma tônica e todos esses esforços por transformar a cidade para o propósito da promoção turística pode levar a uma crescente mesmice (FAINSTEIN, JUDD, 1999, p. 12, tradução nossa).

De fato, os projetos urbanos mais emblemáticos, em qualquer país que se analise, efetivamente fazem parte dos catálogos turísticos ou nos cadernos de promoção das cidades – e, efetivamente, concentram a dinâmica turística local. No entanto, parte-se do pressuposto que, ainda que o turismo se dê, prioritária e simbolicamente, nessas áreas, a experiência turística urbana é ampla, flexível e multissensorial, de maneira que, a cidade, na sua diversidade de paisagens e significados (mesmo aqueles não circunscritos aos perímetros dos projetos urbanos), preenche boa parte do que se pretende estudar como turismo urbano.

1.5. Considerações parciais ao capítulo

Diante dessas leituras, as características essenciais para se definir o turismo urbano, tanto na sua prática, quanto como objeto de estudo e de gestão, são:

1. O turismo é apenas uma das funções da cidade, motivo pelo qual o conceito de urbanização turística (MULLINS, 1991) não é suficiente para o entendimento amplo do turismo urbano, já que estamos diante um setor que se subsume na economia urbana. Disso resulta que os rebatimentos espaciais da atividade costume ser, no mais das vezes, sutis (ressalvados os casos onde os distritos turísticos incorporam atrativos turísticos ou projetos urbanos emblemáticos que caracterizam claramente uma centralidade turística, mas ainda assim trata-se de medidas de adequação de porções da cidade e não de uma urbanização direcionada ao turismo). Portanto, a ideia de "cidade turística", de qualquer tipo, conforme sugerido por Page (1995) não faz muito sentido, pois uma grande aglomeração turística jamais terá a base de sua atividade no turismo, mesmo quando este setor aumentar sua participação na economia e da dinâmica espacial.

- 2. Decorrente do dito anteriormente, na dinâmica de uso do espaço existe, sempre, uma mistura entre moradores e turistas (bemcomo de seus "comportamentos espaciais"), a usufruir das estruturas e serviços em um mesmo contexto urbano, sendo que esta relação varia em função de certas condicionantes. Reconhece-se, em geral, que a sustentação do turismo, especialmente nas grandes cidades, depende do tamanho e das características da população local, bem como da inserção metropolitana da cidade, a ponto de, em alguns casos, o morador ser considerado sujeito do turismo urbano (MAILTAND, 2010).
- 3. O turismo urbano vem sendo entendido como uma estratégia para o desenvolvimento da economia urbana, principalmente nos países onde as grandes cidades sofreram com o processo de desindustrialização a partir da década de 1970, de maneira que as intervenções urbanas servem de ensejo (ainda que não o único) para requalificação urbanística e as novas atividades (ou certas atividades potencializadas) levam a maiores investimentos e receitas e, por conseqüência, a mais arrecadação de impostos (a exemplo do Imposto Sobre Serviços do grupo 13, na cidade de São Paulo, que será tratado no capítulo 3).
- 4. Com ênfases diferentes, o planejamento urbano é visto como arcabouço para o desenvolvimento do turismo nas cidades, principalmente nas grandes (COSTA, 2001). E mais especificamente, este aspecto fica evidente quando o turismo é tema recorrente para a composição e implantação de estratégias de "regeneração urbana", normalmente vinculadas à existência de grandes projetos urbanos desde esquemas de mais abrangência urbanística (como definição de áreas prioritárias, flexibilização de legislação urbanística, oferta de subsídios públicos específicos, etc.) até projetos de natureza pontual, na linha das construções emblemáticas e espetaculares, particularmente para usos culturais (museus, centros culturais, etc.) e comerciais.

Ademais, deve-se ter em vista a importância das demandas locais e metropolitanas para a manutenção de certas atividades e atrativos considerados essencialmente turísticos – e no bojo dos distritos turísticos projetados. Portanto, para entender o turismo urbano, no rebatimento espacial e na articulação com as funções urbanas, é imprescindível incorporar análises dos fluxos locais, bem como características e perfis dos visitantes – ainda que isso exija atenção constante para que não se criem equívocos no que se refere à essência dos visitantes (turistas e visitantes).

Neste aspecto, é importante relembrar que boa parte das estratégias de desenvolvimento do turismo urbano observadas está diretamente vinculada às transformações no padrão de urbanização de cidades européias, norte-americanas e australianas. Isso implica notar a participação dos processos de gentrificação que, apesar de não serem foco desta pesquisa, expõem uma questão importante: muitas das atividades ensejadas ou incorporadas ao turismo urbano são, em realidade, respostas às transformações no modo de viver de muitas grandes cidades, incluindo a volta para o centro.

Este é um aspecto discutido por Spirou (2011), já lembrado por Zukin (1995), em que os antigos CBDs e certas áreas industriais das cidades, após passarem por processo de esvaziamento imobiliário, convertem-se novamente em espaços de valorização imobiliária. Este novo modo de vida, em certo sentido, orienta-se para algumas práticas de turismo urbano, especialmente no que se refere à oferta gastronômica, de vida noturna e espaços urbanos requalificados – um padrão difícil de vislumbrar na realidade brasileira, no curto prazo, até porque as áreas centrais ainda desempenham certas funções urbanas.

No fundo, trata-se de um movimento dialético: ao mesmo tempo em que as metrópoles (especialmente aquelas em países ditos emergentes) podem confirmar sua atração através da complexidade de significados e multiplicidade de paisagens, nota-se, por parte da gestão pública, tentativas de reduzir, tal como uma metonímia, as estratégias de planejamento, gestão e promoção urbanas a alguns referenciais urbanos, não raro envolvendo-os em intervenções urbanas pontuais.

Em suma, o que se busca é, antes de nada, alargar a visão da potencialidade turística das cidades, principalmente as grandes – buscando-se revisar e reinterpretar questões que reforçam que a atratividade da cidade como espaço turístico restringe-se a determinados pontos ou porções. Por outro lado, busca-se realçar que o apelo turístico das cidades (especialmente as metrópoles) se faz presente e mais potente em função de sua conjugação com a complexidade urbana que lhe é condicionante.

2. Os grandes projetos urbanos na contemporaneidade

"Valencia deixou de ser uma cidade esquecida para ser uma das mais promissoras e fascinantes no cenário internacional neste século XXI. Para isso, contribuíram, em grande medida, seus grandes projetos, [...] que animaram muitos a visitá-la e logo se surpreenderam com a riqueza cultural e histórica que encerram suas ruas e o espírito inovador que palpita na sua contínua transformação como uma das cidades com maior poder de atração e capaz de combinar harmonicamente passado e futuro,tradição e modernidade"

Alfons Grau, Secretário de Economia e Grandes Projetos de Valencia (Espanha),em 26 /02/ 2009, em conferência sobre a "espetacular evolução urbana" da cidade.

As palavras de Alfons Grau se referem a uma capital de província (Comunidade Valenciana), de um país periférico na realidade europeia (Espanha), mas guardam importantes similaridades com intervenções grandiosas de Londres, Nova York, Paris ou mesmo de Barcelona. Desse comentário, bastante entusiasmado e ufanista, emergem vários aspectos sobre a figura dos projetos urbanos na contemporaneidade, dentre os quais uma tendência de difusão dessa prática para cidades menos relevantes nas redes urbanas, bem como um vínculo com o estímulo ao turismo, como forma de operacionalizar os preceitos do *city marketing*.

O conceito e as práticas de projeto urbano sustentam a compreensão do turismo urbano (LAW, 2002; PAGE, 1995; ASHWORTH, VOOGD, 1990; SPIROU, 2011; HAYLLAR et al., 2007), no atual estágio da urbanização. Portanto, para fazer a crítica da relação "turismo urbano" em contraposição a "projetos urbanos", entende-se necessário compreender essas intervenções como mecanismos emergentes no bojo das transformações socioespaciais em curso.

Os projetos urbanos emergem da chamada reestruturação produtiva que vem se processando desde meados do século XX nos países centrais do sistema econômico mundial. Mas, há alguns anos – especialmente depois do "modelo Barcelona" (MONCLÚS, 2003) – e no contexto de um "capitalismo tardio "(JAMESON, 2007), nota-se uma dispersão para outras regiões (por exemplo, América Latina e Ásia), com a agregação de outros elementos, como a grande importância dada a aspectos midiáticos, a valorização dos grandes eventos e a disponibilização, cada vez mais freqüente, de espaços de lazer e entretenimento.

Em suma, são as cidades se ajustando para uma sociedade eminentemente de consumo. Conforme assevera Sanchez (2010, p. 17), "atualmente, é possível verificar, entre grupos e países representando *expertise* internacional, disputas pela posição dominante no mercado de modelos de gestão e de implementação de megaventos".

Cotejada com a realidade internacional, a situação brasileira, ainda, não experimentou empreitadas tão profundas, que resultam em grandes projetos urbanos tão bem acabados do ponto de vista de sua constituição básica. Vêem, com efeito, intenções e materializações truncadas nas cidades brasileiras, que, como é de se esperar, parecem reproduzir as contradições e cisões sociais da formação socioespacial brasileira. Neste contexto, inserem-se iniciativas que chamam o turismo como parte do elemento ativador de possíveis transformações. Quanto aos significados e efeitos desta realidade, ainda não se pode fazer contundentes arrazoados, contudo, faz sentido tentar entender a participação do turismo neste processo, ainda que de maneira descritiva e preliminar.

Com variação nas ênfases de abordagem, são recorrentes menções ao turismo nos estudos sobre o processo de urbanização contemporâneos, principalmente nos estudos sobre reestruturação urbana, produtiva e espacial (BRENNER, THEODORE, 2002; HARVEY, 2005; GOSPODINI, 2001; MUÑOZ, 2008), em que os grandes projetos urbanos aparecem como mecanismo de gestão urbana de recorte neoliberal.

Assim, tendo sido destacados os principais aspectos caracterizadores do turismo urbano (Capítulo 1) e delineadas as possíveis interfaces com intervenções urbanas, na sequência serão apresentados e discutidos elementos que explicam o urbano contemporâneo, relacionados à reestruturação produtiva e espacial que se observa nas últimas décadas. De maneira mais específica, objetiva-se caracterizar os projetos urbanos, na perspectiva de se identificarem as práticas espaciais em seu interior. A literatura de referência sobre este tema é difusa e relativamente escassa e, mesmo que essas intervenções sejam cada vez mais recorrentes – e não apenas na Europa ou nos EUA –, são poucos os enfoques sobre seus elementos definidores.

2.1. Contexto de Análise

Desde meados da década de 1950, observa-se uma "reestruturação global", com uma internacionalização da economia sob hegemonia dos EUA, aumento do investimento nos países menos desenvolvidos, particularmente no processo de industrialização por substituição de importações e as indústrias dos países ricos em busca de melhores fatores de produção (mão de obra mais barata, incentivos, etc.) (NOBRE, 1994, p. 7).

A recessão mundial dos anos 1970 levou à desregulamentação de mercados e à queda do modelo Keynesiano e das benesses do Estado de Bem Estar Social, inclusive no que se refere à política urbana. Vem, desde então, sendo operado um "ajuste" na direção de uma "acumulação flexível" e de uma nova divisão internacional do trabalho, fenômenos condicionados pela crise do

petróleo (o que exigiu a busca por meios mais baratos de produzir) e aperfeiçoamento das tecnologias (HARVEY, 2005). Neste processo, as formas de integração entre os países ficam mais claramente definidas por um processo de "financeirização da economia" (CHESNAIS, 1996), em paralelo à desregulamentação dos mercados financeiros.

Assim, emerge uma lógica de facilitação à operação do mercado, voltada particularmente à atração de novos negócios para a cidade, por meio do que certos aspectos históricos e recreacionais das cidades passam a ser entendidos como diferenciais. A "proliferação de técnicas de *marketing* de cidades" busca atrair o olhar de potenciais investidores, num contexto em que, progressivamente, as cidades começam a competir entre si (GARY, WATSON, 2003, p. 511).

No plano da cultura, Featherstone (2007), Jameson (2007), Bauman (1998) e Lash e Urry (2002) oferecem algumas chaves de leitura que auxiliam na compreensão tanto da vida nas cidades contemporâneas, quanto das configurações do turismo urbano (particularmente em grandes cidades). Trata-se, em linhas gerais, do aspecto simbólico da economia e do espaço urbanos, particularmente no momento em que o espaço emerge à condição de mercadoria, cujo valor de troca se sobrepõe ao seu valor original de uso. Neste conjunto de abordagens, o conceito de simulacro (BAUDRILLARD, 1991) parece referenciar as críticas que se fazem ao processo de comodificação da cultura na gestão das cidades, que recebeu variadas interpretações – mcdonaldização (RITZER, 2005), parque temático (SORKIN, 2000) edisneificação (ZUKIN, 2003).Bauman (1998), ao discutir o "sonho de pureza", critica que os cidadãos ideais pós-modernos podem se dar ao luxo de "colecionar experiências" e de "coletar sensações", transitando livre – mas preferencialmente – nas áreas que lhes são ajustadas, de maneira quase hermética, ao seu deleite (BAUMAN, 1998, p. 32).

A discussão sobre reestruturação produtiva se assenta na dinamização dos fluxos globais de mercadorias, pessoas e informações. Por isso, o conceito de "cidades globais" tem um papel importante na compreensão das transformações urbanas, especialmente das grandes cidades. A discussão sobre o tema ganhou notoriedade com o trabalho de Sassen (1991), no entanto, desde as primeiras décadas do século XX já se registram estudos sobre cidades que, por suas funções políticas e econômicas principalmente, têm posição de destaque na hierarquia urbana global. A "hipótese da cidade global" de John Friedman, formulada originalmente em 1982, trata essencialmente "da organização espacial da nova divisão internacional do trabalho", tendo em vista a transição de uma economia internacionalizada para uma economia de relação global. Na

"taxonomia das cidades globais", todas estão localizadas em países altamente desenvolvidos, à exceção de duas – São Paulo e Cingapura(FRIEDMANN, 1996, p. 317).

O argumento-base de Sassen (1991, p. 3-4) sobre as cidades globais é o de que "a combinação de dispersão espacial e integração global criou um novo papel estratégico para as maiores cidades". Essas cidades, que antes tinham importância internacional pelo comércio e por seus bancos, agora, apresentam quatro funções bem marcadas: a) centros de comando altamente concentrados na organização da economia global, b) localização estratégica para as finanças e empresas de serviços altamente especializados, que substituem a indústria como setor dominante, c) locais de produção da inovação, particularmente nestes setores proeminentes e d) mercado para produtos e inovações produzidas. Em um primeiro momento, essas cidades globais seriam apenas Nova York, Londres e Tóquio (SASSEN, 1991).

Desde a década de 1990, contudo, novas classificações e ranqueamentos – cada vez menos satisfatórios, na visão de Knox (1996, p. 9) – vêm sendo feitos e, em paralelo, a própria "grife" de cidade global parece estar se banalizando, descolando-se das abordagens que estudam questões espaciais, políticas e econômicas. A depender das funções que as cidades desempenham, a lista de cidades globais varia⁴⁰. O que, porém, parece ser uma tendência é o desejo de gestores públicos e elites locais de conferir visibilidade às suas cidades, o que acaba por alimentar discursos e práticas urbanísticas em favor de grandes intervenções urbanas, como fossem premências para figurar, de maneira competitiva, no *ranking* das principais cidades globais. Não raro, o estímulo ao turismo – como veículo para a operacionalização do *city marketing* – é um das estratégias incorporadas na gestão urbana contemporânea, tanto por seu papel imagético (difusão da imagem da cidade), quanto econômico (atração de investimentos e geração de receitas pelos gastos turísticos). Por outro lado, as estratégias de *city marketing*, conectadas à "nova economia simbólica" ou à "economia cultural" e baseadas no turismo urbano, mídia e lazer, "contrastam com a atenção muito menor (dada) a outros importantes aspectos: transporte público e, sobretudo, habitação" (MONCLÚS, 2003, p. 418).

Gradativamente abandona-se "instrumentos convencionais do planejamento moderno" (COMPANS, 2007, p. 120) em favor de projetos urbanos como mecanismo de gestão das cidades,

Capítulo 2. Os grandes projetos urbanos na contemporaneidade

⁴⁰Para uma compreensão sobre os desdobramentos e atualizações sobre o tema, consultar os projetos da **Globalization and World Cities Research Network (GaWC)**, baseada na Universidade de Lougborough (Inglaterra), que tem Manuel Castells, John Friedmann, Sir Peter Hall, Saskia Sassen e Nigel Thrift como "fundadores honorários" (www.lboro.ac.uk/gawc).

numa visão de planejamento estratégico, competição entre cidades e *city marketing*, "graças a um exercício de metaforização da cidade, tomada como se fosse uma empresa, que compete, formula estratégias, atrai compradores e vende". Para tanto, as experiências norteamericanas correspondem um modelo de intervenção que se difundiu mundialmente nas décadas seguintes, *pari passu* com a competição entre cidades por investimentos, visibilidade e turistas. Um dos pressupostos, portanto, é que as tendências de intervenções concentradas em certas partes da cidade passaram (e passam) por um processo de dispersão global, mesmo com as disparidades de contexto de cada país.

Destarte, o "urbanismo flexível de projetos" exacerba a ideia de "acupuntura urbana" (LERNER, 2003), na medida em que, a partir de intervenções na micro-escala, espera-se que "possam desencadear reações determinadas e previsíveis dos agentes privados, alavancando processos de reestruturação, revitalização ou de renovação urbana" (COMPANS, 2007, p. 124).

Em uma realidade de competição – portanto, que lembra os combates militares, as estratégias utilizadas pressupõem seleção de melhores possibilidades de sucesso. No campo do urbanismo, significa eleger parcelas do tecido urbano que serão alçados à condição de elemento estratégico e que não somente poderão dar competitividade à cidade na esfera externa, como também difundir ondas de melhorias na escala intraurbana.

Por sua vez, Arantes (2001) ressente-se do fato de as alternativas propostas à prática modernista restrinjam-se a medidas "soff" ou "modestas" de desenho urbano, que "parece anunciar esse estreitamento de possibilidades de mudança real" (ARANTES, 2001, p. 122), cujos mecanismos, ao contrário, implicavam "numa realocação forçada da população" desalojada para dar espaços às intervenções nas áreas centrais. Portanto, do ponto de vista da interface social, a estratégia que permitira à cidade competir no mercado global por investimentos, visibilidade e turistas, aprofundaria ainda mais as injustiças no plano cotidiano.

As origens deste planejamento estratégico remetem a uma visão de cidade como empresa, que, por sua vez, vale-se de estratégia de cunho militar para projetar resultados, com clara ênfase na ação. Esse movimento nasce nos EUA na década de 1960 no setor privado e ganha o campo do planejamento urbano nos anos de 1980, especialmente na esteira da reforma política desencadeada por Ronald Reagan (COMPANS, 2005, 109-111). Güell (1997) sugere que a primeira expressão de planejamento estratégico de cidade foi desenvolvida em São Francisco (EUA), em 1982, para, ainda nesta década, ser assimilado na Europa. A Espanha, especialmente, teria sido a

pioneira no continente europeu na aplicação deste modelo, com destaque para as medidas empreendidas por Barcelona por ocasião dos Jogos Olímpicos de 1992 (GÜELL, 1997, p. 11).

Uma expressão clara dessa tendência ("desencadeamento de reações") é a proposta de "acupuntura urbana" difundida por Solà-Morales – praticadas e aplicadas, no Brasil, pelas três gestões municipais de Jaime Lerner em Curitiba, colocando a cidade como referência em planejamento urbano, ainda que para alguns isso seja um mito (OLIVEIRA, 2000). Neste contexto, o instrumento do projeto urbano, reclamando esta materialidade, "pode estar mais no estratégico, nas intenções acupunturais sobre a pele urbana para afetar o organismo inteiro. Projeto urbano que para ser efetivo é concentrado e pontual, limitado no seu tempo e espaço de intervenção" (SOLÀ-MORALES, 2003, p. 152).

Em Curitiba⁴¹, a "mística de uma cidade planejada" remonta à década de 1960, mas se consolidou na terceira gestão de Jaime Lerner, entre 1988 e 1992, e, em certo sentido, segue até hoje, inclusive tirando proveito do ponto de vista turístico. A partir da década de 1990 "o governo municipal passou a fazer um investimento mais incisivo em *marketing* de cidade, em múltiplas e simultâneas escalas", incluindo medidas de projeção da "cidade modelo" em nível internacional, construindo e promovendo as alcunhas de "capital ecológica", "capital da qualidade de vida" e "capital brasileira de Primeiro Mundo" (SÁNCHEZ, 2010, p. 186).

Neste momento, o planejamento da cidade incorpora "realizações de ordem estética", tanto no que se refere à natureza das intervenções, "tornadas símbolos da modernidade emergente" (SÁNCHEZ, 2010, p. 192) e "de grande impacto visual", como a Ópera de Arame, o Jardim Botânico, a Rua 24 Horas, os parques Tingui, Tanguá, Bosque do Papa, etc. e mesmo o sistema de ônibus Ligeirinho, com estações-tubo que se converteram em marcas da cidade. Há também ações temáticas, nas quais a chamada "política ecológica" ganha destaque, em função da importância que o debate contemporâneo dá à questão ambiental, sendo compreensível que tais iniciativas tenham tido "êxito extraordinário". O saldo dessas políticas, "do ponto de vista dos objetivos da espetacularização do Urbano [...] são animadores", já que "cidade reatualizou seu mito de vanguarda urbanística, reforçou sua vocação turística e, talvez, o mais importante, conferiu à administração pública uma imagem de eficiência e agilidade administrativa, projetando seus titulares nacional e internacionalmente" (OLIVEIRA, 2000, p. 59-61).

⁴¹ Para outra análise sobre o caso de Curitiba, consultar Sánchez (2010, Parte I), que também realiza um estudo comparado entre a construção e difusão dos "modelos" de Barcelona e da capital paranaense.

A compreensão e o uso dos projetos urbanos gestão urbana contemporânea é um assunto em aberto e sem definições consensuais, o que acaba por gerar imprecisões no seu tratamento teórico – e mesmo na forma como os agentes locais se referem a eles, principalmente os gestores públicos. Ademais, existem contrastes entre a realidade dos países europeus e dos EUA com relação ao que se observa em outras partes do mundo, principalmente América Latina e Ásia, que assimilam, rápida e entusiasticamente, os grandes projetos urbanos como mecanismos de gestão urbana nos últimos anos.

Ocorre, porém, que essas mudanças geram novas paisagens urbanas reconhecíveis nos chamados países centrais – notadamente EUA, países da Europa Ocidental e o Japão – no bojo do que Brenner e Theodore (2008) chamariam de "espaços do neoliberalismo". Não que as demais áreas do globo estejam alheias a estes fatores: por exemplo, a limitação dos benefícios do Estado de Bem Estar Social impacta não somente as economias locais, mas também se reverbera por muitos países, a partir de uma nova divisão internacional do trabalho.

Contudo os resultados se impõem de outra maneira, enquanto o próprio substrato a partir do qual se processam essas mudanças é bem diferente nos vários países dentro do sistema econômico mundial. Isso fica especialmente claro nos padrões de urbanização nos EUA – com classes médias ocupando os subúrbios, altamente servidos por estruturas viárias, em rápido abandono dos CBD originais – em comparação com o observado nos países latino-americanos a partir de meados do século XX: intensa urbanização, com exacerbação das diferenças sociais, particularmente nas maiores metrópoles (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Buenos Aires, Lima, Bogotá).

Neste contexto, portanto, a figura dos projetos urbanos emerge como instrumento privilegiado na gestão urbana contemporânea, fazendo jus a medidas fragmentadas de organização territorial, em que a cidade se converte em mercadoria e o papel da imagem urbana e do *city marketing* passa a ser essencial nas políticas de empresariamento urbano. Para que entender melhor essas questões, na sequência será realizada uma tentativa de conceituação de projetos urbanos no contexto contemporâneo, levando em conta a diversidade de formatos para sua operacionalização. Com isso, almeja-se compreender as diversas abordagens, identificar os territórios de atuação, bem como as intenções vinculadas às propostas – dentre as quais o turismo aparece como tema recorrente, direta ou indiretamente.

2.2. Projetos Urbanos: conceituação

O expediente dos projetos urbanos atuais deriva da revisão dos princípios modernistas de planejamento (funcionalismo, racionalismo, totalidade, etc). Para Swyndegouw et al. (2002), como respostas à crise do plano abrangente (típico da era Fordista), o grande e emblemático projeto emerge como alternativa viável, já que teoricamente combina as vantagens da flexibilidade e das ações focadas, além de serem recobertas de uma impressionante capacidade simbólica. Assim, o projeto "captura uma parcela da cidade e a transformar em símbolo da metrópole reestruturada/revitalizada, formada por uma poderosa imagem de inovação, criatividade e sucesso" (SWYNDEDOUW et al., 2002, p. 215).

Villaça (2004, p. 174) propõe uma diferenciação elementar entre plano e projeto pela "definição de seu núcleo [planejamento urbano], daquilo que lhe é típico e não pela definição de limites rígidos". Em suma, mais próximos do conceito de plano (e mais afastados do de projeto) estarão as práticas e os discursos que mais simultânea e fortemente apresentem os seguintes elementos: a) abrangência de todo o espaço urbano, b) continuidade de execução e necessidade de revisões e atualizações, c) interferência da ação sobre a maioria ou grandes contingentes populacionais e d) papel e importância das decisões políticas com maior participação dos organismos municipais e menor dos federais e estaduais.

No bojo da reestruturação urbana, os projetos urbanos, ainda que definidos na escala local, buscam capturar tendências globais a partir de intervenções localizadas pontualmente (SWYNGEDOUW et al., 2002). Compans (2005) destaca os argumentos de alguns autores (ASCHER, 1995; FRIEDMAN, 1992; BORJA, CASTELLS, 1997) na construção de um pensamento voltado para "novos" instrumentos de gestão urbana, em um movimento de rechaço aos "instrumentos clássicos do urbanismo moderno" em direção ao planejamento estratégico.

Neste contexto, a figura do projeto urbano ganha notoriedade como instrumento capaz de fazer frente às limitações do planejamento modernista, reduzindo o horizonte temporal das decisões pactuadas no grupo de envolvidos, ou seja, imprimindo, teoricamente, mais agilidade e dinamismo ao processo de planejamento e gestão urbanos. Em resumo, as ações passam a ser orientadas por um espectro temporal de curto prazo e numa escala reduzida, privilegiando-se o projeto sobre o plano (COMPANS, 2005, p. 108). Estas considerações levantam uma discussão sobre escala, pois o sentido de "pequenas intervenções" contrapõe-se à totalidade da cidade, que, na visão modernista de planejamento urbano, deveria ser tratada em sua integralidade. Essa é uma observação importante posto queos projetos urbanos vêm sendo caracterizados por adjetivações eloqüentes e

grandiosas, mas não necessariamente por conta de sua abrangência territorial, senão por seu impacto visual ou capacidade de atração midiática.

De maneira bem ácida, Arantes (2001, p. 177) pergunta-se se "não se está substituindo a ideologia do *plano* por outra, a ideologia da diversidade, das identidades locais, em que os conflitos são escamoteados por uma espécie de estetização do heterogêneo".

Para a autora, a "lógica que aí se esconde não é outra senão a da racionalidade sabidamente perversa do mundo da reprodução material das sociedades, para a qual o reforço das particularidades é a contrapartida da globalização" (ARANTES, 2001, p. 177).

A projeção internacional – ou a "estratégia de internacionalidade" – é entendida como condicionante subjacente à implantação de operações urbanísticas na escala local e atende a dois objetivos: tanto o de indicar, ao mundo, uma "modernização urbanística" e uma "ideologia do crescimento econômico" – o que sinaliza oportunidades de investimento para capitais internacionais – quanto o de criar uma coesão social, de maneira que "o urbanismo da reestruturação, dos projetos e obras transformados em ícones imagéticos, organiza grande parte de seu poder retórico e político, por meio do apelo à 'comunidade'" (SÁNCHEZ, 2010, p. 281).

Na passagem do século XX para o XXI, estes projetos podem ser entendidos como a materialização de "paisagens emergentes", características da "cidade pós-industrial", sendo "derivadas das mega transformações globais na economia, na sociedade e no espaço" (GOSPODINI, 2006, p. 324). Tentando entender as particularidades dos "novos mega-projetos", Orueta eFainstein (2009), sugerem que tais intervenções

tendem a estar localizadas em espaços que, como conseqüência da reestruturação urbana, perderam seus usos anteriores, mas apresentam potencialidade de nova rentabilidade numa economia urbana pós-Fordista [...]. Eles são geralmente desenvolvidos num contexto de parcerias público-privadas, frequentemente de uso misto e buscam subsidiar as necessidades dos negócios corporativos, bem como dos serviços turísticos e de lazer. A introdução de novos métodos de financiamento, com grande colaboração entre os setores público e privado, é um importante fator de distinção (ORUETA e FAINSTEIN, 2009, p. 760, tradução nossa, ênfase adicionada).

Para Gospodini (2006), estas paisagens contemporâneas se particularizam principalmente nas décadas de 1980 – através de empreendimentos de uso misto(MXD, do original em inglês *mixed use*), que priorizam atividades culturais, diversão, recreação e entretenimento (CARE, da sigla

em inglês) (KNOX, 1991⁴² apud GOSPODINI, 2006, p. 312) – e 1990 – "concentração eclética [ecletic clustering] de atividades urbanas econômicas específicas, [e] presença marcante de empresas de serviços financeiros de alto nível, intensivas em tecnologia e baseadas em conhecimento" (GOSPODINI, 2006, p. 313).

Na atualidade, as atividades de lazer e entretenimento estariam ainda concentradas nas áreas centrais, porém não exclusivamente nas *core zones* (no que seriam as "cidades históricas"), senão nas bordas do centro, onde se desenvolvem sistematicamente intervenções de renovação e requalificação⁴³ urbana, gerando "paisagens simbólicas e de prestígio", como frentes de água (*waterfronts*) e antigas áreas industriais acrescidas de novos significados (GOSPODINI, 2006, p. 313).

Recobrando as discussões de Spirou (2011), percebe-se que distritos turísticos apresentam formas reconhecíveis de grandes projetos urbanos (zonas de entretenimento, *waterfronts*, espaços públicos novos ou recuperados, museus, estádios, centros de convenções e hotéis), principalmente no que tange aos usos previstos, tanto para moradores, quanto para turistas. Neste processo – seguindo a tendência de valorização do lugar – os centros da cidade convertem-se em espaços de lazer, onde normalmente estão os marcos de referência (ou ícones) das destinações. Estas estratégias – que podem ser entendidas como medidas de desenvolvimento do turismo urbano – vêm sendo usadas agressivamente

para envolver o tipo de capital humano capaz de trazer crescimento econômico. Ou seja, profissionais jovens e com formação superior que são empreendedores e capazes de agregar uma dimensão única e vibrante à vida urbana. Fica, então, evidente **a conexão**

(org.) The restless urban landscape. Nova Jérsei: Prentice Hall, 1993.

⁴²KNOX, P. L. "The restless urban landscape: economic and socio-cultural change and the transformation of metropolitan Washington, DC". In: **Annals of the Association of American Geographers**, v. 81, n. 2, 1991, p.181–209; KNOX, P. L.

⁴³ Apenas para registro, convém apontar a diferenciação de Simões Jr. (1994) entre embelezamento urbano (prática que nasce com as intervenções de Haussmann, em Paris, no século XIX, fazendo-se sentir, em certo sentido, em São Paulo, ainda nas primeiras décadas do século XX), renovação urbana (que se estende entre as décadas de 1930 e 1970, tendo por referencial o funcionalismo e a tecnocracia modernistas como paradigmas, sendo que no Brasil, partes deste movimento se fizeram sentir nas obras do BNH visando renovar a infra-estrutura instalada nas áreas centrais das cidades, como o Projeto CURA) e revitalização urbana (iniciada na década de 1970, o conceito tem "maior amplitude e abrange ações como a reabilitação de áreas abandonadas, a restauração do patrimônio histórico e arquitetônico, a reciclagem de edificações e a requalificação urbana de setores degradados" (SIMÕES JR., 1994, p. 13-17). Sobre isso, Vasconcellos e Mello (2006, p. 63-64) argumentam que "o RE é uma estratégia que considera (ou finge considerar) a inclusão do tempo na análise do espaço, sem, contudo, explicitar o significado e uma metodologia para tal. [...] Implícita em todos os REs, está a manutenção da cultura local". Ao longo desta tese, não se optou por uma ou outra terminologia, sendo feito uso de maneira livre e ajustada às várias argumentações que se encaminham, contudo, optamos por desconsiderar a terminologia "revitalização", pois, em um estudo que considera a "sociedade urbana" como um complexo, parte-se do princípio que, mesmo quando algumas edificações isoladamente perdem sua "vida" (ou seja, são abandonadas) elas ainda desempenham uma função no tecido urbano ou no todo do espaço intra-urbano.

entre o desenvolvimento do turismo urbano e seu efeito na cultura da cidade (SPIROU, 2011, p. 136-137, tradução nossa, ênfase adicionada).

Esta atração estaria relacionada com a emergência de uma "nova ordem social narcisista e boêmia", cujo comportamento responde a dois traços de personalidade: uma sobre-ênfase no "eu" e uma obsessão com o "estilo de vida" (SPIROU, 2011, p. 145).

Do ponto de vista da gestão, "a ênfase no consumo é um elemento central na nova cultura política, uma abordagem que prioriza o papel do indivíduo, privilegia a cultura e as facilidades urbanas e a expansão de bens públicos em um contexto dirigido para o crescimento" (SPIROU, 2011, p. 151).

O papel da cultura, então, se diferencia, pois as facilidades e atividades turísticas são entendidas como atrativos para grupos sociais atraídos pela "estetização do cotidiano" (FEATHERSTONE, 2007).

Fazendo eco ao "sonho de pureza" (BAUMAN, 1998), Fainstein e Judd (1999, p. 12) argumentam que os "enclaves turísticos" representam um "método típico de afastar o sentimento de ameaça, [com] a definição rigorosa de um segmento do espaço urbano em lugares que foram convertidos em locais de produção em locais de consumo".

Particularmente nas áreas centrais, a paisagem é apresentada em fragmentos, numa visão cênica ou um conjunto de partes separadas que evoca uma versão romantizada de vida urbana do passado.

Moura (2011) entende propõe uma definição genérica de grandes projetos urbanos, em que se enquadram "proposições e ações voltadas à reestruturação e adequação do espaço para os fluxose realização do capital". Do ponto de vista da sua operacionalização, "quase sempre incluem processos chamados requalificação, reabilitação, revitalização ou gentrificação urbana", no entanto, não sem precisar o conteúdo ou a distinção entre essas medidas.

Por fim, a autora entende que tais projetos ensejam "adequações exigidas para a realização de grandes eventos esportivos, culturais, comerciais ou religiosos [...]. Resultam na produção de ícones arquitetônicos e urbanísticos" (MOURA, 2011, p. 9), em que o planejamento urbano, com um plano geral, acaba por se resumir a um sem número de obras públicas (MOURA, 2011). Para Sartor (2000),

[e]m todos os casos, as intervenções são precedidas e acompanhadas por discursos que indicam vontade de articular, criar centralidades e/ou redefinir o território como um todo, mas que se realizam como intervenções pontuais, sem visão global do espaço ou

intenção verdadeira de reestruturá-lo. Os grandes projetos urbanos são, portanto, possibilidades reais de valorização e acumulação do capital, vetores da globalização, no caso brasileiro, financiados com recursos públicos ou empréstimos, cujos fiadores são os poderes públicos (SARTOR, 2011, p. 66).

Powell (1993 apud ULTRAMARI, REZENDE, 2001, p. 11)comenta que existem quatro classificações a partir das causas que levam às intervenções: situação de pós-guerra (reconstrução), novas demandas por transporte, crescimento da mancha urbana e novas demandas culturais.

Com a proposta de uma visão alternativa às críticas aos projetos urbanos, Ultramari e Rezende (2007) entendem que, no Brasil, os projetos urbanos manifestam-se concentradamente em função da última categoria, com intervenções de valorização e revitalização de áreas tradicionais das cidades, subutilizadas, com forte referencial histórico e potencial turístico, adaptadas para usos de lazer e cultura (ULTRAMARI, REZENDE, 2001, p. 13). Para a análise destes projetos urbanos no Brasil, devem, então, ser levados em conta sete aspectos recorrentes:

- 1. Incremento do setor privado, principalmente em empreendimentos imobiliários;
- 2. Custos crescentes, normalmente acima das previsões originais;
- 3. Processo de gentrificação (deliberada ou contingencialmente);
- 4. Atenção à integração projetos urbanos ao projeto maior da cidade;
- 5. Necessidade de recuperar áreas de subhabitação e de se valorizar símbolos importantes para a imagem e a competitividade da cidade;
- 6. Tendência a grandes investimentos públicos federais, em parceria com o capital privado;
- 7. Os resultados devem fazer frente aos impactos urbanos ambientais e sociais.

Na coletânea de Carmona (2005), onde consta extensa série de "grandes projetos urbanos", incluindo aqueles nos países considerados emergentes, apresenta-se uma tipologia muito superficial e de categorização simplória. Os grandes projetos urbanos são categorizados por escala e natureza. No primeiro caso, os três níveis são entendidos segundo a visão de Borja e Castells (1999 apud CARMONA, 2005, p. 38), como sendo regional, urbano e local, aos quais correspondem esferas de atuação (institucional, administrativa e operacional, respectivamente).

No entanto, as características e os elementos essenciais de cada tipo são intercambiáveis entre si, ficando difícil entender exatamente as categorias e, decorrente disso, fazer uma crítica sobre a proposta. Igualmente, não são apontados exemplos ilustrativos de cada categoria – exceto

para o nível local, na escala operacional: reabilitação de bairros, abertura de novos corredores comerciais, desenvolvimento de complexo turístico e recreativo ou reabilitação de um centro histórico (CARMONA, 2005, p. 39).

Nível	Escala	Caracterização
Regional (metropolitano)	Institucional	"visão estratégica do território" "posição estratégica da aglomeração na rede de cidades" "orientada a um cenário futuro ou visão de longo prazo, baseado em objetivos econômicos, sociais, ambientais e culturais"
Urbano	Administrativa	"corresponde à área urbanizada" "programas estratégicos para melhorar a posição da cidade no mercado global" "mudanças de imagem, provisão de infra-estrutura de alta tecnologia, melhoramento das comunicações e da acessibilidade e mobilidade" "ressignificação de áreas abandonadas/vazias (portos e áreas industriais), implicando modernização urbana e criação de referências visuais" "canalizam iniciativas públicas e privadas e contêm elementos de promoção da imagem e coordenação intersetorial, articulados a um programa de marketing da cidade"
Local	Operacional	"pequena escala e ação centralizada, que cumprem uma função estratégica no desenvolvimento urbano" "melhoramento da imagem, saneamento de uma deficiência funcional e produzir sinergias entre as atividades da cidade" "reabilitação de bairros até abertura de novos corredores comerciais, desenvolvimento de complexo turístico e recreativo ou reabilitação de um centro histórico"

Quadro 1 – Categorias de grandes projetos urbanos Fonte: Adaptado de Carmona (2005)

Já no que tange à natureza, os projetos urbanos são divididos entre obras arquitetônicas ("destinados a prover funções e espaços que envolvam administração e gestão do solo") e civis ("projetos setoriais baseados em infra-estrutura, transporte e comunicações que envolvam a

regulação da captura das mais valias") e tampouco são detalhadamente explicados ou exemplificados (CARMONA, 2005, p. 39).

No que tange à caracterização dos grandes projetos urbanos, Lungo (2005, p. 50) busca fazer uma aproximação à realidade latinoamericana, denunciando que, por mais que nas últimas décadas cidades latinoamericanas tenham empreendido "projetos ou planos de grande envergadura, não se elaborou ainda uma conceituação específica sobre eles, nem nos estudos urbanos, nem no planejamento urbano tradicional".

O autor segue sugerindo um conjunto de situações que materializam os projetos urbanos (recuperação de centros históricos, construção de sistemas de transporte de massa, reutilização de antigas zonas industriais, militares, ferroviárias, portuárias, aeroportuárias, etc, reabilitação de grandes áreas de habitação degradada, construção de novas zonas turísticas e recreativas), porém também alerta para "problemas de definição na escala e na multiplicidade de atores" (LUNGO, 2005, p. 50)

Ainda em comparação com outras áreas do mundo, as intervenções da América Latina seriam muito diversificadas e com objetivos múltiplos, ao passo que "nos Estados Unidos prevalecem grandes construções de infraestrutura urbana e na Europa a discussão se orienta aos Grandes Projetos Urbanos de corte emblemático" (LUNGO, 2005, p. 50).

Para Lungo (2005,p. 50, ênfase adicionada), a noção de projeto urbano nasce na Europa, nos anos de 1970, particularmente das contradições entre "projetos urbanos de grande dimensão e planos urbanos". Apesar das transformações nos princípios de planejamento urbano (passando da totalidade dos planos urbanos à particularidade dos projetos concentrados em certas porções do tecido urbano), o autor considera que essas intervenções precisam ser analisadas a partir de sua "complexidade econômica e social e não apenas na escala espacial". Ainda, para o autor, o grande projeto urbano "[n]ão deve, contudo, limitar-se a uma ação urbana específica como um projeto arquitetônico de grande dimensão, nem se confundir como projeto da cidade".

Daí decorrem questionamentos sobre o papel dos projetos urbanos no bojo do planejamento urbano, posto que o plano urbano, como realização formal dos desígnios do ordenamento territorial e social das cidades, estaria sendo substituido por uma peça, um fragmento que se basta em sua particularidade (tanto temática, em função dos usos ensejados, quanto geográfica, já que está delimitada por perímetros de atuação muito rígidos).

A definição de Avitabile (2005 apud MALERONKA, 2009, p. 43) de projeto urbano, ainda que ampla, oportuniza os elementos para esta análise. O projeto urbano, vinculado a uma "nova cultura do urbanismo",

é uma medida de iniciativa pública que tem por objeto a definição de uma área e de uma estratégia que visa induzir ali certas dinâmicas urbanas (ou um processo de transformação urbana) levando em conta as lógicas dos agentes, a interação dos atores, além de articular as ações programadas às diferentes escalas [...] (AVITABILE, 2005 apud MALERONKA, p. 43, ênfase adicionada).

Do ponto de vista da política urbana, essas intervenções podem ter um papel extremamente nocivo, conquanto enredem as audiências locais em favor dos interesses que estão subjacentes à lógica do grupo dominante na gestão urbana. Este processo se concretiza pelo apelo midiático dos projetos, bastante propagandeado no afã de "facilitar o consenso entre os atores (LUNGO, 2005, p. 51).

Sobre o marco regulatório, deve-se entender que os instrumentos de planejamento tradicional, sendo excessivamente rígidos e detalhados, não permitem adaptações às mudanças da dinâmica urbana. Por outro lado, a privatização da gestão urbana pode levar a uma "regulação territorial fragmentada", comprometendo tanto a consecução de operações urbanas de grande envergadura, como alijar a sociedade do processo de planejamento e gestão urbanos. Para o autor, o planejamento estratégico, por exemplo, não foi capaz de responder à necessidade de criação de um novo marco regulatório que apóie o desenvolvimento urbano integral, incorporando os grandes projetos urbanos (LUNGO, 2005, p. 52).

Uma crítica contundente à pretensa necessidade de se implantarem projetos urbanos diz respeito ao interesse comum, da coletividade, que acaba sendo sobrepujado por interesses de elites locais que cooptam a institucionalidade no sentido de viabilizar os projetos (por exemplo, mediante subsídios ou flexibilização urbanística) (LUNGO, 2005, p. 54). Nesta linha, Swyngedouw et al. (2002) lembram que a "produção da renda urbana", a partir da reprodução do espaço urbano, é um aspecto central dos projetos urbanos, de maneira que os custos para sua viabilização são socializados, ao passo que os benefícios são privatizados:

Como produtores de espaço urbano, os projetos urbanos são inerentemente especulativos e, portanto, encerram altos riscos, no sentido de que sua viabilidade financeira e econômica depende da realização futura das rendas urbanas produzidas. [Assim,] espera-se que a maior parte dos investimentos nos empreendimentos por parte dos investidoresseja recuperadae aumentada com venda ou pelo aluguel de solo ou construções – cuja realização de valor foi possibilitada pelo suporte do Estado, revisão de

legislação, mudanças de zoneamento, investimento em infra-estrutura, dentre outros (SWYNGEDOUW et al., 2002, p. 219, tradução nossa).

A constituição material desses projetos frequentemente encontra seu epítome nos "complexos empresariais", concebidos à semelhança dos ícones arquitetônicos internacionais, aos quais se agrega

[...] uma enorme variedade de hoteis de luxo de cadeias internacionais em contínua expansão, também concebidos segundo desenhos normatizados, assim como diversos tipos de centros e complexos comerciais, onde os *shopping-malls* aparecem como outro dos ícones representativos dos novos tempos, além de sofisticados e impactantes complexos para as mais variadas expressões de espairecimento e cultura (MATTOS, 2008, p. 54, tradução nossa).

A implantação desses empreendimentos, segundo o autor, prioriza, em muitos casos, as frentes fluviais e marítimas – neste caso, com alguma relação a atividades de lazer e turismo, que podem se localizar a maiores distâncias dos aglomerados metropolitanos por conta da alta acessibilidade rodoviária.

Esta argumentação merece várias ponderações: a) a dinâmica de usos para residência e o setor terciário parece, nos casos latinoamericanos, ser claramente diferente da das grandes intervenções na Europa e nos Estados Unidos e b) a participação dos capitais externos também segue uma lógica diferenciada, não sendo, até o momento, muito clara sua vinculação com a promoção de empreendimentos imobiliários residenciais, senão apenas do terciário e, em certos casos, edifícios hoteleiros.

A argumentação exposta leva a supor que a implantação dos projetos urbanos na América Latina se daria de maneira espelhada às experiências internacionais (ainda que comumente se alerte para as particularidades da região). Sobre isso, é importante a ressalva que fazem Orueta e Fainstein (2009), ao analisarem os "novos mega-projetos", reforçando a idéia de que tanto os casos quanto a literatura internacionais parecem não dar conta da realidade das periferias do capitalismo contemporâneo:

[No Sudeste Asiático, na América Latina e no Oriente Médio] renovação de áreas centrais, transformação de antigas zonas industriais ou portuárias e as novas facilidades de transporte urbano configuraram-se componentes comuns da agenda urbana recente. No entanto, mesmo que muitos desses projetos sejam referenciados <u>fisicamente</u> naqueles dos países desenvolvidos, seu contexto político e econômico são radicalmente diferentes [...] Portanto, esses casos [...] devem ser considerados na sua especificidade, e as pesquisas sobre eles precisam revelar se os conceitos e modelos gerados na América do Norte e na Europa são apropriados (ORUETA e FAINSTEIN, 2009, p. 761, tradução nossa, ênfase adicionada).

A partir do exposto, não há clareza de conceituação do que viria a ser projetos urbanos, e principalmente no que se refere à interface com a atividade turística, o que nos levou a uma diferenciação dos projetos urbanos pautada pela aproximação com o turismo e suas especificidades. Com base nas leituras sobre o tema, a abordagem dos casos se dá em função de análise de alguns aspectos essenciais: Situação urbana, Planejamento e gestão, Financiamento, Programação de usos, Análise da comunicação e, por óbvio, Articulação com o turismo. Isso permite tanto compreender a estruturação geral das intervenções, quanto levantar pontos de conexão das propostas com usos turísticos.

Importante frisar que não necessariamente todas as possibilidades de fruição turística se restringem a essas áreas, tampouco dependem efetivamente delas para se concretizarem – haja vista que sua materialidade se faz do conjunto de signos urbanos orientados à construção de uma imagem completa. Exemplo disso são passeios descompromissados às Docklands (Londres), La Defénse (Paris), Distrito de Santa Fé (Cidade do México), Avenida Las Condes (Chile) ou até mesmo, no caso brasileiro, à região da Berrini: fora de horários e dias comerciais, a vida pulsante da atividade corporativa está praticamente ausente, justamente porque existem em função da atividade financeira ou terciária (que opera em horário comercial).

Considerando-se o ímpeto de viajar, desvinculado das razões de trabalho, esses "pólos de convergência", epítomes de projetos urbanos contemporâneos, contribuem para a construção de imagens turísticas das metrópoles, mas não efetivamente para sua constituição enquanto destinos turísticos (para atividades de lazer, entretenimento, cultura). Não significa, porém, negar que tenham sua função na turistificação de outras partes da cidade, de maneira reflexa e quase contraditória: se é nos territórios dos grandes projetos urbanos que a urbanidade contemporânease confirma, seria de se supor que em outras partes o arcaísmo fosse a negação da atratividade.

No entanto, por contraste, a arquitetura e a urbanidade dessas áreas podem estimular uma visão turística da cidade como um todo, justamente por indicar, velada e discretamente, que o "tradicional" ou "autêntico" podem persistir no urbano original, algo que apenas a história, na sua espontaneidade, pode construir.

Com base nessas aproximações, emergem três aspectos que serão recorrentes nos projetos urbanos, com ênfases diferenciadas e não raro se conjugando para formar o apelo de uso e mídia das estruturas.

O primeiro aspecto é a **magnitude das estruturas e extensão dos territórios**, tanto por reaproveitamento de construções e áreas, quando a estratégia de citação histórica ganha destaque,

fazendo com que o apelo patrimonial – quase sempre pela via da monumentalização – seja uma tônica; quanto pela construção de novas estruturas, em que a arquitetura e o urbanismo "pósmodernos" servem aos interesses de espetacularizar o espaço urbano e garantir viabilidade econômica e financeira para os empreendimentos, entrando em cena a arquitetura de grife e de grande prestígio (como forma de chancelar a magnitude das intervenções).

O segundo aspecto é a **transformação de usos nos espaços públicos**, ainda que, no mais das vezes, a programação dos projetos incorpore visões conflituosas, tais como a tendência à segregação físico-espacial para usos selecionados, seja por medidas explícitas — na linha dos *defensible spaces*⁴⁴ —, seja por medidas de controle e vigilância dissimulados (representadas, normalmente, por uma super vigilância em nome da segurança). Ademais, a composição do *mix* comercial acaba por direcionar os usos, dentro dos quais os turísticos, mas também os de lazer e cultura na escala local (moradores).

Não é incomum que essas medidas de melhoria do espaço público estejam condicionadas por intervenções no campo do desenho urbano, privilegiando o substrato material de certas partes da cidade, em visões prioritariamente mercadológicas, em detrimento dos aspectos sociais e humanos que dão suporte à vida urbana.

Por fim, o terceiro aspecto é o **contorno emblemático dos projetos**, em que, de um lado, a arquitetura icônica serve de suporte material para as referências imagéticas na paisagem urbana, e, de outro, a própria retórica de inovação, vanguarda, avanço dos planos atende aos interesses de *city marketing* – por exemplo, a construção do "modelo Barcelona" (MONCLÚS, 2003), após as medidas para as Olimpíadas, de 1992, pretensamente universal e difundido como produto no mercado global das soluções de planejamento urbano ou o "mito da cidade modelo" (OLIVEIRA, 2000), que se construiu no bojo dos instrumentos de planejamento urbano de Curitiba a partir da década de 1980, dentre outros.

No que se refere ao escopo do presente trabalho três categorias de projetos foram identificadas: a) projetos voltados fundamentalmente ao lazer e entretenimento, tendo como palco privilegiado as frentes de água (ou *waterfronts*) deterioradas e abandonadas nos portos fordistas, b) as intervenções em áreas históricas com foco na cultura e no patrimônio, que assumem importância quando se discutem políticas de desenvolvimento de turismo cultural e c) projetos voltados à criação

⁴⁴ NEWMAN, Oscar. Defensible space: crime prevention through urban design. New York: Collier Books, 1973.

de novas centralidades, voltados à expansão urbana, onde o desenvolvimento imobiliário, associado ou não a centros de convenções e eventos, oferece marcos e ícones arquitetônicos, reforçando a imagem da cidade.

As interfaces com o turismo, nestas três categorias, não necessariamente se materializam de maneira isolada e mesmo explícita, representando, efetivamente, uma proposta de arcabouço básico para a leitura e compreensão dos projetos urbanos na contemporaneidade. Servem, ainda, para explicar as intervenções direcionadas ao público local, quanto à atração de visibilidade externa, inclusive na escala global.

De certa forma, os três aspectos são de grande importância para a leitura do turismo urbano, uma vez que despertam o "olhar do turista" pela via da sedução ao consumo.

2.2.1. Waterfronts

Para Nordclif et al. (1996) três devem ser os eixos de observação para o estudo dos *waterfronts* urbanos em um contexto pós-moderno: em primeiro lugar, a associação geográfica (relação de origem entre porto e cidade, que se distanciam na contemporaneidade); segundo, a direção de influência (antes do porto para a cidade, atualmente da cidade para owaterfront) e, por fim, as próprias características dos *waterfronts* (que passam de uma relação de produção para outra de consumo).

Nesse sentido, trata-se de um olhar voltado para os processos produtivos ao longo da história da cidade, que, do ponto de vista logístico, por exemplo, gradativamente prescindem da necessidade de transporte marítimo (pelo menos no que tange à vida social das cidades, em que pese, por exemplo, o acesso de passageiros e o abastecimento).

Os portos transformam-se por uma lógica industrial, em que a conteneirização leva à excessiva automação de procedimentos, fazendo, inclusive, com que as estruturas portuárias entrem em uma espiral de obsolescência muito acelerada ao longo do século XX.

Implantado em 1964, o Girardelli Square foi um empreendimento precursor, conquanto possibilitou, ainda que de maneira experimental (afinal, seus empreendedores não eramespecialistas em varejo), uma adaptação da lógica dos grandes *malls* do subúrbios para empreendimentos centrais.

Neste caso especialmente, o projeto valeu-se de reuso de estruturas antigas e oportunizou a fruição da paisagem em frente à baía de São Francisco (Califórnia), sempre associado com a proposição de espaços de consumo (FRIEDEN, SAGALYN, 1994; VARGAS, CASTILHO, 2006).

Em um estudo sobre o papel do lazer na arquitetura dos projetos de *waterfront*, Martire (2009) nota que, já na passagem do século XIX para o XX, muitas eras as iniciativas de parques à beira rio ou à beira mar.

No entanto, comparativamente, os projetos de então tinham um programa muito mais amplo, com diferentes possibilidades de práticas de lazer e a morfologia arquitetônica e a espécies vegetais eram muito mais diversificadas do que o que se observa nos projetos atuais (MARTIRE, 2009, p. 254).

Sobre isso, a autora sustenta que o conjunto de projetos em frentes fluviais ou marítimas tende a ser muito similar, tanto no que se refere a uma tipologia internacional de edifícios, quanto à imagem construída com uma temática historicizante. Como conseqüência da "estandarização" ou "internacionalização" de projetos, a "identidade dos lugares se perde e não se notam diferenças entre um projeto na Ásia, na África ou na América Latina" (MARTIRE, 2009, p. 252).

Exemplos seminais podem ser encontrados nos EUA, ainda nos anos 1970, como em InnerHarbor (Baltimore), NavyPier (Chicago), South Street Seaport (Nova York) e, mais recentemente, Darling Harbour, em Sidney (Austrália), Moll de la Fusta/PortVell, em Barcelona (Espanha) e Puerto Madero, em Buenos Aires (Argentina), cujas práticas urbanísticas já estavam se alinhando com os propósitos de uma "reinvenção urbana" (VARGAS e CASTILHO, 2006) ao proporcionar novas atividades econômicas para cidades em processo de desindustrialização.

Ademais, em todos os casos, os usos voltados às atividades vinculadas do ao turismo urbano eram marcantes, notadamente intermediadas pelo consumo (arte, cultura, gastronomia, compras, etc.). Mesmo no Brasil, algumas iniciativas podem ser observadas, como em Belém (Estação das Docas) e, atualmente, no Rio de Janeiro, com o projeto "Porto Maravilha".

As intervenções em **Baltimore**, ademais de sua condição portuária, significaram um marco para projetos urbanos, que Harvey (2005) aponta como materialização de políticas de empresariamento urbano. Iniciado ainda na década de 1960, o projeto estimulou uma guinada na decadência econômica da cidade, um meio de escamoteação das relações inter-raciais na região, por ocasião de vários eventos de natureza popular e ao livre.

Atualmente, outras intervenções seguem sendo implantadas, ao redor do Rio Chesapeake, com a instalação de aquário e a reconversão de estruturas portuárias e industriais para empreendimentos de entretenimento (por exemplo, livraria Barnes &Nobles e o Hard Rock Café instalados em antiga central energética), além do desenvolvimento imobiliário e comercial. Segundo dados da ParterInternational, em 2001, a região do InnerHarbor recebeu mais de 13 milhões de visitantes. A título de comparação, em 2010, o volume total de desembarques no aeroporto local foi de pouco mais de cinco milhões de pessoas (BALTIMORE TOURISM BAROMETER, jun. 2011).

Navy Pier, às margens do Lago Michigan (Chicago), caso explícito de *festival marketplace* do início da década de 1990, configura-se como um exemplo recente de projeto urbano emblemático, em que a economia da cultura, alinhada a práticas de empresariamento urbano, direciona ações de requalificação urbana, no intuito de reverter os impactos da decadência urbana pós-industrial dos EUA.

Foi decisiva para a realização do projeto a construção de uma retórica pública em favor das ações de requalificação, para as quais foi estruturada uma entidade pública específica, a MetropolitanPierand Exposition Authority (MPEA), que tinha também por objetivo administrar o centro de convenções da cidade, o McCornickPlace (SMITH, 2005, 58).

Para Smith (2005), as intervenções em NavyPier recuperaram os usos previstos há oito décadas para o local, que já previam atividades de recreação e lazer, ainda que a intermediação pelo consumo não fosse da intensidade atual. Ademais, a área, apesar de ser delimitada territorial e institucionalmente, é administrada por uma entidade pública, de maneira que as intervenções se orientaram pela atenção ao espaço efetivamente público, tanto no acesso de moradores, quanto de turistas.

Chicago recebeu, em 2009, mais de 39 milhões de visitantes (dos quais cerca de 28 milhões pessoas a lazer e dos EUA, outros 9,6 milhões de turistas de negócios e cerca de um milhão visitantes de outros países). Dos visitantes a lazer, 31% permaneceram apenas um dia, sem realizar pernoite, e quase 70% eram do próprio Estado ou dos Estados vizinhos (Michigan, Indiana e Wiscousin). Como uma das principais cidades dos EUA, nota-se que a demanda turística local busca facilidades decorrentes da própria concentração que uma grande metrópole, formada por viajantes de curta distância.

Das principais atividades realizadas pelos visitantes da cidade, destacam-se sair para jantar (31%), compras (30%) e entretenimento (29%); seguidas por roteiros turísticos, visitas a museus e

exposições de arte, vida noturna, assistência a jogos esportivos, dentre outros. Visitas a lugares históricos foram realizadas apenas por 4% dos visitantes (CHICAGO OFFICE OF TOURISM, 2010).

Dessas atividades todas, boa parte delas pode ser encontrada nas dependências e equipamentos oferecidos por NavyPier, do que se depreende que o projeto serve, portanto, para as demandas de lazer no contexto regional, a julgar pelas estatísticas de origem dos visitantes em geral para a cidade.

O caso de **South Street Seaport**, localizado na face leste da Baixa Manhatan, em Nova York, é claramente um exemplo de conflito entre as intervenções de renovação urbana (Brooklin Bridge UrbanRenewalArea) nos EUA da década de 1960 e os nascentes interessespor preservação do patrimônio urbano, representado por setores da sociedade civil.

A região portuária entrou em declínio ainda no fim do século XIX, quando novas estruturas portuárias foram construídas em águas mais profundas, no Rio Hudson. Em meados do século XX, restavam apenas alguns galpões praticamente sem uso e o Mercado de Peixe Fulton Street, que já estava muito mais articulado logisticamente ao transporte rodoviário de caminhões do que propriamente por sua posição portuária (METZGER, 2001).

Nesta ocasião, formou-se uma sociedade para a construção do Museu Seaport, porém, em 1976, os interesses preservacionistas começam a ceder espaço para uma lógica empresarial, o que iria resultar na implantação de empreendimentos comerciais na área, concebidos por James Rouse, já consagrado pelos projetos de Boston e Baltimore. Em 1980, o projeto para a área estava completo, o que incluía, além do *shopping* no Pier 17, medidas de preservação de blocos históricos e conexões pedestrianizadas para Wall Street, de onde viria boa parte da demanda para consumo nos restaurantes da área. No início dos anos de 1990, o local era tão demandado quanto o Central Park como atrativo turístico de Nova York: anualmente, recebia 12 milhões de visitantes, sendo um terço de turistas, um quinto de moradores locais e o restante de profissionais de Wall Street.

Porém, a quebra econômica do setor financeiro em Nova York iria impor severas restrições à rentabilidade econômica do empreendimento, fazendo com que, no final da década de 1990, o South Street Seaport tivesse sua identidade de "centro comercial de apelo histórico" alterada para a de "um *shopping* de aspecto suburbano", na medida em que as lojas de comida e restaurantes eram substituídos por filiais de grandes lojas de cadeias nacionais e internacionais (METZGER, 2001, p. 44).

Esse histórico mostra o declínio do modelo de "festival marketplace" nos EUA no fim do século XX, principalmente porque dependiam de subsídios públicos, que estavam declinando. Isso acabou levando as empresas especializadas neste setor a buscar oportunidades de projetos em outros países, onde tanto o modelo tinha alto apelo social e político, quanto os incentivos financeiros eram mais acessíveis do que nos EUA.

Este caso expõe a intensidade da dependência dos projetos urbanos de sua demanda local, por mais que o afluxo turístico, no caso de South Street Seaport, tenha sido importante em determinado período. Assim, quando dificuldades econômicas locais pressionam o poder de consumo interno, boa parte da demanda pelos serviços oferecidos perde viabilidade, pois somente a condição de atrativo turístico não será suficiente para mantê-lo como empreendimento comercial.

Darling Harbour, em Sidney (Austrália), concebido para as comemorações do bicentenário da Austrália em 1988, "concentra uma grande quantidade de atividades de lazer desenhadas para atender às necessidades da comunidade local, bem como aos turistas nacionais e internacionais" (EDWARDS et al., 2008, p. 276-7), em um de mais de 26 milhões de visitantes.

As primeiras intervenções, noinício dos anos de 1980, foram orientadas para a organização de um *festival marketplace*, ao que se sucederam medidas mais agressivas para transformá-lo efetivamente num local de consumo através do turismo, lazer e recreação – e não mais de armazenamento e transporte. Dez anos depois, o projeto seria ampliado – incluindo os cais de Cockle Bay e King Street, por ocasião dos preparativos dos Jogos Olímpicos de Sidney (2000), sendo que a área seria ponto de referência durante os jogos por conta da oferta de facilidades e entretenimento.

Em 1998, criou-se uma entidade para gerenciar a área, a Sydney Harbour Foreshore Authority, que está vinculada diretamente ao Ministério de Planejamento de New South Wales e possui 400 hectares na região central da cidade. Vencidos alguns equívocos de comunicação e envolvimento da comunidade — a necessidade de considerar "uma escala mais humana" em projetos como este — Edwards et al. (2008, p. 292) concordam que Darling Harbour cumpre a missão de conectar a cidade com sua frente marítima e com o tecido urbano.

Neste caso, nota-se um projeto que passou por várias fases: inicialmente um projeto endógeno, de caráter cívico, por conta de comemoração de data emblemática. Anos mais tarde, foi tomado como estratégia no planejamento da cidade para um grande evento de caráter internacional, quando se ensejou uma projeção internacional da região, da cidade e do país como um todo (mesmo que, ali, não fossem realizadas atividades esportivas propriamente).

Ademais, do ponto de vista institucional, a formação da SHFA, em substituição à entidade anterior – que também era responsável pela *The Rocks* – indica um fortalecimento administrativo e gerencial para tratar de projetos urbanos de maneira integrada, tendo por referência a linha costeira do trecho urbano.

Apesar dessas muitas e antigas experiências, pouca ou nenhuma atenção vem sendo dada às possibilidades de "redesenvolvimento de frentes para água urbanas" em muitas cidades portuárias dos "países de industrialização recente" e dos "países menos desenvolvidos", sendo o problema negligenciado até recentemente na Índia, na China, na maior parte da América Latina e da África.

Somente nos anos 1990, algumas cidades nestes países "começaram a desenvolver novas atitudes para a conservação de seu patrimônio urbano e, notadamente, obtenção de fundos especificamente para o redesenvolvimento de *waterfronts* num contexto mais amplo de renovação urbana de cidades portuárias", como Havana (Cuba), Santos (Brasil), Mumbai (Índia), Dalian (China) e Cingapura (HOYLE, 2002, p. 142), ou mesmo cidades de países menos desenvolvidos do Sudeste Asiático, como Manila (GOMEZ, Jr., 2008).

Savage et al. (2004) apontam os anos de 1969 e 1983 como referenciais para as transformações observadas na região do Rio Cingapura. Em 1969, inicia-se um primeiro plano para a limpeza do rio, na tentativa de transformá-lo em um sistema ecológico novamente viável. Em 1983, definem-se mais claramente intervenções de "redesenvolvimento e restauração, com objetivo de transformar o rio numa zona de recreação e entretenimento". A região, com cerca de 80 hectares, subdivide-se em três "zonas de planejamento": Boat Quay (com *pubs* e restaurantes), Clarke Quay (com um *festival marketplace*) e Robertson Quay (com serviços de hoteis, apartamentos e comércio) (SAVAGE et al., 2004, p. 215).

Essa região (*The Night Zone*) está inserida numa das 11 "zonas temáticas" definidas pela Singapore Tourism Board, com base em "planos de desenho urbano" (*urban design plans*) da Autoridade de Desenvolvimento Urbano da cidade-Estado, Isso indica certa convergência entre as políticas urbanas e o planejamento turístico na cidade, inclusive no que se refere ao uso dos espaços tanto por moradores, quanto por turistas, dado que a noção de " 'visitante' refere-se tanto a turistas, quando a cingapurianos, já que os distritos temáticos não atendem somente a turistas, mas respondem a necessidades domésticas e a demandas sociais por espaço e amenidades" (SAVAGE et al., 2004, p. 217). Assim, a indistinção de origem dos usuários nas "áreas funcionais de uma cidade turística" é uma tônica, já que a concentração de recursos turísticos e não-turísticos no

ambiente urbano conferem atração e apelo tanto para turistas, quanto para moradores (SAVAGE et al., 2004, p. 214).

Para o caso específico de Sidney (Austrália), Waitt (2000) comenta que no enclave portuário de *The Rocks* – "local de nascimento da nação australiana" –, os elementos comuns deste tipo de espaço (cais abandonados, pátios ferroviários inutilizados, etc.), restaurados e requalificados, servem não apenas para atrair turistas em busca "experiências do passado", senão também oferecem equipamentos que permitem entretenimento, espairecimento e compras (WAITT, 2000, p. 836) – ou seja, atendem aos interesses dos moradores e participam da dinâmica cotidiana da cidade.

Na pesquisa realizada com 372 visitantes do local, 33% eram residentes de Sidney, 34% de outras partes da Austrália e 36% de outros países (WAITT, 2000, p. 850). Trata-se, portanto, de uma situação em que, a despeito da natureza (ou da origem) dos usuários, os vários usos se conjugam espacial e temporalmente nos mesmos territórios.

Hoyle (2002), que se dedica a estudar as intervenções na zona portuária de Zanzibar (Tanzânia), sugere alguns elementos comuns a este movimento, que agora começam a despontar nos países em desenvolvimento:

- Manutenção ou fornecimento de acesso público às margens de cursos d'água;
- Oposição (e prevenção) ao desenvolvimento inapropriado dos waterfronts;
- Promoção da reaproximação, em vez da continuidade ou do aumento da separação entre waterfronts e áreas centrais;
- Conservação e desenvolvimento sensível de espaços verdes abertos;
- Valorização da diferença e do senso de comunidade;
- Manutenção de ligações com o passado.

Mediante intervenções orientadas ao consumo, os usos culturais, de lazer e de entretenimento desempenham novas funções na economia urbana, de maneira que, no que tange ao turismo, as áreas portuárias refuncionalizadas assumem significados importantes no *marketing* das cidades – tanto por seu apelo paisagístico (redescoberta da frente para água), quando pela oferta de novas atividades comerciais e lúdicas. Com a difusão dessas práticas, não raro, as intervenções tendem a seguir padrões mais ou menos reconhecíveis, com "formas e programas estandarizados" independentemente das regiões onde se estabeleçam, resultando em espaços e

experiências "com imagens pré-definidas e experiências rápidas e fáceis de assimilar" (TALESNIK, GUTIERREZ, 2002, p. 89). Por isso,

Do ponto de vista do investidor, a vantagem de remodelar umwaterfront intervindo com formas e programas devidamente provados é que, estando materializados em muitos lugares do mundo, o investimento fluiria mais facilmente para um novo projeto. Em princípio, a adoção de um desenho consagrado minimizaria o risco do investimento, que só estaria ameaçado pela presença de variáveis locais (tanto de idiossincrasias, como geográficas) (TALESNIK, GUTIERREZ, 2002, p. 91)

Gomez Jr. (2008, p. 86), com o estudo do caso de *Manila Baywalk*, em Manila (Filipinas), coincide com a ideia de que as iniciativas de "redesenvolvimento de frentes de água urbanas", apesar de concentradas em "países avançados", têm impactado "países em desenvolvimento", "uma vez que estes buscam reviver cidades históricas no contexto pós-colonial".

Na América Latina, talvez o projeto mais emblemático seja o de Puerto Madero, em Buenos Aires (Argentina), tanto pelo ineditismo e magnitude das intervenções, quanto pela incorporação de modelos desenvolvidos em outras partes do mundo – notadamente Barcelona (Espanha).

O projeto nasce com a criação da Corporación Antigo Puerto Madero, em 1989, entidade pública formada pela cidade de Buenos Aires e o governo federal para administrar intervenções em 170 hectares do antigo porto da cidade, inoperante desde os anos de 1930. Em 1990, a Corporación contratou a empresa Consultores Europeos Asociados, tendo por gerentes do projeto os catalães Joan Busquet e Joan Alemany, além de da participação de Jordi Borja como assessor da prefeitura de Buenos Aires – todos com passagens em projetos na cidade de Barcelona, que, no momento, se preparava para as Olimpíadas de 1992.

O Plano Estratégico Antiguo Puerto Madero propunha "uma imagem global, mas podia ser dividido em operações de escala controlável para empreendedores privados (pondo ênfase no fato de que cada fase incluía projetos arquitetônicos e imagem urbana). Assim, a entidade não comercializaria lotes, senão setores inteiros da área do projeto, abrindo espaço para ampla participação da iniciativa privada na gestão urbana em uma nova era de "megaprojetos", que se repetiriam em intervenções no Mercado de Abastos, a implantação do Tren de la Costa e a "metamorfose" do Partido de Tigre, no final desta ferrovia (GORELIK, 2007, p. 70).

Em que pese a condição latinoamericana, criam-se "novos espaços híbridos" no bojo das grandes intervenções, em que "empreendimentos imobiliários coabitam com o espaço público, turismo com lazer local". No caso de Puerto Madero (**Figuras 3, 4 e 5**), as atividades de lazer e o espaço público são aspectos de destaque, coexistindo com as grandes operações imobiliárias, com

diversidade de funções e significados que conjugam reuso de estruturas antigas, reuso de parques públicos e *promenades* e a implantação de novos empreendimentos com arquitetura de recorte pósmoderno (MARTIRE, 2009, p. 245).



Figura 3 – Puerto Madero (Buenos Aires)

Foto: Thiago Allis (jun. 2010)



Figura 4 – Puerto Madero (Buenos Aires)

Foto: Thiago Allis (jun. 2010)

Yázigi (2009) considera Puerto Madero uma "realização inegligenciável", que "causa receios infundados se não for bem avaliada pela ótica dos benefícios". O autor identifica claramente o papel do turismo no projeto e chama atenção pelo fato de ter sido uma "iniciativa ousada num país emergente". Dentre seus benefícios, estariam o fato de ser uma "reurbanização de [...] de excelentes virtudes estéticas", aumentar o prestígio da cidade para questões de negócio, em que se encaixa o turismo, estar francamente aberta ao público e seguir o movimento de revalorização da cidade, acompanhando medidas em curso em outras partes do espaço urbano (YÁZIGI, 2009, p. 390, 392).



Figura 5 – Puerto Madero (Buenos Aires) Foto: Thiago Allis (Jun. 2010)



Figura 6 - Royal Docks (Londres) Foto: Thiago Allis (Set. 2010)

No que tange ao turismo, o que se observa é que essas intervenções, ao privilegiar áreas próximas a cursos d'água, buscam construir imagens de cidade com grande capacidade de atração de interesses (por exemplo, turísticos). Assim, os portos, que na origem pressupunham espaço de comércio em larga escala e logística pesada, agora são dotados de novas funções para consumos de recorte espetacularizado, em que a presença de consumidores diretos serve para construir uma ambiência de cidade renovada. Por isso, a implantação ou refuncionalização de estruturas e espaços serve diretamente para estratégias de *city marketing*, tanto pela construção de novas imagens, quanto pela oportunidade de novos negócios no setor terciário.

A vinculação desses espaços com o turismo – e atividades correlatas – se dá de variadas maneiras, em função de atividades de recreação (principalmente esportes e atividades aquáticas), hospitalidade (espaços de contemplação e estabelecimentos hoteleiros e de alimentação), cultura e patrimônio (visitas a antigas embarcações históricas, museus, espaços culturais e, de maneira geral, a própria arquitetura portuária) (NORDCLIF et al., 1996, p. 131-2). Não se deve esquecer, também, que essas e outras experiências estão mediadas por espaços e momentos de consumo, de maneira que se conjugam a fruição paisagística dos espaçospróximos à água, com oportunidades de consumo.

Ao franquear novos espaços de acesso público, reconstrói-se a idéia de flanar pela cidade – neste caso, redirecionando o olhar às áreas que um dia foram portuárias, já que, tendo em vista sua operação original, os portos não são naturalmente convidativos a tais experiências.

Neste caso, esse consumo do espaço passa a se dar de maneira controlada (para efeitos de segurança) e orientada (para facilitar o consumo dos serviços dispostos de maneira estrutural), mas, inquestionavelmente, adiciona novos significados a certas porções do tecido urbano.

2.2.2. Núcleos históricos centrais

Historicamente, as intervenções em áreas centrais estiveram – e ainda estão – articuladas com medidas para salvaguarda do patrimônio, especialmente a partir da segunda metade do século XX – quando, no processo de reconstrução dos países europeus, os documentos internacionais coincidiam visões mais ampliadas sobre conceitos, significados e práticas de conservação. Desde o último quartel do século XX, o que se observa é a instrumentalização da cultura (KARA-JOSÉ, 2007) como estratégia de gestão urbana, com disseminação de iniciativas em várias partes da América Latina (Brasil, Equador, Argentina).

Particularmente para a realidade dos Estados Unidos, Frieden e Sagalyn (1994) destacam o papel que o comércio varejista, com conotações próximas ao prazer e ao entretenimento, teve para a retomada do interesse das áreas centrais no país, tanto pelos gestores locais, quando pelos moradores (e eventualmente turistas). Na década de 1960, a cultura do subúrbio certamente não estava superada, no entanto, começavam a se desenvolver novas relações entre as gerações mais jovens e as oportunidades, mais autenticamente urbanas, das regiões centrais. Além disso, era uma época em que as críticas à política de renovação urbana estavam tomando maiores proporções – o que fica bastante explícito na obra de J. Jacobs, que vivia em Greewich Village, em Nova York⁴⁵ – e o governo federal estava restringindo os repasses e subsídios para obras nas áreas centrais.

Orueta e Fainstein (2009) comentam que nas décadas de 1980 e 1990, emerge uma "nova ênfase na preservação", especialmente por conta das fortes críticas das décadas de 1960 e 1970 contra "estruturas modernistas que se levantavam nos terrenos esvaziados⁴⁶, como assaltos à memória coletiva da cidade" (ORUETA, FAINSTEIN, 2009, p. 759). Sobre essa "reação à modernização predatória", Arantes (2011) comenta que os "dissidentes do Movimento Moderno" tencionavam "de alguma maneira, reativar a idéia mesma de 'cidade' para os seus habitantes", através da criação de um *core* pela "aglutinação de uma série de objetos desconexos", como prédios administrativos, monumentos, sedes de poder local, etc (ARANTES, 2001, p. 155).

Essa iniciativa, conquanto valendo-se da mesma lógica racionalista do movimento que buscava negar, em breve foi revista para outra direção: a da recuperação Do lugar, a partir da unidade da casa ou do bairro. Nesse momento, pensar a cidade em função do lugar consistia uma "estratégia de resistência", valorizando, portanto, a cidade comum, em uma ideologia de intimidade (ARANTES, 2001, p. 156-159).

Na Europa, a noção de reabilitação urbana desenvolve-se especialmente na década de 1970, tendo como referência práticas de preservação articuladas à questão da moradia no centro das cidades, ou seja, uma "política global dirigida não somente à melhoria da habitação, mas também à requalificação da cidade consolidada e à melhora das condições ambientais, funcionais e

⁴⁵ Em 1961, Jane Jacobs estava finalizando sua obra de referência (Vida e Morte nas Cidades Norte Americanas) quando o bairro de Greenwich Village foi ameaçado pelas obras de renovação urbana na gestão do prefeito Robert Wagner, que almejava a construção de residências para a classe média. Sabendo das intenções do prefeito Jacobs e um grupo de moradores orquestrou uma campanha contrária ao projeto, junto às várias autoridades da cidade. Num contexto eleitoral, o prefeito desistiu do projeto já em 1962; a comunidade, por sua vez, passou a aconselhar outros grupos da cidade na tarefa de fazer oposição aos projetos de renovação urbana (FRIEDEN, SAGALYN, 1994, p. 47-48)

⁴⁶T radução livre para *cleared land*, que faz menção às práticas de "arrasa-quarteirão" particularmente observadas nos anos 1950 durante projetos de renovação urbana (*urban renewal*) nos EUA (ver FRIEDEN e SAGALYN, 1994).

sociais dos centros históricos" (CLADERA, 1995, p. 9). No entanto, na década de 1980, o tema social perde espaço e os aspectos simbólicos das construções ganham destaque.

[...] se mantém à *ajuda à pedra*, ou seja, a reabilitação do patrimônio arquitetônico exclusivamente [ou seja, seu suporte material do patrimônio]. Introduz-se nesta década também o conceito de recuperação de grandes conjuntos arquitetônicos para usos institucionais, na maior parte das vezes, representativos: universidades, edifícios administrativos públicos, museus, etc, enfatizando a singularidade do projeto mais do que a recuperação tipológica doméstica e seriada. Também se torna relevante o projeto do espaço livre público. Poder-se-ia dizer que se abandona a reabilitação arquitetônica mais dura: a realizada sobre um patrimônio extremamente degradado, de tipologias históricas populares e com população de baixa renda, para orientar-se para a reabilitação de *luxo*, tanto institucional de grandes conjuntos, quanto para a residencial privada (CLADERA, 1995, p. 10)

Tiesdel (1995), em um estudo sobre Lace Market, em Nothingham, expõe as tensões entre medidas de conservação e preservação do patrimônio edificado e processos de revitalização urbana. Para o autor, a conservação ou preservação física é relativamente benéfica, porém, as "melhorias físicas não se sustentarão se a economia local continua frágil. Revitalizar e melhorar efetivamente a situação dessas áreas requer um desenvolvimento econômico mais amplo" (TIESDEL, 1995, p. 234). Este é, em linhas gerais, o encaminhamento proposto pelas Normas de Quito, de 1967, que estimulam um relacionamento positivo entre patrimônio e desenvolvimento econômico – particular, mas não exclusivamente, o turismo⁴⁷.

Dessa descrição, inferem-se dois processos, que se tornaram importantes a partir da década de 1980: o primeiro, que vai desaguar em intervenções de recorte espetacular, orientada para programas distintos – sem necessariamente atender às questões habitacionais (e o Centro George Pompidou parece ser um exemplo possível); segundo, por "reabilitação de luxo" pode-se entender que começa haver uma volta ao centro das camadas de mais altas rendas, algo que ocorreu nas políticas de regeneração urbana (*urban regeneration*) na Inglaterra, por exemplo –que Ruth Glass, ainda na década de 1960, identificou como um processo de *gentrification*⁴⁸.

⁴⁷ As Normas de Quito emergem de encontro auspiciado pela Organização dos Estados Americanos (OEA), onde se preconizava o turismo como importante atividade para geração de receita para a gestão do patrimônio – destacando, inclusive, a disponibilidade de fundos internacionais (como do BID, que havia sido fundado em meados da década de 1950).

⁴⁸ Tanto as práticas e os princípios de regeneração urbana, quanto os de gentrificação não são categorias de análise prioritárias nesta tese. No entanto, no que se refere à questão da regeneração urbana, convém referenciar os estudos de Hutton (2010), que trazem considerações diretamente relacionadas à cidade "pós-industrial", fenômeno que, talvez para o momento, não represente exatamente a realidade brasileira. Consultar, ainda, Roberts e Sykes (2000) e Tallon (2010). Já no tocante à gentrificação – e eventualmente gentrificação turística, como em Fox (2005) – há considerações explicativas na Introdução deste trabalho.

A partir de 1980 emerge uma lógica de "reinvenção urbana", cuja principal característica é a transformação do território, ele mesmo, em mercadoria, em um contexto em que a gestão urbana é feita pela aproximação do capital imobiliário ao poder público local, que, juntos, "adotaram um planejamento de mercado e introduziram técnicas de *marketing* urbano (*city marketing*)". Neste período, nota-se uma exacerbação dos "projetos arquitetônicos e urbanísticos" como artefatos de "promoção político-partidária" (VARGAS, CASTILHO, 2006, p. 32-33).

No que Harvey (2005) caracteriza como a "passagem da modernidade à pós-modernidade", observa-se uma guinada populista da "cultura do museu", associada a uma "indústria da herança", iniciada nos anos de 1970, na direção da "comercialização da história e de formas culturais" (HARVEY, 2005, 64). Particularmente na França, a "febre de museus" dos anos 1980, é acompanhada de um fenômeno que se confirmaria como traço recorrente na gestão urbana contemporânea: a construção de grandes – e caros (**Tabela 1**) – equipamentos culturais, nomeadamente museus, com projetos assinados por arquitetos "do *star system* internacional" (ARANTES, 2001, p. 147), cujos projetos faziam "parte da política de revitalização do cenário urbano" (BEHAMOU, 2007, p. 88).

Entre 1986 e 1995, em **Paris**, foram implantados vários equipamentos culturais que, atualmente, representam ícones urbanos, tanto por sua arquitetura – assinada por nomes do *star system* da arquitetura internacional –, quanto por sua dinâmica no contexto urbano atual, que ensejam usos na direção de uma cidade como "máquina de entretenimento".

Edifício	Arquitetos	Custo (€ mi)	Inauguração
Musee D'Orsay	GaeAulenti	200	1986
Parc de laVillette	Bernard Tshumi	200	1986
MuséedesSciences	Adrien Fainsilber	820	1986
Institutdu Monde Arab	Jean Nouvel	244,64	1987
OpéraBastille	Carlos Ott	426,86	1989
ArchelaDefénse	Paul Andreu, Otto Von Spreckelsen	566,35	1989
Ministére des Finances	Paul Chemetov, BorjaHuidobro	560	1989
Cité de la Musique	Christian de Portzamparc	170	1994
Museum	Paul Chemetov, BorjaHuidobro	150	1994
Grand Louvre	leoh Ming Pei	910	1995
Bibliotéque de France	Dominique Perrault	1.189,1	1995

Tabela 1 – Construções emblemáticas em Paris (arquitetos, custo e ano de inauguração) Fonte: adaptado de Behamou(2007), p. 103

Destes, a Biblioteca Nacional da França talvez seja o mais emblemático por sua localização e contexto, mas também pelo ambiente político que ensejou sua construção. A Biblioteca pode ser considerada um "projeto âncora" de um projeto urbano maior, que serviu de substrato para sua construção, a *Zone d'Aménagement Concerté* (Zona de Desenvolvimento Controlado – ZAC) Riche Gauche⁴⁹, na região do *Quartier Tolbiac*. A ZAC Rive Gauche estava orientada para criação de uma imagem que atraísse o interesse do capital para atividades de setor quaternário e turísticos, sendo a

49 A ZAC Rive Gauche tem 130 ha, divididos entre os bairros Austerlitz, Tolbiac e Masséna, e está condicionada à área entre a linha ferroviária e o Rio Sena, pela sua margem esquerda. Tecnicamente, uma ZAC é um regime de exceção às normativas urbanas, mas deve estar prevista e articulada nos Planos Urbanos Locais de cada região da cidade. Desde

p. 55).

os anos 1970, foram implementados diversos projetos urbanos por meio desse instrumento em toda a França. O procedimento da ZAC pode ser utilizado por operações de desenvolvimento de natureza diversa como: renovação ou reabilitação urbana, realização de novos bairros residenciais, implantação de atividades industriais, comerciais, turísticas ou de serviços, ou realização de instalações de equipamentos coletivos públicos ou privados. O parque Citroën, La Villete, LesHalles e Bercy são exemplos de empreendimentos viabilizados pelas ZACs (MALERONKA, 2009,

Biblioteca sua "peça principal" e um pólo de atração para o desenvolvimento de toda a área (VÁZQUEZ, 2011, p. 111-112). O caráter espetacular do projeto ficou bem marcado na inauguração da Biblioteca, em 2006, na medida em que contribuiu para a "construção mítica" e "exaltação da monumentalidade" do edifício. Ademais, o projeto busca cumprir uma função de "reequilíbrio da centralidade da Paria intramuros", que implica numa "reconquista" pelas classes mais abastadas de um setor urbano em declínio, do ponto de vista físico e econômico.

Ao tratar do caso da cidade de Canterbury (Inglaterra), Laws e Pelley (2000, p. 230), com base em Ashworth e Turnbridge (1990), chamam atenção para as diferentes necessidades – ou "padrões de comportamento" – dos vários usuários dos espaços urbanos:

- Turistas de patrimônio do entorno da cidade
- Residentes em atividades de recreação na área central, no seu tempo de lazer
- Visitantes (não-recreação)na cidade para visitas a familiares ou trabalho
- Residentes (não-recreação) usando os espaços da cidade no dia-a-dia.

Assim, cada um desses grupos

tem um padrão de comportamento diferente, e fazem usos espaciais relativamente diferentes da cidade. **Turistas, no entanto, dividem muitas necessidades elementares com os usuários habituais da cidade**, incluindo estacionamento, restaurantes, cafés, sanitários e compras, mas o número de turistas aumenta a pressão sobre tais facilidades além do nível que é necessário para o atendimento das necessidades dos habitantes (ASHWORTH, TURNBRIDGE, 1990, p. 232, tradução nossa, ênfase adicionada).

O que precisa ser levado em conta é que as discussões para cidades históricas – que, no caso de Canterbury tem um acervo patrimonial concentrado e localizado num espaço intramuros – podem não se alinhar com a dinâmica de uma grande cidade. Por exemplo, pela própria intensidade das atividades comerciais de uma dada área de uma grande cidade, a presença de turistas – ainda que em grupos – poderá sequer ser notada.

No caso de **Havana** (**Cuba**), emergem situações que mostram, mesmo de forma centralizada e num sistema político avesso à democracia, alguns resultados aparentemente positivos – em que o turismo é elemento de destaque. A estrutura de preservação e conservação do patrimônio da cidade foi implantada antes da Revolução Cubana, de 1959, com a criação, em 1938, da Oficina del Historiador de la Cudad (OCH) No entanto, em 1993, o Decreto Lei 143 conferiu poderes únicos para o OCH promover a restauração física e social de Habana Vieja e outras áreas, incluindo edifícios significativos (BAILEY, 2008, p. 1087) (**Figuras 7 a 12**).

Nos anos 1990, com a queda do bloco socialista, Cuba passa a viver momentos de carestia, já que não conta mais com o apoio direto da União Soviética e o embargo econômico ao país se aprofunda. Neste período, o centro histórico passa a ser considerado Zona Prioritária de Preservação e a Oficina ganha autonomia, desvinculando-se do Estado central para decisões quanto ao financiamento das intervenções. Para tanto, é criada a Habaguanex e outras empresas, que congregam vários setores comerciais, imobiliários e turísticos. Assim, a receita com os negócios da região são reinvestidas em ações locais, principalmente em conservação patrimonial.

Em uma economia profundamente centralizada, esta autonomia de receitas e de decisões tem sido um importante fator para a dinamização das ações de preservação em Habana Vieja e no Malecón principalmente – contrastando fortemente com outras áreas de manutenção física sofrível. O financiamento dessas atividades vincula-se com o turismo, dado que as receitas advêm dos empreendimentos instalados na região e pertencentes a empresas vinculadas à OCH (café, restaurantes, hoteis, lojas, empresas de táxi, etc). Nesta linha, Bailey (2008) resume:

Por meio de uma cuidadosa gestão de investimento estrangeiro e circunstâncias únicas da economia altamente centralizada de Cuba, a OCH tem sido capaz de explorar as vantagens inerentes dos recursos culturais de Havana ao desenvolver um modelo próprio de espetáculo urbano, como forma de gerar receitas adicionais para atingir estratégias de desenvolvimento social (BAILEY, 2008, p.1095,tradução nossa, ênfase adicionada).

É importante ressaltar que, apesar da importância histórica e urbana de Habana Vieja, na condição de destino turístico, é um produto menos importante do que os enclaves de turismo de sol e praia, localizados a nordeste da cidade – principalmente Varadero. A história recente do turismo na ilha está vinculada a flexibilizações feitas pelo governo cubano no sentido de garantir receitas extras na década de 1990 – e as paisagens litorâneas (e não o patrimônio cultural) foram priorizadas. Assim, as políticas de intervenção urbana não assumem um papel central no desenvolvimento turístico, tendo em vista que as demandas para Cuba concentram-se, segundo políticas específicas para o setor, em áreas litorâneas.

Mesmo assim, Havana concentra cerca de um terço dos leitos disponíveis na ilha, bem como concentra 55% da demanda turística internacional (BAILEY, 2008, p 1084), sendo que o patrimônio cultural e a cidade como um todo são as referências turísticas mais importantes. Assim, desde 1993, foram criadas "empresas semi-autônomas e agências dedicadas a promover o reavivamento da cidade através do turismo" (BAILEY, 2008, p. 1086). Desse grupo, a Habaguanex é dona de hoteis, restaurantes, cafés, museus e outras facilidades culturais, que, no conjunto, em 2004, arrecadou mais de US\$ 87 milhões.

Projetos urbanos e turismo em grandes cidades - Thiago Allis



Figura 8 - Malecón Foto: Thiago Allis (mai. 2011)



Figura 9 - Moradia provisória – Habana Vieja Foto: Thiago Allis (mai. 2011)



Figura 7 - Malecón Foto: Thiago Allis (mai. 2011)



Figura 12 – Plaza Vieja – Habana Vieja Foto: Thiago Allis (mai. 2011)



jura 11 – Plaza Vieja – Habana Vieja Foto: Thiago Allis (mai. 2011)



uação da OCH – Habana Vieja : www.och.cu

O caso de **Quito** (Equador) é especialmente ilustrativo pelo fato de ser uma primeira experiência de empréstimo internacional para investimento em um grande setor urbano, em que pese o patrimônio histórico e estratégias de dinamização da economia local, o que, certamente, influencia as práticas e políticas de gestão urbana e do patrimônio. O empréstimo que se levou a cabo em 1994, junto ao BID, é parte de uma realidade latinoamericana mais ampla, em que países se endividam junto a organismos multilaterais no intuito de tratar de questões nacionais que vão desde infraestrutura (transporte e saneamento) até planos de desenvolvimento e capacitação turísticos, passando, pois, pela temática do patrimônio⁵⁰.

Em 1987, a cidade, cujo centro colonial havia sido reconhecido como Patrimônio da Humanidade em 1978, sofre forte terremoto, chamando atenção da comunidade internacional sobre os efeitos sobre o patrimônio cultural edificado. Na seqüência, funda-se o Fundo de Salvamento del Património (FONSAL), com a função precípua de reconstruir o centro histórico. Em meados dos anos 1990, o governo equatoriano confirma um empréstimo junto ao Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), cujo propósito é implantar medidas de preservação e dinamização no espaço público do Centro Histórico.

Por ocasião do empréstimo, foi formada, em 1994, a Empresa de Desenvolvimento do Centro Histórico (ECH), responsável pela gestão dos recursos e das ações do convênio. O montante total do empréstimo foi de 52 milhões de dólares, sendo 41 milhões do BID e o restante de contrapartida da municipalidade de Quito. Os objetivos da ECH eram "impulsionar, promover e executar projetos, operações e negócios orientados a desenvolver e preservar as áreas e monumentos do Distrito Metropolitano de Quito, assim como facilitar, em condições adequadas, a rentabilidade, o aproveitamento de monumentos e sítios de interesse histórico, turístico ou de especial valor arquitetônico [...]" (ARÍZAGA, 2002 apud PONCE, p. 228).

Em linhas gerais, o centro histórico de Quito parece ainda ser poroso a vários usos, a despeito do maior peso que se vem dando ao turismo na última década. Na prática, significa dizer que espaços públicos continuam com acesso e sentidos irrestritos à população, ainda que haja a instalação de serviços eminentemente voltados para o turismo internacional, como hotéis e serviços de alimentação. Na capital de um país com dívidas sociais históricas, não houve uma exacerbação do turismo sobre o cotidiano, tal como em outras situações – por exemplo, no Pelourinho (Salvador,

⁵⁰Em 1967, realizou-se em Quito a reunião da Organização dos Estados Americanos (OEA), que viria a resultar nas Normas de Quito, ainda hoje um marco das cartas do patrimônio no que diz respeito à integração do patrimônio cultural à vida econômica das cidades – e já reconhece que a visitação e o turismo pode ser alternativa na geração de receitas.

Bahia, Brasil), em que o esvaziamento físico e de sentidos foi condição inicial para o processo de restauração e ressignificação dos valores do patrimônio. No dia a dia da cidade, portanto, a manutenção do acesso coletivo e individual aos espaços centrais sugere uma continuidade da vida social da cidade, posto que o fluxo de pessoas – moradores ou turistas – convive em suas diversas necessidades e desejos (**Figura 13**). Contribui para isso a manutenção de comércio popular no Centro Histórico, que esteve ligada a projetos específicos de controle do comércio de rua e o regramento dos espaços formais de comércio, na condição de centros de compras ou nos espaços convencionais da cidade (ALLIS, 2009).



Figura 13 - Plaza Grande (Quito) Foto: Thiago Allis (Set. 2009)

Na atual governo, foi extinta a INNOVAR.UIO (antiga ECH), que, até o momento, era responsável por projetos urbanos estratégicos na cidade. A INNOVAR.UIO, desde sua criação, tem apresentado um modelo de gestão independente, cuja forma de atuação concentra-se em desenvolver projetos por uma lógica empreendedorista e que responda à competição entre cidades por visibilidade e investimentos num contexto globalizado (HARVEY, 1996, 2005), tal como sugerem

os preceitos do "planejamento estratégico de cidades" (GÜELL,1997). No que tange ao turismo, vale destacar que, ao longo dessas intervenções, foram incentivadas e financiadas iniciativas comerciais para o atendimento das demandas turísticas. Foram feitas através de venda de imóveis para uso da iniciativa privada ou por reabilitação de imóveis para posterior concessão de espaços (**Quadro 2**).

Empreendimento	Área	Investimento	Descrição
Centro Comercial PasajeArzobispal	6.540m ²	US\$ 1,85 mi	Reabilitação do imóvel para instalação de 30 espaços comerciais, dois restaurantes, sala de exposições e cafeteria
Restaurante Panecillo	n/i	US\$ 120 mil	Readequação de espaço no Mirador Panecillo em 2003, com capacidade para 120 pessoas, que foi arrendado à iniciativa privada em 2004
Restaurantes Cucurucho e Quiteño Libre	n/i	US\$ 270 mil	Contrato de associação para organizar, equipar e pôr em funcionamento dois restaurantes localizados no ex Mercado de Santa Clara e no atual Centro Cultural Eugenio Espejo
Restaurante Mea Culpa	n/i	US\$ 250 mil	Contrato de associação em 2003 para habilitação e equipamento de restaurante no Centro Comercial PasajevArzobispal com capacidade de 70 pessoas.
Hotel Patio Andaluz	3.309m ²	n/i	Venda de edifício para a iniciativa privada, para implantação de hotel com 20 unidades habitacionais, restaurante e cafeteria
Hotel Plaza Grande	2.379m ²	US\$ 7,95 mi (privada)	Venda de imóvel para iniciativa privada, que o restaurou para a instalação de hotel boutique

Quadro 2 – Iniciativas de intervenção em Quito Fonte: adaptado de INNOVAR.UIO, 2009a n/i = dado não identificado

Além desses equipamentos, foram construídos 11 centros comerciais com cerca de 7.000 espaços comerciais, com objetivo principal de acomodar os comerciantes de rua, numa operação de mais de US\$ 14 milhões. Outra ação com influência na dinâmica do centro foi a construção de estacionamentos, de maneira a dinamizar o fluxo de veículos nas ruas do centro – foram construídos cinco estacionamentos, com capacidade para cerca de 1400 vagas. Padronizaram-se, também, as bancas de revistas e quiosques, num total de 37 unidades no centro e foram instaladas 36 cabines de banheiros públicos, cestos de lixo, 50 espaços para engraxates e 65 placas e 13 painéis multiuso de sinalização turística (INNOVAR.UIO, 2009b).

2.2.3. Construção de novas centralidades

Além dos projetos especificamente localizados nas *waterfronts* e nos (ou nas proximidades dos) núcleos históricos centrais das cidades, observam-se ainda projetos urbanos que buscam assimilar ou requalificar os usos de certas partes das cidades, particularmente a partir de grandes empreendimentos imobiliários. Esta categoria – que optamos por chamar de construção de novas centralidades – implica em mecanismos de intervenção para o desenvolvimento de atividades para fins específicos, sem necessariamente se valer de qualidades paisagísticas ou apelo do patrimônio histórico, tal como se notanos demais casos. No entanto, criam-se, artificialmente, paisagens urbanas através da implantação de grandes estruturas (estádios, arenas, centros de convenções, etc.) ou mesmo através justaposição de novas edificações, a formar um *skyline* de referência para certas porções da cidade – e, portanto, para a imagem da cidade como um todo.

É importante frisar que a ideia de "novas centralidades" não é exclusiva deste tipo de projeto urbano, já que nos outros dois é patente a recuperação ou transformação das centralidades – por exemplo, intervenções de natureza "enobrecedora" (LEITE, 2007) nos centros históricos implicam na substituição de usos populares para atividades mais elitizadas, como o turismo cultural e suas variantes.

No entanto, no caso desta categoria, observa-se que as intervenções, apesar de se darem no substrato do tecido urbano precedente (portanto, incorporando a ocupação histórica do espaço), tendem a se distanciar das áreas de ocupação originais das cidades (os chamados centros históricos). Indicam, portanto, a propagação, em raios cada vez maiores, das estratégias contemporâneas de reestruturação urbana na dimensão local, desdobrando-se tanto geograficamente (uma vez facilitam a captação de áreas cada vez mais longínquas pelo capital imobiliário), quanto tematicamente (ou seja, não estão concentradas em certos tipos de atividades que se poderiam chamar de "típicas" nos centros históricos e *waterfronts*).

Intervenções para grandes eventos

Os grandes eventos convertem-se em oportunidades para grandes investimentos em infraestruturas para as cidadesanfitriãs – transportes, saneamento, estruturas esportivas, urbanização em geral – bem como para conferir-lhes prestígio nas escalas nacional e internacional. Por isso, os Jogos Olímpicos, por exemplo, já significam muito mais do que uma competição

esportiva, servindo, também, aos desígnios do empresariamento urbano, como instrumento de *city marketing*.

Por essa razão, a realização dos grandes eventos – esportivos, comerciais, culturais, etc. – guarda um paralelo com a importância das grandes feiras e exposições internacionais, iniciadas em meados do século XIX, em Londres, com a diferença de que, atualmente, a cobertura da mídia global confere visibilidade e promoção instantâneas às imagens urbanas das cidades-anfitriãs (CHALKELY, ESSEX, 1999, p. 370) (**Quadro 3**).

Fase	Período	Características	
1ª	1896-1904	Eventos de pequena escala, sem expressão internacional ou impacto urbano	
2ª	1908-1932	Maior escala, incluindo construção de instalações esportivas específicas	
3ª	1936-1956	Construção de estruturas emblemáticas (flagshipsymbols)	
4ª	Desde 1960	Maior visibilidade de mídia internacional e grandes transformações urbanas	

Quadro 3 – Fases dos Jogos Olímpicos (1896-1996) Fonte: adaptado de Chalkely, Essex (1999)

No caso dos Jogos Olímpicos, a edição de 1984, em Los Angeles, indica um momento de aumento no interesse dos gestores de cidades e iniciativa privada, seguido de fiascos no México (1968), por oposição popular, Munique (1972), em função de ataques terroristas, Montreal (1976), por complicações financeiras para honrar os investimentos e Moscou (1980), por boicote internacional. Apesar de os jogos de Los Angeles (1984) também terem sofrido com questões diplomáticas internacionais, o evento foi financiado quase que inteiramente por investidores privados, com bons retornos financeiros (CHALKELY, ESSEX, 1999, p. 374).

Na atual fase dos Jogos Olímpicos, iniciada com a edição de 1960 (Roma), o evento representa a possibilidade de "melhoramentos urbanos de larga escala, trazendo, como conseqüência, muito mais impacto na paisagem e no ambiente construído das cidades-anfitriãs" (CHALKELY, ESSEX, 1999, p. 3).

Ocorre, porém, que os resultados dessas iniciativas podem não trazer benefícios claro às comunidades receptoras, especialmente pela socialização dos investimentos feitos pelo poder público. Outro aspecto a ser considerado é a "polarização social" (WAITT, 2003, p. 198), quando a

opinião pública acaba sendo cooptada ou desconsiderada, em favor dos desejos e interesses de parcelas da sociedade favoráveis à realização dos jogos.

Para Sanchez (2010, p. 16), os "[p]romotores de megaeventos, de estádios ou de projetos de renovação de áreas centrais com grandes equipamentos culturais evocam, em seu ideário, a 'inserção competitiva' da cidade e um 'vir a ser' de grande desenvolvimento, pressionando assim os cidadãos a um engajamento irrestrito".

Existe, neste contexto, um fator que se relaciona com a perspectiva de visibilidade internacional das cidades (e dos países) receptores destes eventos, cujos gestores (particularmente no âmbito local) vislumbram oportunidades de conferir mais competitividades às cidades no cenário internacional. Conforme sustenta Waitt (2003, p. 194), "os eventos esportivos globais são talvez o exemplo claro de cidade como espetáculo turístico, dados os orçamentos milionários, mercados globais e o rápido giro de capital". Particularmente para o caso de Sidney, os jogos significaram, para os empresários e a classe política local, oportunidade para confirmar sua posição como cidade global, bem como uma forma de estimular a economia – que sofrera os prejuízos da desindustrialização ao longo das décadas de 1970 e 1980 – através de setores ligados à "economia criativa" (WAITT, 2003, p. 197-198).

O caso de **Barcelona** explicita que os grandes eventos são estratagemas – ou ensejos – cada vez mais recorrentes para as práticas de *city marketing*, o que inclui, de maneira mais ofensiva, a demanda por turismo urbano – especialmente por sua capacidade de consumo. Tendo sido largamente estudada desde os anos 1990, neste momento, serão apenas apresentados os principais elementos desde processo, que alimentaram a construção de um "modelo Barcelona", propagada internacionalmente desde então.

A perspectiva dos Jogos Olímpicos de Barcelona ensejou uma série de transformações urbanas – que Muñoz (20088) chama de "urbanismo olímpico", porém seria um equívoco assumir que a história do urbanismo da cidade se concentra no quarto final do século XX. Não bastando o referencial teórico e operacional criado por Cerdà, na passagem para o século XX, o que confere o substrato do ordenamento territorial da cidade, Barcelona vive, desde a ditadura franquista, experiências de gestão urbana que merecem atenção para o entendimento do seu urbanismo contemporâneo.No fim dos anos 1970, na esteira da redemocratização, operaram-se intervenções em duas frentes, que foram entendidas como um movimento de "reconstrução" da cidade: a recuperação de moradias nas áreas históricas e a reurbanização de espaços públicos periferias urbanas, que se referenciaram nas experiências de Bolonha e nos princípios propostos por Aldo

Rossi. Na sequencia dessas primeiras experiências, a recuperação do Moll de la Fusta, na área portuária, pode ser considerada uma primeira experiência de transformação da frente marítima (MUÑOZ, 2008, p. 165).

A partir da metade dos anos 1980, com OhiolBohigás à frente da prefeitura, as propostas se voltam para estratégias de recuperação econômica, dada as transformações na matriz econômica, o que seria capitalizado pela realização dos Jogos Olímpicos de 1992. Assim, dos 150 projetos realizados no período (MONCLÚS, 2003, p. 411), alguns ganham um caráter de "grande escala", associados a temas como transporte e tecnologia, deslocando a atenção original dos espaços públicos, no sentido social mais completo, para intervenções capazes de gerar imagens urbanas potentes e promover a "venda o lugar" – daí porque Muñoz (2008) chamar Barcelona de uma "cidade-marca". Destarte, foram aplicadas medidas de conversão do Bairro Gótico em "distrito cultural", prevendo-se usos turísticos muito mais enfáticos, e abertura da cidade ao mar, em que o Port Vell e a Villa Olímpica seriam projetos estruturadores de referência – completados com o Forum das Culturas, em 2004. Em todos os casos, o turismo era considerado um elemento estratégico. Especificamente sobre Port Vell, Muñoz (2008) considera

A renovação no porto velho se perfilou assim como uma atuação desligada das discussões teóricas da reconstrução, que acabou criando uma ilha urbana semelhante às renovações portuárias de outras cidades. Protótipos caracterizados por um menu de usos do solo e programas urbanísticos configurados a partir da adição de peças estandarizadas. A renovação urbana nos momentos olímpico e pós-olímpico mostra, portanto, o trânsito de um projeto de reconstrução a [...] uma nova fase na criação de valor urbano na cidade. E nesta nova fase, será muito importante o desenvolvimento de processos de brandificação do espaço urbano e, sobretudo, da própria imagem da cidade (MUÑOZ, 2008, p. 163, tradução nossa).

Neste período, o programa de Áreas de Novas Centralidades (1986) definiu 12 pontos estratégicos para a implantação de projetos urbanos, fazendo de Barcelona apenas mais uma das cidades a adotar os princípios de "empresariamento urbano" no contexto europeu. Assim, apesar de ter sido considerada uma "cidade vencedora" e ter recebido prêmios internacionais (Prêmio Príncipe de Gales, 1990, e a Medalha de Ouro Real de Arquitetura, do Instituto Real Britânico de Arquitetura, em 1999), talvez não seja o caso de assumi-la como modelo, já que "apresenta limitações como uma alternativa para o planejamento urbano extensivo e disperso". É importante registrar que a retórica dominante em favor deste modelo, com bastante eco na América Latina, diz respeito à percepção de qualidade do desenho urbano aplicado às áreas centrais, particularmente no que se refere a usos recreacionais, de lazer e de consumo cultural (MONCLÚS, 2003, p. 416-417).

No que diz respeito ao legado dos eventos, do ponto de vista espacial, o que se questiona é o fato de as maiores transformações urbanas se darem de maneira concentrada – quase sempre no ou próximo da região central – o que, no cotidiano da cidade pós-evento, acaba por restringir os benefícios sociais das estruturas instaladas (GARCÍA, 2004, p. 115).

No paralelo com a evolução do urbanismo barcelonês, García e Claver (2003, p. 120) dividem o desenvolvimento turístico de Barcelona em três etapas: turismo de massa (durante a ditadura de Franco), desenvolvimento do turismo urbano com os Jogos Olímpicos (entre 1979 e 1994) e consolidação da "cidade dos visitantes" (a partir de 1995). Neste último período, o turismo se destaca na política urbana local tanto para a atração de investimentos externos, quanto para manter e expandir a qualidade de vida local. Ou seja, o turismo é meio para o contínuo empresariamento da cidade e as intervenções relacionadas à atividade, em que os "turistas dividem espaços públicos e atividades culturais com os residentes da cidade".

O caso de Barcelona parece emblemático por conter intervenções vinculadas a várias categorias de projetos urbanos: por ocasião das Olimpíadas, de 1992, foram implantadas estruturas esportivas (principalmente na região de Montjuïc) e a Villa Olímpica, porém, aproveitando o momento, outras intervenções urbanas também se levaram a cabo, na tentativa de se criar condições espaciais para novas atividades — dentre as quais o turismo. Dando sequência às intervenções na faixa litorânea nordeste, em 2004, construiu-se o Fórum das Culturas, realizado em 2004, cujo auditório, um triângulo de "arquitetura atrevida e interessante" (SABATÉ, 2005, p. 67), soma mais um espaço de eventos na cidade. Esta obra conecta-se ao projeto de desenvolvimento do eixo da Avenida Diagonal, no entorno da qual vem se desenvolvendo empreendimentos imobiliários nas últimas décadas, como o Barcelona 22@, cujas funções não atendem à organização de eventos, nem diretamente ao turismo, mas pressupõem o desenvolvimento do setor corporativo e uma imagem de cidade "high-tech".

Como parte das obras para as Olimpíadas de **Pequim**, em 2008, foram construídas estruturas de forte apelo imagético, cujos projetos arquitetônicos se devem nomes de prestígio da arquitetura universal.

O Estádio Nacional (*O Ninho*) (**Figura 14**) e o Cubo D'Água, localizados um ao lado do outro, foram imagens que circularam o mundo durante os jogos, o que, do ponto de vista político, foi muito significativo, já que o governo chinêsvem buscando consolidar sua presença como parceiro econômico das economias ocidentais. Assim, a imagem de arrojo e tecnologia, de alguma forma,

serve para escamotear – mesmo junto a públicos locais – assuntos controversos da política chinesa, como aqueles relacionados a direitos civis.

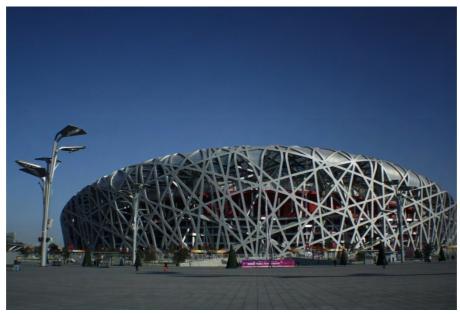


Figura 14 – Estádio Nacional (Pequim, China)
Foto: Thiago Allis (Dez. 2009)

Expansão urbana

Nesta subcategoria, encontram-se as intervenções dedicadas à dinamização espacial, particularmente voltadas para novas funções urbanas e desenvolvimento do mercado imobiliário. Contudo, pela magnitude das intervenções e as opções projetuais, os resultados materiais e paisagísticos geram ícones urbanos. Assim, essas áreas, ainda que não diretamente voltadas às atividades turísticas, desempenham um papel complementar para a construção da imagem turística de uma cidade. Com efeito, essas áreas dispõem de serviços e facilidades e mesmo atrativos turísticos que são parte do acervo turístico de uma localidade, tais como meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, etc.

Neste particular, o capital imobiliário e as conexões da cidade à economia mundial são aspectos imprescindíveis para a compreensão dos projetos urbanos vinculados, já que sua operacionalização se dá em função de grandes empreendimentos imobiliários ou intervenções que, em última instância, visam a facilitar a comodificação do solo urbano. Em suma, são projetos que reforçam o valor de troca da terra urbana, via mercado imobiliário, em detrimento do valor de uso –

já que as funções originais das cidades, particularmente nessas áreas, são profundamente transformadas.

Dentre os tipos de intervenções pode-se destacara implantação de grandes estruturas para eventos corporativos (centros de convenções), propiciando atividades relacionadas ao turismo de negócios, que se manifestam em cidades européias e norteamericanas, mas também na América Latina e Ásia, já que, em geral, se dão no âmbito do ajustes para a acumulação flexível (HARVEY, 2005) e articulação das cidades à economia global.

As intervenções em Docklands, em Londres, certamente servem de referência e exemplo explícito de grande projeto urbano recente, uma vez que se deram no contexto de uma revisão institucional na gestão da cidade e da região de Londres e, do ponto de vista formal, resultaram em importantes intervenções públicas em infraestrutura e amplo investimento privado em empreendimentos imobiliários – especialmente comerciais.

O projeto se dá no contexto de descentralização e privatização, durante o governo de Margareth Tatcher, que, no plano urbanístico, foi marcado pela criação das Urban Development Corporation, estruturadas para atuar em zonas de empreendimento⁵¹. Com a criação, em 1981 da London Development Docklands Corporation, iniciou-se um processo de renovação urbana na antiga zona portuária a leste da City, às margens do Rio Tâmisa (MALERONKA, 2009; AMADIO, 1998; BELLEZA, 2002).

Os primeiros empreendimentos foram localizados em Canary Wharf, na Isle of Dogs, a primeira das zonas de empreendimento, seguidos de dezenas de outros pelas áreas adjacentes. Contudo, passados alguns anos, constatou-se um descompasso entre as demandas privadas e públicas, especialmente no que se refere às responsabilidades de planejamento e de investimento, com "excesso de confiança no mercado" (MALERONKA, 2009, p. 49). Um exemplo foi o rápido crescimento da demanda por infraestruturas de transporte, constatada apenas guando a região estava próxima do colapso logístico; a partir disso, o governo central financiou a construção de uma rede de transporte de massa (metrô e metrô leve de superfície). Mesmo o empreendedor privado (Olympia & York) foi à falência devido à má alocação de recursos nos empreendimentos, que foram

⁵¹ "Criaram-se zonas de empreendimento em áreas urbanas deterioradas, conformando um conjunto de concessões favoráveis de taxações e procedimentos de planejamento físico que incluíam a livre migração de mão-de-obra, incentivo aos empreendedores imigrantes, total liberdade em relação à legislação central" (BELLEZA, 2002, p. 91).

vendidos com valor menor do que o esperado por conta da grande oferta de salas comerciais (AMADIO, 1998, p. 37).

Em termos turísticos, não se pode dizer que as Docklands representem a principal região da cidade, porém, no setor de negócios e convenções, certamente trata-se de uma grande centralidade, com uma ampla rede de serviços hoteleiros e de restauração, bem como localização de importantes espaços de eventos – como o ExCeL, em Royal Docks, uma das áreas mais recentemente renovadas. Ademais, no que tange às imagens da cidade, Docklands, hoje, no conjunto, representa o símbolo mais atualizado de uma cidade global, já que ali se concentram atividades do chamado setor quaternário ou o terciário avançado.

O projeto @22Barcelonaassenta-se na idéia de "cidade do conhecimento", com a proposta de "criar redes de relacionamentos e cooperação", atraindo empresas de tecnologia de ponta, mas também relacionadas a cultura, edição, cinema, educação e outras do campo de informação e comunicação (SABATÉ, 2005, p. 65).O projeto busca dinamizar, mediante certos usos, uma antiga área industrial no limite oeste da cidade, somando-se às intervenções realizadas nas últimas décadas em áreas mais centrais. A área de cerca de 200 hectares localiza-se ao longo da Avenida Diagonal e estende-se por mais de um milhão de metros quadrados, em uma área de passado industrial. Segundo a descrição oficial, o projeto deverá resultar

em um distrito produtivo inovador que oferece espaços modernos para a concentração estratégica de atividades intensivas em conhecimento. Esta iniciativa configura-se como um projeto de renovação urbana e um novo modelo de cidade capaz de dar respostas aos desafios da sociedade do conhecimento. É o projeto de transformação urbanística mais importante da cidade de Barcelona nos últimos anos e um dos mais ambiciosos da Europa com estas características, com um alto potencial imobiliário e investimento público em infra-estrutura estimado em 180 milhões de euros (@22BARCELONA, 2011).

A proposta central do projeto é a "recuperação histórica da vitalidade econômica e social de Poblenou", com vistas à conversão de áreas industriais "obsoletas" em "espaço de elevada qualidade urbana e ambiental e com atividades de criativas vinculadas ao conhecimento e à inovação" (@22BARCELONA, 2011).A despeito do argumento da obsolescênciade uma área industrial, é possível identificar que o discurso não é linear, pois ainda há moradores na região – que, inclusive, demonstram publicamente sua insatisfação com os encaminhamentos do projeto.

As propostas de intervenção em Poblenou decorrem das ações para os preparativos dos Jogos Olímpicos de 1992, com a construção de anéis viários e da Vila Olímpica ("primeiro bairro moderno do litoral de Barcelona"), que dotou o bairro de "excelente conectividade".

No âmbito das inovações urbanas, o projeto propõe "construir um novo modelo de cidade compacta, onde as empresas mais inovadoras convivem com centros de pesquisa, de formação e de transferência de tecnologia, bem como com habitações, equipamentos públicos e áreas verdes, além do patrimônio industrial recuperado" (**Figuras 15 a 18**). Do ponto de visto normativo, a implementação do @22Barcelona dependeu da modificação de dois planos (Plano Geral Metropolitano e Plano Especial do Patrimônio Arquitetônico, Histórico, Artístico da Cidade de Barcelona) e a formulação de outro (Plano Especial de Infra-Estruturas).

No que tange ao turismo, esta área conta com alguns hoteis de cadeia internacional (como lbis e Novotel, da rede francesa Accor), recém-instalados. Ademais, nas imediações da Plaza de Glorias, o edifício de Jean Nouvel (**Figura 20**), o parque de Zaha Hadid, um edifício público de Federico Soriano e a "cripta dos museus", da MBM, não deixam de ser ícones arquitetônicos, assinatura de arquitetos de prestígio internacional, fortalecendo a imagem da cidade e subsidiando assim campanhas promocionais no marco do *city marketing*.







Figura 15, Figura 16, Figura 17, Figura 18, Figura 19, Figura 20 – Área do projeto @22Barcelona, com imagens de edifícios com arquitetura de destaque na paisagem urbana







Capítulo 2. Os grandes projetos urbanos na contemporaneidade

As intervenções na cidade de **Valência (Espanha)** também podem ser destacadas como importantes iniciativas de requalificação urbana, em que as dimensões do *marketing* urbano são bastante visíveis – particularmente por conta da realização de eventos esportivos de abrangência mundial (Formula 1 e America'sCup).

Localizada numa região da Espanha conhecida pelo apelo do turismo de sol e praia (a costa sul do mediterrâneo), Valência tem ampliado significativamente o volume de visitantes e atividades urbanas de recreação, entretenimento, lazer e cultura, mercê de importantes intervenções tanto no núcleo central, quanto no eixo do antigo leito do Rio Túria (**Figuras 21 e 22**) – que teve seu curso desviado na década de 1970, por conta das constantes enchentes na zona central –, mas também do aproveitamento de elementos culturais tradicionais, como as Fallas.



Figura 21 – Hemisférico – Valencia (Espanha) Foto: Thiago Allis (Jan. 2010)



Figura 22 – Veles on Vens – Valencia (Espanha) Foto: Thiago Allis (Jan. 2010)

A articulação entre intervenções urbanas e turismo na cidade indica um caso de bastante relevância, pois, não apenas o volume de turistas na cidade tem aumentado (e não motivados pelos elementos paisagísticos convencionais), como também as estratégias de marketing urbano ganham suporte nos projetos urbanos que têm por alvo, também, os turistas.

Nos últimos anos, é visível tanto o aumento do número de visitantes, quanto a consolidação das visitantes motivadas por lazer. Para a capital de uma província que, sem tradição turística, polariza uma grande região de turismo de sol e mar, estes dados indicam uma tendência de consolidação do turismo urbano (e não pela via das visitas obrigatórias, ou seja, aquelas motivadas por questões de trabalho – ainda que os visitantes que chegam por razão de feiras e congressos continuem com alta participação na demanda turística local).

O projeto de maior relevância na cidade resulta de obras de contenção de enchentes, que liberou o leito original do Rio Túria, onde se propôs, na década de 1960, construir uma auto-estrada urbana (projeto que foi fortemente combatido pela população). Gradativamente, desde os anos 1980, importantes (e imponentes) equipamentos culturais vêm sendo implantados, a saber: Palácio da Música e de Congressos (1987) e todos os equipamentos da Cidade das Artes e da Ciências – "a via dos grandes cenários" – como o Hemisférico (1998), o Museu das Ciências (2000), o Oceanográfico (2002) e o Palácio das Artes (2006). Para Menero (2010), o conjunto, "um extravagante parque temático intraurbano baseado na idéia do lazer cultural e inteligente, reflete a capacidade de modernização e de atração da cidade e se converteu em um instrumento de promoção, renovação e transformação turística" (MENERO, 2010, p. 101).

Na década de 1990, "simultaneamente à construção de cenários urbanísticos imponentes", a cidade também se organizou para realizar "megaeventos esportivos midiáticos", como a America'sCup (2007) e o Grande Prêmio de Formula 1 – fazendo da Espanha o único país com dois circuitos no campeonato (Barcelona e Valência). É também neste período que se constitui o Valencia Convention Bureau (1991), que viria a se converter no Valencia Turisme (VLC), em 1996. Para o primeiro, foi construída uma estrutura na antiga foz do rio, arrematando o eixo de intervenções em direção ao mar. Já a Fórmula 1 é uma oportunidade de mídia espontânea, posto que o circuito de rua televisionado projeta imagens urbanas mundialmente.

É especialmente importante observar que a conjugação de intervenções urbanas com gestão orientada para o marketing urbano vem fazendo de Valência uma cidade com importante perfil de turismo urbano – em que se incluem as várias motivações de viagem. Some-se, ainda, a questão logística, que, ademais da expansão dos vôos*low-cost, low-fare*, foi acrescida de uma ligação pelo trem de alta velocidade (AVE) até Madrid – permitindo viagens entre as duas cidades em menos de duas horas.

A posição central que **Berlim** retoma após unificação alemã (na qual seu papel econômico e geopolítico vai se confirmando paulatinamente) enseja e é reforçada pela "nova cultura do consumo do tempo livre" (CLAVÉ, 2008, p. 56). Neste contexto, das cerca de 300 intervenções ao longo da antiga linha divisória leste-oeste, no interstício dos muros que separavam as duas Alemanhas, alguns se recobrem de um "caráter simbólico" e são exemplos emblemáticos de projetos urbanos voltados ao empresariamento urbano (AMADIO, 1998, p. 34). A região da Potsdammerplatz converte-se em estandarte da Alemanha unificada e que volta à cena da

geopolítica mundial atualizada para competir por investimentos, visibilidade e supremacia no contexto europeu – que, ironicamente, Maricato (2001) chama de "reconquista" de Berlim.

As edificações corporativas e estruturas de entretenimento (Sony Center) se conjugam para compor um conjunto de tendência pós-moderna (na estética e nas funções), bem como para, do ponto de vista simbólico, marcar a reunificação de uma das principais economias do mundo. Neste processo, a especulação imobiliária e o aporte de recursos públicos ficam patentes, posto que, no processo de reunificação, as discrepâncias entre Berlim Ocidental e Berlim Oriental demandam aplicação de importantes somas em infra-estrutura, fazendo parecer inquestionável as intervenções em PotdsdammerPlatz.

Häusserman e Colomb (2003) destacam que os projetos conduzidos em Berlim tinham por objetivos rever a imagem negativa associadas com o passado e reconstruir uma nova imagem. No que se refere aos públicos-alvo, as intervenções estavam orientadas para potenciais visitantes e investidores de fora da Alemanha (como forma de buscar receitas com turismo ou investimento direto), para os alemães da República Federal (como forma de consolidar a decisão de mudar a capital do país para Berlim, após a reunificação) e aos próprios berlinenses (visando envolvê-los nas transformações urbanas pelas quais a cidade passava). Assim, PotdsdamerPlatz converteu-se num ícone da "Nova Berlim", a ponto de, durante as obras, se organizar um ponto de visitação às obras do edifício mais alto da Europa (*Schaustelle Berlin*), convertendo-o em atração turística por sua magnitude. Neste sentido, a imagem acaba se sobrepondo às próprias funções (uso público, comercial, etc.), inclusive para a atração de turistas (HÄUSSERMAN, COLOMB, p. 207).

Este é um aspecto central da relação entre projetos urbanos e turismo, pois não necessariamente os usos discretos (objetivos) dos espaços e construções serão os principais objetivos das intervenções, mas tão somente as imagens e o espetáculo urbano.Do total de turistas em Berlim em 2010 (cerca de nove milhões), a maior parte provém da própria Alemanha (aproximadamente 5,7 milhões). No ano de 2011 (janeiro a julho), registraram-se cerca de 5.5 milhões de visitantes a Berlin, dos quais quase 3,5 milhões (ou 63,5%) residiam na Alemanha; dos estrangeiros (quase dois milhões), a imensa maioria provinha de países europeus – cerca de 1,5 milhão (ou 74,% do total de estrangeiros) (AMT FÜR TOURISMUS BERLIN-BRANDENBURG, 2011).

Estes dados sugerem que o turismo praticado em grandes cidades, particularmente no contexto alemão, atrai uma demanda essencialmente nacional – a despeito das motivações da viagem – ou de países próximos, cujo deslocamento provavelmente está condicionado pelas

facilidades da integração logística do país, bem como de sua articulação na rede de transportes europeus (principalmente a ferroviária). Portanto, as atividades turísticas praticadas em Berlim estarão certamente orientadas às demandas e ao perfil do público europeu, que vive uma realidade altamente urbanizada há décadas, daí, portanto, ser compreensível que as cidades entrem em competição para se diferenciar com base nas novidades e facilidades urbanas (particularmente estruturas para eventos e convenções e, no caso das viagens a lazer, oferta gastronômica e de entretenimento urbano).

A título de referência, pode-se registrar outros projetos de referência nesta categoria em Hamburgo (HafenCity), articulado às intervenções para a Exposição Universal de 2013, quando se pretende "mostrar modelos de uma cidade onde a vida será agradável, induzindo a existência de um novo 'prazer pela vida urbana' e um novo sentido de cidadania" (KELLNER, 2004, p. 22), e Amsterdã (Zuidas), iniciado em 1998, com previsão de transformar 270 hectares do "eixo sul" da cidade em "um novo centro urbano dedicado ao comércio internacional e ao desenvolvimento do conhecimento" (ZUIDAS, 2011). Tal como os projetos apresentados anteriormente, essas iniciativas não estão orientados para o desenvolvimento turístico senão para a expansão ou reconversão urbana de áreas degradada, mas no processo de construção dos *master plans*, o turismo e as atividades correlatas ao turismo urbano acabam por se fazer presentes.

Particularmente à realidade da América Latina, Mattos (2008, p. 37) considera, na dinâmica econômica atual, a "mercantilização do desenvolvimento urbano" se dá através da priorização dos capitais para investimentos em grandes cidades em expansão. Este fenômeno se define por três aspectos:

- Globalização financeira ou financeirização da economia mundial⁵²
- Gestão pública neutra e subsidiária dos interesses der mercado
- Difusão das estratégias de competitividade urbana e city marketing

Especificamente neste último eixo, o autor especifica que, apesar de as cidades sempre terem estado em competição por capitais, no atual momento da urbanização a competitividade

⁵² Este processo reside no que Chesnais (1996) chamou de "mundialização do capital", que "[...] não diz respeito apenas às atividades dos grupos empresariais e aos fluxos comerciais que elas provocam. Inclui também a globalização financeira [...] [A] esfera financeira [...] comanda, cada vez mais, a repartição e a destinação social [da] riqueza. Um dos fenômenos mais marcantes dos últimos quinze anos tem sido a dinâmica específica da esfera financeira e seu crescimento, em ritmo quantitativamente superiores aos dos índices de crescimento do investimento [...]". (CHESNAIS, F. A mundialização do capital. São Paulo: Xamã, 1996, passim).

urbana converte-se em componente central da gestão das cidades, principalmente as grandes aglomerações (MATTOS, 2008, p. 49). Em resumo, o discurso, por parte das administrações locais, em torno da aparente imprescindibilidade da competição por capitais externos, se justifica pela "atração de maior volume de investimento imobiliário (assim como também por grupos empresariais e visitantes globais)", como "um requisito para incrementar a capacidade produtiva e o crescimento das cidades" (MATTOS, 2008, p. 50, tradução nossa).

A materialização arquitetônica e urbana desses investimentos, focados prioritariamente no desenvolvimento imobiliário (edifícios corporativos, complexos comerciais, edifícios hoteleiros – não raro, em conjuntos de uso misto) configura-se como parte de estratégias de "cosmética urbana", aplicadas em "partes selecionadas da cidade, que logo são utilizadas como imagens promocionais para potenciais investidores e/ou visitantes". Neste processo, as administrações locais buscam contratar arquitetos de renome internacional, que se confirmam como "fabricantes de ícones da globalização, fundamentais para a venda da cidade" (MATTOS, 2008, p. 51).

Esses "grandes projetos urbanos" difundem-se, agora, também por outras regiões do mundo (América Latina, Ásia, Oriente Médio e Leste Europeu), como em Puerto Madero (Argentina), Centro Comercial Santa Fé (México), Avenida Berrini (Brasil) e Cidade Empresarial de Santiago de Chile (Chile), facilitando a identificação internacional dessas cidades mediante a imagem de algum artefato concebido nestes termos (MATTOS, 2008, p. 51-2). Para o autor, "certos produtos imobiliários aumentaram de forma significativa sua atratividade como meio de valorização dos capitais móveis", de maneira que os investimentos passam a ter um papel central na transformação das cidades na contemporaneidade. Tendo em vista a expansão das "empresas multinacionais em rede", com mais de 780 mil filiais em 2007, aumentando, por conseqüência, a demanda por construções para a operação das empresas em escala global.

No Brasil, os grandes projetos urbanos têm um histórico recente, porém presente e crescente, especialmente no que se refere à possibilidade de reprodução do capital imobiliário (com flexibilizações nas normas urbanísticas, possíveis com o instrumento das Operações Urbanas Consorciadas) e à vinculação ao turismo (principalmente em função do patrimônio cultural nas últimas décadas). Para se compreender a realidade brasileira, serão apresentados elementos gerais de alguns projetos urbanos, na tentativa de lê-los pelas categorias apresentadas. Com isso, objetiva-se criar um anteparo de análise para a realidade de São Paulo.

2.3. Projetos urbanos no Brasil: uma aproximação

Na primeira década do século XXI, quando a economia brasileira apresenta sinais de expansão, mesmo em face das sucessivas crises mundiais, desenha-se um cenário de certa euforia, no que se refere à ascensão da "nova classe média"⁵³, acompanhada de uma diminuição da miséria absoluta no país. Neste contexto, a dinâmica de reprodução espacial entra em outro momento de valorização, com aumentos expressivos do valor da terra e dos imóveis, levando a uma ocupação rápida nas áreas ainda não captadas pelo mercado imobiliário, acentuando um modelo extensivo (incorporação de áreas periféricas ao mercado imobiliário, principalmente em função da expansão de créditos e subsídios).

É neste contexto de efervescência econômica e aceleração da dinâmica imobiliária – processo que certamente comporta uma série de contradições e conflitos – que os projetos urbanos podem ser inseridos, uma vez que, agora, passam a desempenhar uma função articulada à nova dinâmica imobiliária, principalmente das grandes cidades. Contudo, não parece haver uma reversão clara dos movimentos extensivos, ou seja, tendências de desenvolvimento territorial endógeno, com novos empreendimentos em áreas urbanas já consolidadas. Por este motivo, não faz muito sentido analisar as intervenções urbanas à luz da "reabilitação ou regeneraçãourbana" praticadas particularmente pelos europeus. Da mesma forma, as práticas de "renovação urbana" experimentadas pelas cidades norte-americanas no meio do século XX não sugerem um modelo a ser reproduzido – por mais que, em certos casos, evidenciem-se pressões por medidas "arrasaquarteirão" para a implementação de novos empreendimentos (caso do projeto *Nova Luz*, enquadrado na Lei de Concessão Urbanística em 2009).

De todas as maneiras, a "superação do Brasil arcaico" não deverá se dar pela negação ampla das práticas "modernistas" de planejamento, em favor de um "planejamento estratégico à *la*

Capítulo2. Os grandes projetos urbanos na contemporaneidade

O termo "nova classe média" foi assumido por praticidade, no entanto, é claro que o processo de transformação social (reais, desejados ou escamoteados) que não se dão de maneira transparente e linear. Por isso, registramos aqui o questionamento de Souza (2010) sobre a emergência de "uma nova classe trabalhadora brasileira": "[a noção de nova classe média, refere-se a] uma interpretação triunfalista que pretende esconder contradições e ambivalências importantes da vida desses trabalhadores brasileiros e veicular a noção de um capitalismo financeiro apenas bom' e sem defeitos. A idéia que se quer vincular é a de uma sociedade brasileira de novo tipo, a caminho do Primeiro Mundo, posto que, como Alemanha, Estados Unidos e França, passaram a ter uma classe média ampla como setor mais numeroso da sociedade. E isso como efeito automático do mercado liberal desregulado. Essa concepção é um produto direto da dominação financeira que fincou sólida base no nosso país nas últimas décadas e que quer interpretar os seus interesses particulares como interesses de todos" SOUZA, Jessé. **Os batalhadores brasileiros**: nova classe média ou nova classe trabalhadora. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2010, p. 45-6.

Barcelona"⁵⁴ com pendor salvacionista, pois este "elege apenas as centralidades globalizantes, plenas de significados e altamente visíveis [...]", assumindo uma "fragmentação na abordagem da cidade, priorizando as localizações com mais potencial de rentabilidade imobiliária e carga simbólica" (MARICATO, 2008, p. 69). Para a autora,

[s]e o urbanismo modernista revelou-se "idéias fora do lugar" 55 em relação ao rumo não planejado que o crescimento das cidades brasileiras tomou, o candidato a substituí-lo, como é o caso do Planejamento Estratégico à la Barcelona, resulta, talvez, mais deslocado ainda, na medida que não assume, nem mesmo no discurso, a cidade como um todo. [...] A "proposta estratégica" é extremamente funcional para países que tiveram seu desenvolvimento travado (MARICATO, 2008, p. 69).

Ocorre que é comum tais "centralidades globalizantes" e com "carga simbólica" (especialmente pela tipologia das construções ou pelos usos ensejados por elas) serem associadas ao desenvolvimento turístico e suas atividades afins, em muitas de suas possibilidades (conforme discutido no Capítulo 1). Ainda, esta "fragmentação da abordagem de cidade", recorrente nas práticas de planejamento estratégico e empresariamento urbano, materializa-se na figura dos projetos urbanos (que acabam por definir territórios prioritários para aplicação de recursos, conferindo tratamentos diferenciados ao espaço urbano).

No Brasil, as mesmas categorias (*waterfronts*, núcleos históricos centrais e construção de novas centralidades) parecem se representar de maneira ainda truncada, com exemplos isolados e não convergentes para grandes tendências. Poder-se-ia dizer que as intervenções em centros históricos têm um percurso mais consolidado, principalmente a partir dos anos 1990, algumas vinculadas a projetos estruturantes do governo federal (como PRODETUR e Programa BID-Monumenta). Ademais, tendo em vista os preparativos para a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos

⁵⁴ Os ataques diretos ao planejamento estratégico, como uma possível resposta à rigidez totalizante do planejamento modernista, podem embaçar uma leitura de transições temporais e mesmo espaciais (haja vista que a cultura urbanística varia sobremaneira entre os países). Apenas a título de referência, lembramos a ponderação feita por Mabin (2003), para quem, no "período pós-moderno",podem ser identificadas muitas visões sobre o legado do planejamento urbano moderno, desde a rejeição quase por completo do próprio planejamento urbano até a incorporação de certos elementos da tradição modernista por novos regimes (p. 562).

⁵⁵Para a autora "após um século e meio de vida, a matriz do planejamento urbano modernista (e mais tarde funcionalista), que orientou o crescimento das cidades dos países centrais do mundo capitalista, passou a ser desmontada pelas propostas neoliberais que acompanham a reestruturação produtiva do final do século XX. Em se tratando de países de semiperiferia, como é o caso do Brasil e de outros países da América Latina, esse modelo, definidor de padrões holísticos de uso e ocupação do solo, apoiado na centralização e na racionalidade do aparelho do Estado, foi aplicado apenas a uma parte das nossas grandes cidades: na chamada cidade formal ou legal. A importação de padrões do chamado 'primeiro mundo', aplicados a uma parte da cidade (ou da sociedade) contribuiu para que a cidade brasileira fosse marcada pela modernização incompleta ou excludente" (in: ARANTES et al, 2000, p. 123, grifo nosso).

Olímpicos de 2016 (Rio de Janeiro) um conjunto de medidas começa a se materializar nas cidadessede, principalmente estruturas esportivas e de alojamento para as equipes.

A partir de meados do século XX, várias partes do mundo – incluído algumas no Brasil – estariam caminhando para uma urbanização total, incorporando populações e dinâmicas espaciais ao modo de vida urbano. Neste processo, certas formas espaciais de urbanização ganham proeminência, resultando em novos "padrões de tecido urbano" e respondendo ao processo de dispersão urbana⁵⁶.

Vargas e Castilho (2006) trataram dos principais objetivos, estratégias e resultados observados em seis centros urbanos que passaram ou passam por intervenções (Aracaju, Belém, Fortaleza, Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Luís e São Paulo), que, em diferentes escalas, apresentam algum integração com propostas de desenvolvimento turístico, articulado ao patrimônio urbano alvo das intervenções.

Sem dúvida, o caso do **Pelourinho**, em Salvador, é um marco dos projetos urbanos centrado no patrimônio, tanto pela magnitude das intervenções, quando pelo caráter precoce de sua implantação. Em um momento em que o Brasil ainda não tinha tanta exposição no turismo internacional, o governo do Estado da Bahia – mesmo que na região Nordeste o turismo de sol e praia sempre tenha sido mais importante – aplica medidas para converter o Pelourinho em atrativo turístico internacional. As primeiras propostas em meados dos anos 1980 foram sugeridas por Lina Bo Bardi, levando em conta a recuperação física das edificações e espaços públicos, e o envolvimento das necessidades da população residente, que não deveria ser desalojada. Não tendo sido aplicado, a este conjunto de propostas seguiram medidas voltadas à valorização econômica da região, em 1991, para a qual o turismo passou a desempenhar função imprescindível. Entre 1991 e 1999, foram aplicados mais de US\$ 76 milhões, tendo sido restauradas 1350 imóveis, que resultou no desalojamento de parte significativa da população local (por contra do imóvel pelo Estado ou desapropriação) (NOBRE, 2002).

Capítulo2. Os grandes projetos urbanos na contemporaneidade

⁵⁶A dispersão urbana pode ser caracterizada "pelo esgarçamento crescente do tecido dos principais núcleos urbanos, em suas áreas periféricas, pela formação de constelações ou nebulosas de núcleos urbanos e bairros isolados em meio ao campo, de diferentes dimensões, integrados em uma área metropolitana ou em um conjunto ou sistema de áreas metropolitanas, pelas mudanças de transporte diário intrametropolitano de passageiros, que transformou vias de transporte interregional, de tal modo que estas se tornaram grandes vias expressas inter e intrametropolitanas, pela difusão de amplos modos metropolitanos de vida e consumo, também estes dispersos pela área metropolitana ou pelo sistema de áreas metropolitanas, como já ocorre em São Paulo" (REIS, 2006, p. 13).

O autor destaca os efeitos nocivos destas intervenções, particularmente no que se refere ao desalojamento das populações mais pobres e a também em função das medidas pouco cuidados para a restauração dos imóveis – que foram sendo transformados para fins comerciais e turísticos. Atualmente, o Pelourinho passa por um processo de esvaziamento econômico, por razões que, provavelmente, tenham relação com o modo predatório e descontextualizado com que foram realizadas. Além dos impactos negativos à população local, é provável que, com medidas de recorte gentrificador – na opinião de Nobre (2002), – esteja sendo oferecidos produtos turísticos massificados, pasteurizados e com viabilidade cada vez menor, posto que, cada vez mais, as motivações turísticas demandem experiências autênticas e não teatralizadas – ou "mcdonaldizadas" (RITZER, 2005).

Em Recife (PE), houve dois momentos distintos em que as propostas para ao Bairro do Recife Antigo se interpuseram. Em 1986, o Plano de Reabilitação do Bairro do Recife, afiliava-se ao modelo de Bolonha, na linha de um "contra-enobrecimento", ou seja, o objetivo das intervenções não era "estimular atividades de consumo, através de turismo e comércio cultural", mas, ao contrário, propunha "uma forma ampla de integração dos moradores e usuários do bairro" (LEITE, 2007, p. 163). O plano não foi efetivado, no entanto, foram conduzidos importantes levantamentos sociais na região, de maneira a se preparem propostas ajustadas ao conhecimento da realidade local. Já nos anos 1990, o Plano de Revitalização do Bairro do Recife explicita uma proposta de "enobrecimento e reinvenção do lugar". Iniciado com o Programa Cores da Cidade, patrocinado pelas Tintas Ipiranga, o Plano de Revitalização do Bairro do Recife seria formalizado em 1993 e, nos anos seguintes, incorporado às estratégias do PRODETUR-NE para a cidade.

Este plano previa diferentes intervenções em função de setores (consolidação, renovação e revitalização). Em todos eles – mas principalmente nos setores de revitalização (como no Pólo Bom Jesus) – transparecia outra lógica, agora "voltada ao incremento da economia local, pretendendo tornar o bairro do Recife um complexo *mix* de consumo e entretenimento". As intervenções se dividiam entre nove projetos estruturadores, cujo objetivo final era a "criação de uma área de atração turística" no Bairro do Recife. Além das intervenções em algumas quadras da Rua Bom Jesus, instalou-se o Shopping Patio da Alfândega, como facilidade comercial na área central. Em suma, o projeto se orientava pela "construção de uma nova imagem de cidade, através da valorização de usos econômicos do patrimônio cultural e da espetacularização do espaço urbano" (LEITE, 2007, p. 181).

O Programa Monumenta, particularmente ao patrimônio histórico, e o PRODETUR, de maneira específica para o desenvolvimento turístico, são iniciativas ainda em curso e bastante difundidas por várias regiões do país – sempre vinculadas à capacidade de endividamento das Unidades da Federação, já que a confirmação dos empréstimos junto ao BID demanda a contrapartida estadual na composição dos investimentos. De maneira geral, pode-se dizer que as intervenções em Recife e Salvador foram precursoras na criação de "programas de grande envergadura visando o fomente econômico a áreas patrimoniais", impulsionando definitivamente a recuperação física de áreas centrais principalmente⁵⁷. Contudo, ainda que a expansão turística – mormente vinculada ao segmento do turismo cultural – venha sendo um processo importante e crescente, esses programas na escala federal não têm priorizado "o quotidiano e as práticas sociais dos cidadãos, mas a apropriação turística como fator de sustentabilidade econômica e conservação do patrimônio edificado" (MARINS, s/d, s/p).

Outro tipo específico de mecanismo de gestão diferenciada do espaço urbano – e não exatamente focadas em turismo – são as operações urbanas consorciadas, previstas no Estatuto das Cidades (2001), que pode ser observado precocemente em São Paulo, na década de 1990⁵⁸. Recentemente, somam-se alguns casos de destaque em Natal (RN) e Rio de Janeiro (RJ), as quais, de alguma forma, apresentam elementos de grandes projetos urbanos e guardam certas relações com o turismo urbano (tanto na fruição do espaço, quanto na constituição de ícones e imagens de cidade).

A Operação Urbana Ribeira, em **Natal** (RN), sugere uma expansão da verticalização de bairros consolidados (Tirol e Petrópolis), em direção ao bairro da Ribeira (Alta e Baixa, além de área definida como Zona Especial de Preservação Histórica), que é alvo de ações de recuperação do patrimônio desde meados da década de 1990. Ao tratar do assunto, Sá (2011) qualifica esta operação urbana na categoria "projeto urbano", tanto as ações de recuperação do patrimônio – que já se dão há mais de uma década, e não se resume a intervenções nas construções – quanto medidas vinculadas à aplicação local do instrumento de operações urbanas, que conjugam, juridicamente, uma série de possibilidades.

Capítulo2. Os grandes projetos urbanos na contemporaneidade

⁵⁷ Mais detalhes sobre o Programa Monumenta, incluindo análises de impactos específicos nas várias localidades de operação do programa, podem ser encontrados em Mota (2000), Gastal (2003), Almeida (2008), Oliveira (2005), Costa (2009), Picanço (2009), Henrique (2009), Pereira (2006), Santos (2010), entre outros.

⁵⁸ As experiências de OUC em São Paulo serão tratadas com maior detalhe no Capítulo 3.

No que tange ao turismo, parece não haver uma relação direta entre a expansão imobiliária (presente e projetada) e o desenvolvimento de atividades turísticas; no entanto, a saturação do mercado imobiliário nos bairros vizinhos de Tirol e Petrópolis estaria, de alguma maneira, atrelada ao interesse de investidores imobiliários, inclusive estrangeiros, em função das perspectivas de turismo de segunda residência, também praticado por europeus na costa nordestina. A atração do capital imobiliário para o mercado local seria, pois, resultado de ações do Estado no sentido de promover o Rio Grande do Norte e a cidade de Natal em feiras e encontros de turismo nacionais e internacionais (SÁ, 2011, s/p).

No que tange às intervenções em áreas portuárias, malgrado iniciativas aparentemente isoladas – por exemplo, em Belém (PA), com a Estação das Docas – a Agência Nacional de Transportes Aquaviários (ANTAq) publicou a Resolução 2.240 em que "cria novos instrumentos para dar mais eficiência à ocupação portuária. E, principalmente, para respaldar novas demandas de cargas e serviços do pré-sal, além de eventos culturais e de lazer", principalmente em função das perspectivas com a Copa do Mundo, em 2014, e as Olimpíadas de 2016, no Rio de Janeiro (RJ) (ANTAq, 2011).

O Complexo da Estação das Docas, bem como as intervenções no Mercado Ver-o-Peso em **Belém** (PA), se desenham essencialmente a partir do Plano Diretor da cidade, aprovado em 1993, em que se observa a tentativa de inserir estes lugares "na rota do turismo internacional via projeto de impacto" (FERRAZ, 2008, p. 103). No que se refere à Estação das Docas, foram requalificados e refuncionalizados três galpões do porto do Rio Guamá, então já sem suas funções de outrora, ligadas à exportação do látex. As intervenções foram orientadas para rever o uso das estruturas na direção do comércio, do turismo e do lazer, alinhando-se com intenções de recuperação da área central da cidade. Entre 1993 e 2002, foram desenvolvidos dois bulevares ao longo de 500 metros do Rio Guamá, além de espaços para feiras, o Teatro Maria Sylvia Nunes (426 lugares), um píer para passeios de barcos pelo rio, o Cine Estação e uma série de restaurantes, fazendo da gastronomia o principal apelo comercial do complexo. No total, as intervenções se estenderam por 32 mil m² (FERRAZ, 2008, p. 120; CHAVES, 2004, p. 49).

Apesar de, do ponto de vista da viabilidade financeira, o projeto ainda não ter se consolidado, pode-se reconhecer na Estação das Docas um claro exemplo de como a lógica dos projetos urbanos, no formato de recuperação de *waterfronts*, que repete muitos elementos de Puerto Madero, convertendo-se em um dos grandes marcos do turismo urbano da capital paraense, em um região onde tradicionalmente a ideia de turismo urbano não teria muito apelo. De maneira

entusiasmada, Chaves (2004, p. 50) reproduz o discurso transformador, que os grandes projetos urbanos carregam de maneira muito simbólica, ao afirmar que, no projeto de Estação das Docas, "[m]ãos hábeis, idéias luminosas e vontade institucional devolveram-lhes a vida para o esplendor de novos tempos e outras atividades".

Ainda que seja um projeto em fase de preparação (mesmo que o site da entidade assuma que se trata de "um sonho que virou realidade"), o **Porto Maravilha**, no Rio de Janeiro (RJ), pode ser considerado um dos exemplos mais explícitos deste movimento, que se inserem nas medidas para os preparativos da cidade para os Jogos Olímpicos de 2016. As medidas para a consecução deste plano ainda são bastante recentes, inclusive do ponto de vista jurídico e institucional, portanto, não cabe uma avaliação de resultados, senão uma descrição de intenções, princípios ordenadores e perspectivas de encaminhamento.

Para a gestão do processo, foi instituída pela Lei Complementar 102, de 23 de novembro de 2009, uma empresa de economia mista, controlada pela Prefeitura do Rio de Janeiro, a Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto do Rio de Janeiro (CDUPR), cuja esfera de atuação restringe-se ao perímetro definido pelo projeto – a Área de Especial Interesse Urbanístico da Região do Porto do Rio de Janeiro (AEIU). (PORTO MARAVILHA, 2011).

Um dos aspectos que denota a diferenciação de gestão do território da área do projeto é a licitação para contratação de serviços de rede de fibra ótica para transmissão de dados em alta velocidade (entre 1Gb e 10Gb), com quatro mil quilômetros, chegando a 70 mil clientes "no novo bairro no porto do Rio". Os investimentos para implantação do sistema deverão chegar a R\$ 911 milhões até 2031, com perspectivas de receita de até R\$ 2,695 bilhões com a venda do serviços a outras operadoras que deverão levar serviços de internet, telefonia e TV a cabo ao cliente final (VALOR ECONÔMICO, 13 out. 2011, p. A2).

Mesmo **Santos** (SP) ainda aguarda medidas concretas no sentido de refuncionalização de áreas degradas de seu porto – Porto do Valongo, algo que se projeto há muitos anos, de maneira que se associem com os investimentos já feitos na área central da cidade, bem como o intenso movimento de cruzeiristas que demanda o Terminal de Passageiros da Concais. No que tange propostas para a área central da cidade, contígua à zona portuária, o Executivo local aprovou Lei Complementar, em 2003, que cria o Programa de Revitalização e Desenvolvimento da Região Central Histórica de Santos, conhecido por *Alegra Centro*.

Ao envolver parte da área portuária desativada, a medida ensejou ações na linha de *waterfront renewal*, buscando reintegrar a frente aquática ao tecido urbano⁵⁹ (SOUZA, 2006, p. 272). De maneira geral, o programa decorre de inicialmente previstas no Plano Direto de 1998, com a definição de Corredores de Proteção Cultural (CPC), que seriam expandidas e incorporadas a duas Áreas de Proteção Cultural em 2001 (Centro/Valongo e Vila Nova/Paquetá) (SOUZA, 2006, 215). Os empreendedores da área poderão receber os benefícios de isenção total do IPTU, ISS da obra e ITBI (na compra e venda de imóvel), isenção de taxa de licença por cinco anos, isenção de ISS (no limite de R\$ 30 mil por ano) por até cinco anos para prestadores de serviços. Prevê-se ainda que, através do Certificado de Compensação de Patrocínio de Restauração, patrocinadores poderão abater até 50% do ISSQN ou do IPTU (SOUZA, 2006, p. 216). Até 2005, informações do Escritório Técnico do Alegra Centro informava que 13 projetos particulares haviam sido concretizados no perímetro do Programa, num total de R\$ 14,2 milhões em investimentos privados (SOUZA, 2006, 262).

A despeito das atividades ensejadas por intervenções na zona portuária – na linha do turismo cultural ou mesmo nos moldes de *festival marketplaces*, observa-se um conflito entre um afluxo cada vez maior de cruzeiristas e as atividades convencionais do porto, um dos mais movimentados da América Latina.

Particularmente no Rio de Janeiro, Barandier (2006) propõe um estudo sobre os projetos urbanos com base em três critérios: tema, escala e programa. Estes projetos, que acabam por representar principalmente projetos de intervenções em áreas centrais, exemplificam a dispersão do ideário do planejamento estratégico na América Latina, em que a competição entre cidades e tentativas de construção de novas imagens de cidade são o seu substrato. Os projetos, inicialmente concentrados no núcleo histórico da cidade, se expandiram para os bairros da coroa central, como Saúde, Gamboa, São Cristóvão, e também se diversificam em termos temáticos: recuperação de espaços públicos, programas habitacionais e criação de novas centralidades. No período 1993-2000, foram propostos 13 projetos urbanos para a região central, dos quais apenas três foram implementados (Rio Cidade Avenida Rio Branco, Terreirão do Samba e Projeto Habitacional da Saúde), com aporte de recursos prioritariamente do poder público.

Capítulo2. Os grandes projetos urbanos na contemporaneidade

⁵⁹De maneira bastante contundente, Souza (2006, p. 276) conclui que as medidas políticase administrativas para a requalificação da área central e portuária de Santosrepresentam "a retomada do centro por parte da elite e do mercado [...] essa estratégia já estava incluída nas ações sanitaristas do século passado e agora, se veste de uma nova face, com as propostas de requalificação urbana".

Todos apresentam, com ênfases diferentes, diretrizes relacionadas à recuperação do espaço público, reordenamento de trânsito de veículos e pedestres, dinamização econômica (principalmente voltada aos setores de tecnologia da informação, como no caso do Teleporto), oferta de habitação popular ou melhoria das condições habitacionais nos cortiços, intervenções de design urbano e paisagísticas e, em alguns casos, de lazer, cultura e entretenimento. O projeto para o Pier Mauá e as propostas para a frente marítima são aqueles que merecem mais atenção no tocante às possibilidades de turismo urbano em vinculação com intervenções urbanas de grande porte.

Em São Paulo, a construção da Arena do Corinthians, na Zona Leste da cidade, se viabilizou, finalmente, a partir de lei que permite renúncia por parte do fisco municipal, em favor do consórcio que irá construir o estádio para a abertura da Copa do Mundo de 2014. Vale notar que um único estádio no Brasil deverá receber mais subsídios públicos do que todos os 20 estádios e arenas construídos entre 2000 e 2005 nos Estados Unidos. Registre-se, ainda, que naquele país, em certas cidades, a aprovação de subsídios desta natureza depende de referendos populares, conforme demonstrado por Altshuler e Luberoff (2008), não bastando um alinhamento de entendimentos do Executivo com o Legislativo, como visto em São Paulo.

Este é um indicativo de que, provavelmente, as demais cidades envolvidas na Copa de 2014 aplicarão medidas semelhantes, favorecendo, a partir de iniciativas públicas, empreendimentos que, segundo classificação apresentada, são mega-projetos com relação direta a um evento de alcance (e visibilidade) global e, em vários sentidos, a atividades de lazer, entretenimento e turismo no espaço urbano. São intervenções – somadas a outras de ordem infraestrutural (transporte urbano e aeroportos) – que contrastam com um passado recente de pouco ou nenhum investimento, tanto público quanto privado, especialmente no que se refere a estruturas esportivas (a exceção do observado no Rio de Janeiro, por ocasião dos Jogos Panamericanos, de 2007).

2.4. Considerações parciais ao capítulo

Como visto, as interpretações sobre projeto urbano não chegam a uma definição exata, justamente porque os estudos contextualizados impõem a consideração de elementos e características de cada processo de urbanização. No entanto, de maneira sintética, podem-se perceber alguns elementos recorrentes na sua interface como turismo:

- Os projetos urbanos emergem como resposta a políticas urbanas assentadas em princípios empreendedoristas, de maneira que as intervenções são estratagemas para subsidiar novas atividades produtivas da cidade contemporânea, onde setor terciário se confirma sobre os demais (ainda que, efetivamente, o processo de desindustrialização não seja uma verdade absoluta para todos os países)
- 2. Decorrente do primeiro ponto, os projetos urbanos, em geral, são materializados, em certa medida, por obras de caráter espetacular, normalmente com a contratação de grandes arquitetos de prestígio internacional. Assim, a "grife", por si só, já é parte da estratégia de diferenciação das cidades, na competição inter-urbana;
- 3. Apesar de os projetos urbanos não serem definidos para o desenvolvimento turístico, a atividade é, quase sempre, considerada parte das propostas, independentemente do apelo (patrimonial ou corporativo). Assim, dependendo da ênfase, as conexões objetivas com o turismo se dão pela oferta de atrativos e paisagens turísticas (por exemplo, nos waterfronts) ou pela mistura de usos (quando, por exemplo, existem serviços de atenção ao turismo nas áreas definidas como projeto urbano, como meios de hospedagem, oferta gastronômica e locais de entretenimento);
- 4. A noção de projeto urbano se aplica tanto para intervenções pontuais, definidas por construções isoladamente, quanto para mecanismos mais estáveis de atuação sobre porções do território. Normalmente, as duas situações se complementam, no entanto, é possível que intervenções isoladas acabem por serem tomadas como epítomes dos projetos (por exemplo, o Museu Guggenheim para o projeto Ría 2000, em Bilbao, ou o edifício Sony Center, para o caso de PotdsdammerPlatz);

Não é possível, ainda, identificar com exatidão as formas e os papeis dos grandes projetos urbanos no médio e longo prazos, entretanto, a tendência é que no Brasil o encarecimento de terras nas bordas da cidade levará a uma guinada dos agentes imobiliários em direção às antigas áreas centrais, tanto no que se refere ao mercado residencial, quanto comercial de imóveis. Neste contexto, as atividades de turismo e afins poderão vir a ser inseridas como adorno à justificativa dos novos empreendimentos – na linha de uma "nova cultura urbana" e de "estetização da vida cotidiana" (FEATHERSTONE, 1995, p. 98) - ou como eixo estratégico para a viabilização de ações de *city marketing* ou *city branding*.

É importante ressaltar que na maior parte dos casos, os projetos urbanos não se voltam exclusivamente ao desenvolvimento turístico (o que significaria, na visão de Mullins (1991),

urbanização turística), mas ensejam práticas turísticas, ou se valem de sua possibilidade, para uma retórica favorável à sua consecução. Por outro lado, é cada vez mais comum que as atividades turísticas sejam consideradas como importante finalidade destes projetos devido a possíveis ganhos econômicos e políticos no âmbito das cidades. A depender do tipo de projeto urbano, e em que contexto urbano se implanta, as interfaces com o turismo se fazem mais visíveis: as medidas de recuperação e reabilitação do patrimônio histórico, nas áreas centrais, costumam ser atreladas às atividades de turismo cultural; já as novas centralidades, em geral, são foco de turismo de negócios e eventos, dada vinculação espacial com certos setores da economia (do terciário, notadamente).

Finalmente, São Paulo, contexto de estudo específico desta pesquisa, apresenta uma série de tipos de intervenções urbanas que merecem ser entendidas no bojo de seu processo histórico de urbanização, junto do qual podem ser identificadas algumas relações objetivadas ou não com o turismo. No próximo capítulo, será feita uma apresentação do histórico da urbanização paulistana à luz dos projetos urbanos, com atenção às formas e características que vão assumindo a partir de meados do século XX, quando São Paulo se confirma como principal metrópole do país.

3. Turismo e projetos urbanos em São Paulo

São Paulo não vive apenas de negócios. Sua vocação maior é a cultura. A exemplo de metrópoles como Nova York e Londres, a capital paulista é um grande centro de entretenimento – o que também funciona como incentivo para homens e mulheres de negócios que vêm de todas as partes do mundo para cá. São Paulo tem todas as facilidades que você encontra nas capitais européias: os melhores restaurantes, hoteis, cinemas, teatros, museus e centros de compras. Além disso, a capital paulista atrai os turistas com seu jeito bem brasileiro – aqui são reunidos todos os elementos da rica cultura do país.

Texto do Guia São Paulo Fique Mais Um Dia, editado pela São Paulo Turismo S/A

Em São Paulo, os grandes projetos urbanos e o desenvolvimento turístico não são temas claramente tratáveis e consolidados, pois, dentre outras razões, não convergem para políticas urbanas locais (mesmo na atualidade, quando a cidade avança para ser um grande destino turístico de porte e importância internacional) – tal como se insinuam nas grandes cidades européias ou estadunidenses. Isso porque, por um lado, a cidade não conta com políticas de turismo abrangentes e que se concatenem nas instâncias de planejamento urbano (a despeito de dispor de uma entidade local de planejamento turístico, a SPTuris) e, de outro, porque, do ponto de vista de seu patrimônio urbano, as intervenções urbanas não atingem magnitude (seja para o turismo ou não) comparável aos casos no mundo, como se pôde observar no Capítulo 2.

Diante disso, este capítulo pretende apresentar alguns aspectos convergentes nas transformações urbanas paulistanas ao longo do século XX – com especial atenção àquelas que carregam elementos dos projetos urbanos – e o desenvolvimento do turismo na capital paulista. Serão apresentados alguns elementos da formação histórica da cidade, a título de contextualização, que permitem contrastar as transformações observadas ao longo do século XX e com um breve panorama a partir de meados do século XIX. Nesta tarefa, tanto quanto possível, acrescentam-se elementos que insinuam a estruturação do turismo em São Paulo, especialmente no que se refere a implantação de projetos específicos, discutidos ao longo do capítulo.

Foram priorizadas observações de projetos realizados a partir de meados do século XX, o que representa o recorte temporal da pesquisa. A análise dessas intervenções não se faz como estudos de caso, mas, tão somente, por uma abordagem ilustrativa. Ademais de suas funções discretas – quais sejam, proporcionar atividades turísticas e oferecem serviços de apoio –, esses equipamentos podem ser considerados como exemplos de intervenções urbanas, as quais, cada qual ao seu modo, reconhecem-se como ícones urbanos, que, por sua grande visibilidade,

alimentam ações de promoção turística e urbana. Esta seleção guarda, ainda, algumas particularidades que merecem destaque por suas características programáticas, projetuais e urbanísticas que implicam um relacionamento direto ou indireto com o desenvolvimento do turismo em São Paulo a partir da segunda metade do século XX.

Mais recentemente, a tendência que se confirma não são intervenções como nos waterfronts (embora os rios que cruzam a cidade tenham magnitude para tanto), centrando-se, por sua vez, na recuperação do patrimônio histórico edificado, de maneira pontual e isolada, e atrelada a planos e programas de requalificação urbana (principalmente no centro histórico) e na criação de novas centralidades, por meio das Operações Urbanas, que, contudo, não guardam uma relação explícita com o turismo.

3.1. A METRÓPOLE DO CAFÉ: EMBELEZAMENTO E O TURISMO INCIPIENTE (1870-1930)

No quarto final do século XIX, São Paulo passou a contar com serviços de hospedagem e alimentação mais bem estruturados em função de dois fatores essenciais: a instalação da Faculdade de Direito do Largo São Francisco, em 1828, definindo "novas prioridades [...] à capital da Província" (CANEVAGHI, 2011, p. 123), o que incluía a chegada de classe estudantil abastada, responsável por uma efervescência social e cultural na pequena cidade de província; e, ainda, expansão da economia cafeeira em direção ao Norte Paulista (primeiramente até Campinas), no bojo da qual se viabilizaria a instalação da São Paulo Railway (SPR), em 1867, conectando São Paulo ao interior e ao Porto de Santos.

Pode-se dizer que uma das primeiras relações da produção do espaço urbana com o truísmo em São Paulo estiveram relacionadas a hotelaria . Em 1857 eram seis anúncios de hoteis concentrados na colina histórica: Hotel Recreio Paulistano, Hotel Paulistano, Hotel Universa, Café e Hotel do Commercio e Café e Hotel da Previdencia. Sua localização se explicava pelo fato de "em uma cidade sem ferrovias ou portos, o local de maior afluxo de viajantes localizava-se no seu centro histórico de fundação, território de irradiação de posturas administrativas, além de ser passagem e estadia [sic] de eventuais viajantes". Na edição de 1873 do *Almanak da Província de São Paulo*, apesar de a diversidade de meios de hospedagem ainda não ser expressiva, havia anúncio de apenas um hotel localizado fora da colina, o *Hotel da Estação*, já em função da chegada da São Paulo Railway (CANEVAGHI, 2011, p. 126-127).

A presidência de João Teodoro (1872-1875) é marcada por modificações progressistas na (iluminação de rua a gás; calçamento com paralelepípedos das ruas do Triângulo Histórico; renovação do Jardim da Luz, que passara a ser mais demandado com a chegada da ferrovia; implantação de sistema de abastecimento de água; embelezamento e saneamento da Várzea do Carmo, com a construção da Ilha dos Amores, dentre outros) (TOLEDO, 1981, p. 70). São essas e outras medidas que começam a atrair e surpreender o olhar dos viajantes, que acabam por comparar São Paulo a cidades européias, tanto do ponto de vista estético, quanto pela disponibilidade de infra-estrutura. No plano urbanístico, a entrada no século XX é descrita como a "era dos viadutos", estruturas que "dariam à parte central de São Paulo alguns traços mais característicos de sua fisionomia moderna" (BRUNO, 1954, p. 1055). Em 1878, era inaugurado o Grande Hotel, que viria a ser considerado, já na época – ou seja, quando São Paulo ainda trilhava seu caminho para se consolidar como pólo dominante na economia nacional – o "melhor hotel do Brasil" (MONTEIRO, 2005).

Nas primeiras décadas do século XX observar-se-á uma diversificação dos serviços de apoio ao viajante, então não qualificado exatamente como "turista". Este processo alinha-se com a emergência do complexo industrial paulistano (e também de sua região metropolitana, que se consolida na segunda metade do século XX), gradativamente deixando as feições de "metrópole do café" (BRUNO, 1954) para converter-se no principal centro econômico e numa das maiores aglomerações urbanas do mundo. Consoante a uma importante dinamização econômica, particularmente no setor de serviços, a cidade passa a contar com 21 hoteis e 10 restaurantes, decorrente do aumento do fluxo de viajantes para um "centro de gestão de negócios", particularmente do café, e um entroncamento de caminhos entre litoral e interior principalmente. Assim, a hotelaria crescente sugere uma "resposta para uma cidade que buscava inserir-se na modernidade pela presença do capitalismo em franco desenvolvimento no mundo" (CANEVAGHI, 2011, p. 135; 141)⁶⁰.

Neste momento, a capital do país, Rio de Janeiro, empreendia importantes medidas de renovação urbana, particularmente na gestão de Pereira Passos. Nisso, a figura dos hoteis – tanto

⁶⁰É importante registrar o equívoco comum de creditar à afluência de fazendeiros do interior a expansão dos hoteis comerciais (diferente das hospedarias) na cidade de São Paulo, já que, pela tradição corrente, esses "barões" dispunham de suas próprias casas na Capital, para estadas de negócios, de questões políticas, eventos de destaque (Natal, nascimento dos filhos, etc.) ou diversão da família nas visitas a São Paulo. Portanto, desde meados do século XIX, os hoteis paulistanos eram freqüentados por viajantes e comerciantes, que afluíam ao crescente e promissor centro comercial, mas que não era "suficientemente importantes a ponto de serem recebidos nas residências da elite local" (PIRES, 2001, 164-165).

pela função, quanto pelo apelo paisagístico – foram equipamentos de destaque. Na construção da Avenida Central, com desapropriação de três mil imóveis, priorizaram-se construções de inspiração europeia, incluindo-se o *Plaza Hotel* (1910) e o *Hotel Avenida*, (1908), "referências de arquitetura e padrões operacionais" em termos de hotelaria, "até então limitada a estalagens e modestas hospedarias" (JACOB, 2006, p. 3). Neste período, o Rio de Janeiro – e em certo sentido, o Brasil – entram para o circuito das viagens internacionais organizadas, com a chegada, em 1907, de um grupo de turistas norte-americanos, em viagem organizada pela filial da agência Thomas Cook de Nova York. O evento, que teve destaque nos jornais da época, abre caminho para um lento aperfeiçoamento das estruturas turísticas e dos serviços de apoio, que iriam se expandir de maneira nítida na década de 1920 coma a inauguração do Hotel Glória, em 1922, e do Copacabana Palace, em 1923, o lançamento da pedra fundamental do Cristo Redentor, no marco das comemorações do Centenário da Independência, a inauguração da New York, Rio and Buenos Aires Line (NYRBA), que logo seria incorporada à Pan American, dentre outros (DESTINO: CIDADE MARAVILHOSA, 2011, p. 5-6).

Assim, inspirados pelas renovações cariocas e já imbuídos de uma ideia de competição como pólo econômico, os gestores públicos paulistanos, articulados às elites locais, empreenderão, importantes medidas de embelezamento urbano e de intervenções estruturais, principalmente de caráter sanitário e viário. Sem planos gerais ou normas urbanísticas abrangentes, estas intervenções concentraram-se nos setores mais centrais da cidade, onde se localizavam as camadas de maior renda. Esta valorização, impulsionada por investimentos viários e de embelezamento, definiram o padrão arquitetônico e urbanístico da região central e estimularam a saída das famílias mais pobres para a periferia nascente (IPEA, 2001)⁶¹.

O Vale do Anhangabaú centralizou as práticas urbanas inovadoras da época, como a construção do Teatro Municipal e o Hotel Esplanada, ao que se somaram o Viaduto do Chá, o Edifício Light, o Edifício do Automóvel Club, palacetes Prates e o Edifício Sampaio Moreira (14 andares), formando o "cartão postal da cidade durante muitos anos" (JACOB, 2006, p. 6).

⁶¹Ruth Glass chamaria este processo, na década de 1960 de gentrificação, em os usos residenciais por camadas sociais superiores se impõe em áreas antes ocupadas por camadas inferiores. Sobre o fenômeno da gentrificação, especialmente no que se refere a outras atividades vinculadas, a exemplo do turismo, consultar Gotham (2005), que fala de uma "gentrificação do turismo",Leite (2004), que trata de "políticas de *gentrification* do patrimônio cultural", ou, ainda, Smith (2002), que aborda a dispersão desse fenômeno por outros países (como Brasil, México, Argentina, etc)Ainda Allis (2009) iniciou discussão nesta seara, em que sugere que o conceito clássico de gentrificação não se amolda exatamente às transformações espaciais decorrentes das intervenções voltadas ao turismo.

Ainda nas primeiras décadas do século XX, as propostas para o Vale do Anhangabaú, foram arbitradas por um "especialista" estrangeiro, no intuito "resolver o impasse" relativo à proposta da Prefeitura (Vitor Freire) e outra que viria a ser proposta pelo Estado (Samuel das Neves). O urbanista J. A. Bouvard foi convidado, no afogadilho, a opinar sobre os melhores encaminhamentos na remodelação a ser feita na vertente oeste da chamada "colina histórica", momento que marca a inversão de polaridade no cenário urbano paulistano da face leste, a partir da várzea do Glicério, para a face noroeste, em direção ao Vale do Anhangabaú, Praça da República e a Estação da Luz (SIMÕES JÚNIOR, 2004).

O relatório de Bouvard, de 1911, traz algumas considerações que indicam a transição para uma cidade de importância nacional, nos primórdios da competição com grandes centros urbanos, levando a um nivelamento, do ponto de vista urbano, às demandas internacionais (inclusive com o a assessoria de especialista estrangeiro, medida que se tornará recorrente contemporaneamente). Em um trecho de seu relatório, o urbanista atesta (*apud* TOLEDO, 1981):

Está chegado o momento, é minha convicção, para que a cidade de S. Paulo entre com resolução no caminho que lhe é traçado pelo seu rápido movimento de progresso. Esta capital deve, hoje, sem tocar no passado, sem negligenciar o presente, cuidar do futuro, traçar o programa do seu crescimento normal, do seu desenvolvimento esthetico; deve, em uma palavra, prever adoptar e executar judiciosamente todas as medidas que reclamam e cada vez mais serão reclamadas por sua grande e importancia. (...) É essa a norma de proceder que adoptaram e que adoptam, cada vez mais, todas as capitaes, todas as grandes cidades do antigo e do novo mundo. É essa uma linha de conducta que a capital de S. Paulo, menos que qualquer outra, não poderia pôr de parte (in: TOLEDO, 1981, p. 102)

As preocupações centravam-se em intervenções pontuais (Rua Libero Badaró e futuro Parque do Anhangabaú), mas não deixam de expor uma série de situações quesão importantes de serem cotejadas com o presente. A gestão urbana no início do século, particularmente durante a gestão do Conselheiro Antonio Prado (1899-1911), foi conduzida essencialmente de "intervenções fragmentárias", "que transformou a capital paulista, por analogia em uma espécie de 'São Petersburgo' dos trópicos, cosmopolita e modernizada" (PEREIRA, 2010, p. 39).

Mais do que satisfazer os interesses das classes dominantes, essas intervenções viriam também a preparar uma cidade para sua representação econômica afluente, quando da passagem de cidade provinciana para um centro econômico de peso nacional e internacional – competindo claramente com a então capital do país, Rio de Janeiro.

A própria idéia de "embelezamento" parece estar ligada ao afã de preparar a cidade para o olhar, o flanar e o fruir do visitante – que, desde daquele momento, muito por conta da exposição

econômica ao investimento estrangeiro, jamais deixaria de ser importante na economia paulista e brasileira⁶². No plano urbanístico, a não-aplicação integral do Plano Bouvard representou uma transformação de paradigmas no nascente urbanismo paulistano (e mesmo nacional), em que a "importância da eficiência começa a superar a beleza", uma vez que as obras de embelezamento começam a perder espaços para intervenções que buscassem prover a cidade de infra-estrutura mais massivas (VILLAÇA, 2004, p. 198).

Diante destas observações, pode-se inferir que o turismo não era uma atividade-fim nas intervenções, senão apenas tratada de maneira superficial como sendo um suporte complementar para justificar ações de embelezamento urbano. O que, sim, deve ser enfatizado é que, ainda que de maneira rústica, a projeção da imagem da cidade, através das paisagens criadas com intervenções pontuais, era visto como forma de atrair atenção para a metrópole nascente, inclusive no que se refere a uma possível sedução do olhar dos viajantes. Consonante ao seu desenvolvimento industrial, o que se verá no período seguinte é uma tentativa de captar os benefícios do intenso desenvolvimento econômico mediante o turismo de negócios, em que a implantação de empreendimentos assemelha-se, nos princípios, aos grandes projetos urbanos.

3.2. A CIDADE INDUSTRIAL E O TURISMO DE NEGÓCIOS (1930-1990)

Entre 1920 e 1940, a população de São Paulo duplica, passando de 579.033 habitantes para 1.326.261, com uma média de crescimento de 4,23% ao ano. Também é neste período que a cidade observa um grande surto industrial: entre 1933 e 1939, a taxa de crescimento anual industrial ultrapassa os 14%, bem maiores do que os 11,2% da média nacional, para, em meados da década de 1950, já estar consolidada como o maior centro industrial do país (ARAÚJO, 1991 apud NOBRE, 2000, p. 64).

A instalação de estabelecimentos industriais foi ainda mais intensificada na década de 1940, atendendo a política de reorientação de capitais agrícolas para a indústria e à substituição de importações, particularmente durante a Segunda Guerra Mundial. Na passagem da década de 1950

⁶²O aconselhamento que se buscava de uma voz estrangeira é algo que, nos tempos atuais, converte-se em quase praxe, ainda que foco de várias críticas no que se refere à construção da "nova cidade", baseada no planejamento urbano estratégico – como em Arantes (2001), Arantes et alii (2002), Compans (2005), Negrellos (2005), entre outros.

para 1960, a população de São Paulo iria ultrapassar a capital do país, que será transplantada para Brasília em 1961 (**Figura 23**).

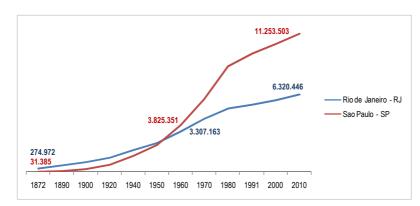


Figura 23 – Evolução população do Rio de Janeiro e de São Paulo – 1872-2010 Fonte: IBGE, 2011 (com base em várias fontes)

Nesta época, inicia-se a substituição dos bondes por ônibus e inaugura-se o novo Mercado Municipal Paulistano (1933), a Biblioteca Mário de Andrade (1937) e o Estádio do Pacaembu (1940), construções que representam marcos urbanos importantes na São Paulo contemporânea – e, em certo sentido, atrativos turísticos⁶³. Fora da região central, a construção Represa Guarapiranga (Rio Grande), construída na década de 1920, a despeito estar exclusivamente aos interesses econômicos da Light, resultou num "dos locais mais aprazíveis e belos de São Paulo", passando a figurar nos cartões postais vendidos na cidade – portanto, reconhecidamente como um atrativo turístico de São Paulo (JORGE, 2006, p. 76). Com efeito, Reis (1994, p. 138) comenta que "os esportes náuticos se desenvolveram em São Paulo a partir da construção das represas de Guarapiranga (1927) e Billings (1926)⁶⁴.

A partir dos anos 1950, a cidade observará a implantação de uma série de estruturas urbanas, que se consolidarão como marcos paisagísticos e espaços facilitadores ao turismo de negócios, muitos dos quais ainda podem ser considerados referências urbanísticas. O elemento

⁶³ O Mercado Municipal Paulistano, tendo perdido sua função de grande abastecedor da cidade nos anos 1980, com a construção do CEAGESP, passou em 2000 reforma em 2000, quando se lhe agregou um mezanino com restaurantes, que hoje é reconhecido como um dos mais importantes pontos turísticos de São Paulo. Já no Pacaembu, além de sua importância para partidas de futebol, foi implantado, em 2008, o Museu do Futebol, que figura entre os atrativos mais citados nos guias turísticos de São Paulo, conforme resultados da pesquisa empírica, apresentados neste capítulo.

⁶⁴Depois de 1960, essas alternativas foram inviabilizadas devido à poluição das águas" – daí porque soar estranho que se propusesse, no PUB, atividades de lazer às margens da represa. Isso sugere que, num dos primeiros documentos de referência para o planejamento urbano paulistano, as propostas de lazer e turismo constassem apenas por formalidade, sem serem consideradas, efetivamente, uma possibilidade de desenvolvimento.

catalisador, do ponto de vista político e social, em favor dessas intervenções foram as comemorações do IV Centenário, em 1954.

Entre as décadas de 1950 a 1980, notam-se esforços coordenados no sentido de consolidar a cidade como maior "esquina de negócios" do país, especialmente no que se refere à organização de eventos e feiras industriais e comerciais – movimento que influenciou inclusive o programa do Parque do Ibirapuera, que viria abrigar as mais importantes feiras da cidade até a década de 1970, quando da construção do Parque Anhembi. Pelo viés cultural, a formação do MASP, em 1947 – e posterior instalação em sua sede atual, na Avenida Paulista, em 1968 – representa um movimento das elites locais para inserir-se nos circuitos culturais, conquanto a cidade já conquistava o topo da hierarquia econômica do país. Também, naquilo que pode ser considerado a oferta complementar da cidade, o Hotel Hilton representou uma transição da hotelaria clássica para a entrada de serviços internacionais, e a construção do aeroporto internacional viria a consolidar São Paulo como principal hub aéreo da América do Sul.

Museu de Arte de São Paulo

A criação do MASP, projeto liderado por Assis Chateaubriand, em 1947, foi viabilizada quando o diretor dos "Diários Associados" comissionou o então dono de galeria, Pietro Maria Bardi, como seu diretor e organizador, quando de sua passagem pelo Brasil, juntamente com sua mulher, Lina Bo Bardi. Mais do que a constituição de um equipamento cultural, a construção do MASP, além de ser "um grande projeto de legitimação da nova capital econômica" do Brasil, teve um impacto social bastante amplo no contexto histórico de sua implantação, especialmente para uma "burguesia rica e ávida por apagar da história de São Paulo a imagem de cidade provinciana" (BARBOSA, 1994, p. 18).

A decisão de instalar o novo edifício do museu na Avenida Paulista, que funcionava no edifício Guilherme Guinle, sede dos Diários Associados, estava vinculada com uma oportunidade e ao mesmo tempo ao significado da localização. Tendo sido demolido o antigo teatro Trianon⁶⁵, para a construção de um pavilhão para a primeira Bienal de São Paulo, abria-se um importante lote na avenida que já se encontrava em franco processo de verticalização – apesar de ainda contar com muitos dos originais casarões da passagem do século XIX para o XX. Tendo sido doado à prefeitura

65 Para histórico detalhado sobre a área, antes da demolição, consultar Reis Filho (1994, cap. 16, p. 158-169)

por Joaquim Eugênio de Lima, o terreno, por condição de seu doador, não deveria encobrir a vista para o centro da cidade, por sobre a Avenida Nove de Julho, em direção ao Anhangabaú. Assim, Lina Bo Bardi⁶⁶, projetou um edifício em concreto armado que mantinha a vista para o vale, como também construía um marco urbanístico na avenida que – junto do próprio prédio– seria considerada uma das principais referências paisagísticas da cidade de São Paulo (BARBOSA, 1994, p. 34; BARDI, 1992, p. 31).

A inauguração do prédio do novo prédio do MASP, em 1968, não deixa de expor, de maneira simbólica, as transformações urbanísticas pelas quais passava São Paulo. A implantação do projeto e a solução arquitetônica e estética proposta contrasta e, ao mesmo tempo se coaduna, com outros elementos paisagísticos da Avenida Paulista, que ainda convivia com casarões do início do século XX.

É de se notar que, mesmo com a inauguração do edifício atual – "que tinha por objetivo ser um marco urbanístico na cidade, um ponto de encontro, uma referência na memória das pessoas" (BARBOSA, 1994, p. 35) – não se observava muita ênfase na questão simbólica da construção, ainda que seu partido arquitetônico, a técnica construtiva e o local de implantação do museu representassem novos paradigmas arquitetônicos e urbanísticos. Mesmo assim, o museu "passou a fazer parte do roteiro cultural e turístico da cidade" (BARBOSA, 1994, p. 33).

Do ponto de vista arquitetônico, na década em que se construíra Brasília e em um momento em que a arquitetura modernista brasileira era vista de maneira ufanista, a conquista tecnológica, de se conseguir um vão livre de 78 metros entre as colunas da edificação, era motivo de destaque. Já a condição de implantação de um museu de arte, num edifício construído especialmente para este função, indicava que, tanto os idealizadores do MASP, quando os entusiastas da sociedade de então, estavam fazendo representar sua empreitada de maneira altamente visível na região que se confirmava com o novo centro financeiro da cidade (**Figura 24**).

⁶⁶ Pietro Maria Bardi, desde que fora comissionado, em 1946, por Assis Chateaubriand para constituir o MASP, converte-se num "mito"(BARBOSA, 1994, p. 51), cuja figura pessoal se mistura com a própria existência do museu, à frente do qual esteve durante 44 anos (entre 1947 e 1991). O MASP, segundo visão de grande parte da equipe, comandada de maneira paternalista, centralizada e personalista, era visto como o "museu do Bardi" (BARBOSA, 1994, p. 59).



Figura 24 – Museu de Arte de São Paulo em construção Fonte: Bardi (1992)

Sobre sua função de equipamento cultural, o MASP confirma-se, nas décadas recentes, mais como divulgador do que como produtor cultural, através de "grandes retrospectivas e exposições estrangeiras de artistas renomados. Escapa, desse modo, das acusações de atuar como mecenas e promotor comercial (galeria de arte), mas por outro lado fecha um espaço para divulgação de novos trabalhos" (BARBOSA, 1994, p. 45). Por sua vez, parece alinhar-se aos equipamentos culturais contemporâneos das metrópoles globais e com as estratégias de turismo urbano recorrentes em todo o mundo, alimentando medidas de *city marketing* ao projetar a cidade de São Paulo no circuito internacional de arte e cultura.

Barbosa (1994) indica que, em 1993, o museu recebeu mais de 160 mil visitantes (dos quais 70% residentes na cidade de São Paulo), fazendo-o um dos mais visitados país naquele momento. A maior parte dos usuários do Museu estava formada por freqüentadores assíduos (visitas diárias, semanais ou mensais). Essa constatação leva a supor – ainda que não seja possível precisar – que este público não está formado por turistas convencionais, reforçando a tese de que o equipamento, ademais de suas funções museológicas (centrais para o acervo turístico de uma localidade), desempenha importante papel de centro cultural (já que, além de pinacoteca com acervo próprio e de terceiros, oferece uma série de outras atividades e está inserido numa região com ampla oferta de atividades de lazer e cultural). Atualmente, o MASP encontra-se na lista dos

museus de arte mais visitados do mundo, num *ranking* proposto pela revista *The Art Newspaper*, com 661.188 visitantes⁶⁷.

Com isso, infere-se que o MASP tende a ser um equipamento cultural de uso essencialmente local, a despeito da grande exposição e visibilidade que conta nos guias turísticos da cidade. Ademais, o museu – bem como o Museu Paulista, o Edifício Martinelli e o Teatro Municipal – é representando recorrentemente como ícone urbano nos cartões-postais, "em diferentes ângulos, vistas e momentos históricos" (SHIBAKI, 2010, p. 79), desde finais do século XIX até o fim do século XX, sugerindo a construção de um imaginário turístico alinhado ao processo de construção da metrópole.

Parque do Ibirapuera

A construção do Parque do Ibirapuera, uma vez que estava atrelada às comemorações do IV Centenário de São Paulo, pressupõem uma carga simbólica muito forte, uma vez que da conjugação de uma data emblemática com um projeto urbano contundente, imprimia-se um olhar entusiasmado com relação às transformações da cidade. Conduzida por Ciccilo Matarazzo, herdeiro de uma dinastia industrial altamente influente na economia e na política local e nacional, a Comissão do IV Centenário encampou a proposta de construção do parque, especialmente porque se vislumbra uma oportunidade de implantação de estruturas para a realização de grandes eventos na cidade – tanto de caráter comercial e industrial, quando culturais e artísticas (Bienal de Arte de São Paulo), acontecimentos entendidos à época como marcadores da hegemonia paulistana no cenário nacional. Some-se o fato de o projeto arquitetônico ter a assinatura de Oscar Niemeyer, que, apesar de ainda não ter o reconhecimento internacional que viria com a construção de Brasília, já tinha certo prestígio na vanguarda arquitetônica nacional.

Deve-se, ainda, recordar que, do ponto de vista estrutural, o Parque representou a oferta de uma grande área verde com proposta diferente das então observadas, demonstrando, junto de outras intervenções do período no Estado de São Paulo, "a grandiosidade adquirida por algumas

⁶⁷Na consulta feita aos atrativos turísticos paulistanos – dos quais o MASP é um dos mais significativos em termos de exposição nos guias turísticos da cidade –, os gestores se negaram a preencher o formulário, de maneira que os dados disponíveis são fornecidos por Barbosa (1994), relativos a 1991, e pelo The ArtNewspaper, para 2010. Na mesma lista dos museus de arte mais visitados, figuram outros museus de arte brasileiros: Centro Cultural Banco do Brasil do Rio de Janeiro (2,3 milhões de visitantes), Centro Cultural Banco do Brasil de São Paulo (756 mil) e Pinacoteca do Estado de São Paulo (500 mil) (THE ART NEWSPAPER, n. 223, p. 24).

das obras" e "a mudança dos hábitos urbanos" (REIS, 2010, Vol. III, p. 70). O Parque da Luz, aberto em 1825, já estava cercado das problemáticas do crescimento intenso da região central. Além disso, para as elites paulistanas que se movimentavam para o Oeste desde fins do século XIX, já não fazia tanto sentido a afluência à região central para atividades de lazer, algo que certamente teria uma conotação anacrônica. Por outro lado, os parques implantados nas décadas anteriores⁶⁸, reproduziam um modelo passadista de fruição da natureza, apesar de já incluírem "equipamentos para ativar a prática de esportes e outras formas de recreio, com o uso de roupas informais" (REIS, 1994, p. 99). Com um projeto arquitetônico modernista, o Parque do Ibirapuera deveria atrair a curiosidade por novidades atualizadas, na crescente metrópole industrial – incluindo, por exemplo, espaço para exposição de arte moderna

O Parque do Ibirapuera foi concebido e construído em um momento de muita euforia em torno da modernização urbanística de São Paulo. A cidade já estava em pleno processo de industrialização e se aproximava do Rio de Janeiro em termos populacionais e a ocupação do território, em franca verticalização, já ganhava porções cada vez mais distantes do Triângulo Histórico. Assim, as comemorações do IV Centenário foram eram o ensejo de reverenciar as "origens paulistas", mas valorizando a intensidade de renovação material da cidade, diretamente alinhada com as concepções arquitetônicas modernistas.

Ainda que não dominante, denotava-se uma importância turística para os festejos, com perspectiva de atração de fluxos de visitantes para as atividades previstas. Tanto é assim que se aprovou a Lei de Incentivo à Instalação Hoteleira que isentava de impostos, até 1962, os hotéis que fossem construídos e concluídos até 25 de janeiro de 1954. Beneficiaram-se deste benefício o Othon Palace, o Grand Hotel Ca'd'Oro e o Hotel Jaraguá (JACOB, 2006, p. 7), que hoje são mais referenciais urbanos (e mesmo históricos) da região central do que propriamente equipamentos hoteleiros competitivos no contexto local.

A composição da Comissão Executiva do Centenário foi criticada por estar "organizada apenas com elementos representativos da Política, da Indústria e do Comércio, com ausência a mais flagrante dos representantes da cultura paulista" (REVISTA ANHEMBI, vol. X, n. 29, p. 294).

⁶⁸Alguns exemplos: Parque Villon (1892) e depois Municipal (1911), onde hoje se encontra o Parque Siqueira Campos; Parque da Cantareira (1894) e Horto Florestal (1896); Parque da Aclimação, nos primeiros anos do século XX, de inspiração francesa; Parque Antártica (1916), construído pela Cia. Antarctica comprado em 1920 pelo Palestra Itália (atual Sociedade Esportiva Palmeiras); Parque da Indústria Animal (1928), atual Parque Fernando Costa, que já "ostentava linhas modernistas" e Bosque da Saúde (1908), também de propriedade da Cia. Antarctica (REIS FILHO, 1994, 104-106; REIS FILHO, 2010, Vol. II, p. 148)

Havia duas vertentes de opiniões sobre o programa do parque: uma que propunha o espaço como grande área verde, livre de construções, apenas para a recreação ao ar livre (esta defendida pela Sociedade de Amigos da Cidade, tendo por anteparo de comunicação *O Estado de S. Paulo*) e outra que previa a implantação de pavilhões e outras estruturas que desse suporte à realização de eventos — como a Oca (**Figura 25**) , defendida pelo presidente da Comissão Executiva do IV Centenário, *Ciccillo*Matarazzo, e que, de fato, foi conduzida.

Uma das críticas que se faziam, ao se julgar a escassez de áreas verdes na cidade, era que os festejos do IV Centenário não precisariam estar centralizados no Ibirapuera. Neste sentido, questionava-se, como ato de "má fé", o fato de que as estruturas que se pretendiam provisórias pareciam estar sendo propostas para serem definitivas, uma "esdrúxula idéia", objetivando "transformar o Ibirapuera em recinto permanente de exposições industriais e agrícolas!" (p. 294). É interessante notar que, a despeito das críticas sobre a redução de área verde, as feiras e exposições se instalaram definitivamente no Parque do Ibirapuera, e, ainda mais, passaram a ser uma das referências de São Paulo – especialmente quando da construção do Parque Anhembi, no início dos anos 1970.



Figura 25– Oca do Parque do Ibirapuera em construção Fonte: Acervo Banco de Dados de São Paulo Ltda.

No que toca à possibilidade da realização dos eventos em outros espaços, Louis Romero Sanson⁶⁹, faz menção ao Parque do Autódromo (futuro Interlagos), que, ademais de conter o próprio autódromo, apresentaria potencial para "converter-se num dos mais interessantes parques da Capital", além de ser "sítio ideal dos pavilhões para quaisquer exposições a realizarem-se em São Paulo". De fato, parece já indicar possibilidades de vinculação com as atividades previstas para o IV Centenário: "Agora mais do que nunca, com a proximidade do 4º Centenário da Capital, tornase necessário demonstrar a que de progresso tem chegado o Estado e os preparativos para um grande certame, que deverá ser o fator saliente das festas do centenário" (SANSON, 1954, p. 123).

O entusiasmo em função da versatilidade do Parque do Autódromo (praia artificial, jardim zoológico, eventos, etc.) era apontado como "um poderoso fator para intensificar-se o turismo em São Paulo, criando valores econômicos de grande importância". Neste momento, a Represa de Guarapiranga e a região de Interlagos já eram uma realidade para quem buscava atividades de lazer e esportes náuticos em São Paulo, resultado indireto das atuações da Light no sentido de viabilizar seu projeto hidroelétrico no alto da Serra.

Merece, desde já, se fazer uma depuração dessas discussões no que se refere aos significados atribuídos ao turismo: de um lado, efetivamente atividades de lazer aos finais de semana (atividades, portanto, não formalmente reconhecidas como turísticas) ou, por outro viés, focando no potencial de atração de visitantes em função de eventos, com clara vinculação às programações do IV Centenário.

Finalizado os festejos, a Prefeitura se instalou num dos edifícios e os demais ficaram abanconados – mas não foram desmontados. Nessa época, Ciccillo Matarazzo, agora presidente da Comissão do Parque Ibirapuera, que se formara com a dissolução da Comissão Executiva do IV Centenário, aprofunda esforços para a consolidação do parque para área de feiras. A primeira delas seria a Feira Internacional, lembrando que, por si só, já bastaria para a criação da Fundação Ibirapuera. Em 1956, não se falava de turismo – ou de turismo de negócios –, mas os argumentos já estavam sendo construídos e, com poucas oscilações, se repetiriam quando das gestões para a construção do Centro Interamericano de Feiras e Salões (como a expressão célebre: "balcão de

^{69 &}quot;Contribuição para o estudo do aproveitamento da zona dos lagos de São Paulo" (Revista Anhembi, n. 1, v.1, p. 117-124). No artigo, o autor sugere que os cuidados para a com urbanização da região das represas deveria compreender, dentre outras ações, a criação de "atrativos para o grande turismo de São Paulo", incluindo a construção de um "country-hotel" às margens da Represa, com fácil acesso para aqueles que chegassem ao Aeroporto de Congonhas.

negócios, esquina do Brasil", cunhada por um dos arquitetos que concebeu o Parque Anhembi) (FOLHA DA TARDE, 19 set. 1956).

Nos anos que se seguem à inauguração do Parque, o destaque de mídia acaba se concentrando nos problemas do espaço, chegando a ser considerado um "presente de grego"⁷⁰, como poluição dos lagos, conflito de uso entre carros, motos e pedestres⁷¹, falta de manutenção das estruturas (banheiros, bebedouros, telefones)⁷², dentre outros. As perspectiva de melhora parecem surgir com a mudança da Prefeitura do Parque, mediante lei aprovada em 1985 (Lei 9672, de 18 de janeiro)⁷³. Mas, efetivamente, a transferência do governo municipal para o Palácio das Indústrias, ser daria apenas na gestão de Luiza Erundina, quando o parque também foi tombado em nível municipal (1991) e a iniciam-se medidas para a despoluição do lago⁷⁴.

Na década de 1990, alonga-se a discussão sobre a construção do auditório do Ibirapuera⁷⁵, que seria concretizado apenas na gestão Marta Suplicy. Em artigo em jornal⁷⁶, Oscar Niemeyer advoga em favor da construção com argumentos polêmicos, tentando fazer frente à idéia vigente de que se tratava de uma obra "faraônica", quando, na realidade, "as obras de grande porte" deveriam ser entendidas como "marca da evolução dos tempos" (FOLHA DE S. PAULO, 6 dez. 1990).

A tônica de tratamento do Parque do Ibirapuera é, mais do que um ícone turístico – comumente apresentado como "cartão-postal" –, ser apresentado como um refúgio na grande cidade, sendo este, talvez, um argumento que relembre a construção do parque no que se refere às contrariedades relativas à construção do auditório. Para Maglionico (2007 apud SHIBAKI, 2010, p. 64-65), o parque foi "dotado como ícone paisagístico de São Paulo por parte da população em virtude de um processo que o consolidou como área de importância paisagística, arquitetônica, cultural e de lazer". Ademais, do ponto de vista turístico, é referência corrente entre os atrativos mais significativos da cidade, cuja fruição fica facilitada pelo fato de inserir-se nas áreas de maior apelo turístico da cidade, onde se encontram, não apenas outros atrativos turísticos relevantes,

⁷⁰ "O Parque Ibirapuera tornou-se presente de grego". **Folhade S. Paulo**, 25 mar. 1963.

⁷¹ "O Ibirapuera está virando parque de estacionamento". **Folha de S. Paulo**, 12 jan. 1971.

⁷² "Ibirapuera, um panorama desolador". **Folha de S. Paulo**, 19 jun. 1971.

⁷³ "Ibirapuera, mais espaço para o lazer". **Folha de S. Paulo**, 10 fev. 1985; "O Ibirapuera poderá renascer". **O Estado de S. Paulo**, 6 out. 1985.

⁷⁴ "Lago começa a ser despoluído". **O Estado de S. Paulo**, 30 nov. 1991.

⁷⁵ "Ibirapuera será transformado em pólo cultural". **O Estado de S. Paulo**, 7 jul. 1996.

⁷⁶ "Arquiteto defende teatro no Ibirapuera". **Folha de S. Paulo**, 6 dez. 1990.

senão pela proximidade com a rede hoteleira (para ambos os lados do vetor sudoeste), ainda que a acessibilidade se dê exclusivamente por meio rodoviário.

Atualmente, o parque recebe mais de 13 milhões de visitantes anuais, porém, segundo informações da administração do parque, não é possível precisar a origem desses visitantes.Do ponto de vista do poder da imagem, em 2008, o Parque do Ibirapuera figurava como atrativo turístico mais apreciado pelos entrevistados durante três grandes eventos: Bienal do Livro (37,2% dos entrevistados), Salão do Automóvel (22,7%) e Formula 1 (29,7%) (CARVALHO, 2009, p. 183).Em 2010, segundo contagem da *The ArtNewspaper*, a 29ª edição da Bienal de Arte de São Paulo, foi a segunda exposição de arte contemporânea mais visitada do mundo, com 535 mil visitantes, entre 19 de setembro até 12 de dezembro – uma média diária de quase sete mil pessoas (THE ART NEWSPAPER, 2010, p. 24).

Neste sentido, o Parque do Ibirapuera representa um elo histórico entre iniciativas para a construção de uma metrópole em industrialização e as funções turísticas da cidade contemporânea, que busca diversificar suas atividades e propor imagens de cidade criativa, vanguardista, geradora de tendências. Por mais que os grandes eventos tenham sido deslocados para outros centros de exposições e convenções, as estruturas do parque ainda servem para eventos de destaque. No prédio da Bienal, por exemplo, realiza-se anualmente a São Paulo Fashion Week, tipo de evento característico das grandes capitais mundiais. Ademais, o próprio parque, por sua posição na paisagem urbana – altamente demandado pela população local para atividades recreativas, de lazer e cultura –, converte-se em ícone turístico da cidade – a exemplo do que significa do Central Park para Nova York ou o Bois de Bologne, para Paris.

Hotel Hilton

A inauguração do Hotel Hilton, em 1971, na Avenida Ipiranga, foi acompanhada de alguma euforia pelo significado de pertencer a uma cadeia internacional. Até aquele momento, os hotéis tradicionais, de grande porte, cumpriam a função de receber o visitante, com serviços que mantinham a rusticidade e certo provincinismo dos meios de hospedagem da São Paulo do século

XIX. Assim, a chegada do "luxo do São Paulo Hilton" contrastou com "as pequenas hospedarias da Capital de cem anos atrás"⁷⁷, o que era visto como fator de modernização (**Figura 26**).



Figura 26 - Hotel Hilton São Paulo em construção Fonte: Acervo Banco de Dados de São Paulo Ltda.

Por suposto, já havia uma rede hoteleira estabelecida em São Paulo, que gradativamente se diferenciava dos padrões do início do século; no entanto, o significado prático e de prestígio que um hotel de cadeia internacional, como Hilton, trazia para São Paulo, era bastante importante. Sintomático desta época é que, mesmo que as atividades comerciais e residenciais já estivessem em franco deslocamento em direção à Avenida Paulista, o Hotel Hilton foi instalado nas proximidades da Praça da República, no Centro Novo. Isso sugere que a perda de importância da região central ainda não afetava diretamente a decisão de localização de certos negócios, até porque ainda havia importante concentração de sedes de empresas, bancos e escritórios de advocacia de renome, bem como as Bolsas de Valores no Centro (Novo e Velho).

Ao tratar da inauguração do Hilton, o cronista da coluna *Visor 01*, na Revista Anhembi, enleva o simbolismo da chegada de uma cadeia internacional à cidade, mas ainda bem

⁷⁷ "Hilton está aberto, agora oficialmente". **O Estado de S. Paulo**, 19 out. 1971.

articulada com as centralidades do Centro Novo. A região da Avenida Ipiranga era apresentada como "ponto de maior valorização comercial do Brasil" e, junto do Conjunto Copan e o Edifício Italia, "o mais novo e maior centro de interesse turístico de São Paulo" ?9:

Com muito entusiasmo, o autor sintomaticamente relaciona a instalação do Hilton com a dinâmica urbana pela qual São Paula passava desde os anos 1930:

O 'Hilton' acena ao capitalismo cosmopolita, à sofisticação supersônica, ao poliglotismo desvencilhado de uma metrópole que escapou da mão dos antigos 'landlords' para transformar-se no 'habitat' de seis milhões de trabalhadores. Com o fim da 'doucervivre', o eixo da cidade deslocou-se (idem).

Note-se que essa reorientação da urbanização paulistana refere-se à guinada do eixo de interesses da região da Luz em direção ao espigão da Paulista, na linha da Rua Augusta (e não mais sobre a área de Campos Elíseos e Higienópolis), traçando o que se convencionou chamar de "vetor sudoeste" em direção à Marginal do Rio Pinheiros. Ao longo dos anos 1970, 1980 e 1990, outras redes internacionais iniciariam seus serviços em São Paulo, como a Accor, com o Novotel Morumbi (1977), a Sheraton, com o Sheraton Mofarrej Hotel & Towers (1986) e a Choice Atlantica, com o Trianon Park (1998), sendo os dois últimos na região da Avenida Paulista/Jardins (TRIGO, 2001). De origem nacional, o Hotel Transamerica, inaugurado em 1985, marca a tendência da expansão da hotelaria na direção sul, na Marginal Pinheiros.

Ainda na década de 1970, também foi inaugurado o Maksoud Plaza (1979), que seria referência de hotelaria de luxo até o início do século XXI. Nos anos 1980, expandiram-se os serviços de *flat*, por todas as regiões da cidade, mas principalmente Paulista, Paraíso, Vila Mariana, Moema e Itaim.

O conjunto de serviços ganhou ênfase na mídia da época, quase sempre sugerindo que o fato de o hotel ser administrado pela Hilton Internacional Company garantia um alinhamento entre necessidades do público estrangeiro e a oferta hoteleira de uma cidade que ganhava proeminência internacional – que até não teria opções hoteleiras à altura. A concentração de hotéis de categoria superior seria apontada como um dos problemas do turismo em São Paulo no final do século XX – com grande espaço de mercado passando a ser ocupado por hotelaria de escala intermediária por cadeias internacionais (como Ibis o Formule 1, ambos da Accor).

^{78 &}quot;O dinheiro para um hotel de luxo aqui alguns tinham, mas cadê os corajosos". Folha de S. Paulo, 11 out. 1968. 79 "Eles querem montar um hotel no espaço". Folha de S. Paulo, 31 out. 1968.

Na época, o conjunto de novidades era apresentado como diferenciais para "vencer a concorrência com nossos outros hotéis", incluindo o incentivo aos moradores para freqüentarem as estruturas do hotel, como, por exemplo, o restaurante⁸⁰. Neste caso, nota-se um interesse em difundir hábitos norte-americanos, como sendo um chamariz para os comensais: por exemplo, de maneira quase anedótica, a imprensa informava que a "grande especialidade" do hotel era o rosbife, para cujo preparo a carne brasileira fora "aprovada em teste feito (...) pelo vice-presidente de operações de comidas e bebidas da Hilton International"⁸¹ ou, em outra reportagem, explica, em detalhe, a composição e forma de consumo de um *fondue*⁸².

A rede inaugurou um segundo hotel, na região da Augusta, o São Paulo Brasilton Hilton, em 1977, denunciando o caminhar da hotelaria *pari passu* com o mercado imobiliário e as novas centralidades urbanas de São Paulo. De maneira generalista, a imprensa fazia uma ode ao turismo na cidade, sem preocupação rigorosa em tentar depurar os segmentos turísticos que, de fato, se expandiam – ou teriam propensão a se desenvolver.

Os textos sugerem que, com hotéis da categoria do Hilton, a cidade estaria gabaritada com os serviços de qualidade internacional, especialmente para atender os executivos "caixas-altas". No entanto, de maneira quase ingênua, insinua-se que os investidores em hotelaria superior poderiam, ao romper o temor de que mercados como São Paulo e Rio de Janeiro não estariam preparados, atrair o olhar dos "viajantes de lazer". Vale lembrar o argumento de Lucchiari (2004), que lembra o fato de o turismo se estruturar, também, pela construção artificial de facilidades e atrativos turísticos:

E as pessoas que viessem ao Brasil unicamente a passeio, atraídas por nossas praias, restaurantes e clubes? Só pelo nosso folclore, para viver nosso clima tropical e ver atrativos urbanísticos e bucólicos, viriam aqui caravanas de pessoas 'caixas-altas'? Não, sem ter como certa a presença desses estrangeiros 'viajantes de lazer', ninguém arriscaria um centavo para construir um hotel de luxo (FOLHA DE SÃO PAULO, 11 out. 1968)

A diferenciação entre as motivações turísticas era algo sutil ou instável nas reportagens da época – daí porque se utilizarem os termos "turista", "hóspede" e "visitante" de maneiras indistintas. Quando da inauguração do Hotel Hilton, depreende-se, pela imprensa, uma crença de que a oferta hoteleira inadequada explicava o pequeno desenvolvimento do turismo na cidade e, de certa forma,

^{80 &}quot;Uma guerra para seu conforto". Jornal da Tarde. 15 abr. 1971.

^{81 &}quot;Um hotel, quase uma pequena cidade", Jornal da Tarde. 15 abr. 1971.

^{82&}quot;São Paulo Hilton, lotado até 1972 (Mr. Hilton não espera pelos turistas, vai buscá-los). O Estado de S. Paulo, 11 mai. 1970.

no país. Isso porque, do ponto de vista institucional, a então Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) oferecia incentivos à instalação de hotéis de categoria superior, mediante a aplicação de parte do Imposto de Renda em projetos selecionados⁸³.

Reportagem de 1970 trazia relato de duas fontes contrastantes: o do diretor do consórcio Scurucchio, responsável pela construção do Hotel, e uma fonte oculta, de um "hotel de primeira classe" de São Paulo, inaugurado em meados dos anos 1950. No primeiro caso, o Hilton é apresentado como "um hotel-indústria" em São Paulo, indicando o alto grau de profissionalização e padronização dos serviços; no segundo relato, depreende-se que, tendo o "turismo" diminuindo nos anteriores, a sobrevivência econômica do hotel estaria vinculada ao aumento dos hóspedes de "feiras de indústrias, que provocam as viagens de muitos homens de negócios"84.

Como manifestação de um fenômeno inconteste em São Paulo, o Hotel Hilton da Avenida Ipiranga foi fechado em 2004, tendo seu prédio sido alugado para o Tribunal de Justiça de São Paulo (SPOLON, 2006, p. 187), mas foram mantidas outras unidades da rede em São Paulo, como o Hilton Morumbi. Assim, se este empreendimento, na década de 1970, representou um contraste no que diz respeito aos significados da hotelaria para a cidade, a abertura de um hotel da mesma bandeira numa das áreas de mais intenso desenvolvimento imobiliário de São Paulo de atualmente indica que, efetivamente, a hotelaria da cidade percorre um caminho muito semelhante ao do setor imobiliário. Não se passa exatamente o mesmo com outros serviços e facilidades turísticas, como os atrativos, cuja distribuição atual parece estar descolada das influências do capital imobiliário, como será discutido mais à frente.

Parque Anhembi

Em 1967, atendendo às demandas do empresariado local por um novo espaço de eventos na cidade, a Prefeitura cedeu um terreno (450 mil m²) às margens do Rio Tietê, na Zona Norte, pelo prazo de 40 anos para o Centro das Indústrias do Estado de São Paulo. Pela Lei Municipal 7.085, a doação objetivava a construção de um centro de exposições permanente, um centro recreativo para

⁸³ Conforme Cruz (2000), esta política prevaleceria até os anos 1980, sendo a entidade nacional de turismo estimuladora da atividade turística nacional, inclusive com participação acionária majoritária em muitos empreendimentos hoteleiros.

⁸⁴ "São Paulo Hilton, lotado até 1972 (Mr. Hilton não espera pelos turistas, vai buscá-los)". **O Estado de S. Paulo**, 11 mai. 1970.

a população, bem como fomentar o turismo interno e externo. O conjunto se chamaria Parque do Anhembi.

Para a viabilização do empreendimento, formou-se em 1968 – o ano do AI-5 – o Centro Interamericano de Feiras e Salões S/A, empresa de capital totalmente privado, cujo maior acionista era a Mafran Adminsitração e Participações, com 80% de participação (CARVALHO, 2009, p. 101). Esta empresa, nas décadas seguintes, seria incumbida da política de turismo de São Paulo, tendo nascido da conjunção de interesses de empresários locais e do envolvimento do setor público, que possibilitaria a instalação de um espaço de eventos caracterizado como "maior central de negócios do Hemisfério Sul"85.

O Pavilhão de Exposições foi inaugurado em 1970, com a 7ª edição do Salão Internacional do Automóvel, numa área quatro vezes maior do que o Parque do Ibirapuera, onde, até então, realizavam-se os grandes eventos e feiras da cidade. A construção deste espaço, "uma idéia ousada e grandiosa" – junto de outros no mesmo Parque Anhembi, como o Palácio de Convenções e o Hotel Anhembi – era vista como "necessidade vital, já que ma vez que nossa indústria, em todos os seus setores, atingia grande progresso"86.O tom de entusiasmo era patente na imprensa da época:

Para fazer do Parque Anhembi a capital do turismo de negócios da América Latina, governo e iniciativa privada montaram sofisticados mecanismos de captação de dinheiro: desde os incentivos fiscais da EMBRATUR até o financiamento externo (US\$ 11 milhões), repassado por um "pool" de bancos comerciais brasileiros, numa operação inédita para o sistema financeiro do país (FOLHA DE SÃO PAULO, 18 nov. 1970).

O presidente da Centro Interamericano de Feiras e Salões S/A, empresa formada para a construção do Anhembi S.A., Caio de Alcântara Machado, relativizava a diminuição das funções do Parque do Ibirapuera, argumentando que o Anhembi, além de ser uma "casa maior", converter-se-ia num "ponto emissor de comunicações e de vendas, em que o contato com o produto seja fundamental"87. O discurso de inovação tecnológica parece ser um dos pontos fortes do novo centro de convenções, servindo de "importante incentivo ao nosso desenvolvimento tecnológico", algo que, do ponto de vista estrutural o Parque do Ibirapuera não dispunha – ainda que tivesse sido

^{85 &}quot;A passarela", Folha de S. Paulo, 18 nov. 1970.

^{86 &}quot;Uma obra ousada, para 15 milhões de visitantes". [não identificado na foto]

⁸⁷ Idem.

considerado vanguardista, por conta da arquitetura modernista aplicada em larga escala na capital paulista, antes mesmo da construção de Brasília (**Figura 27**).

No caso do Ibirapuera, as construções instaladas sempre foram destaque por sua arquitetura, e não exatamente por sua funcionalidade para realização de feiras – apesar de sua implantação ter atendido ao perfil industrialista do presidente da comissão do IV Centenário, Ciccillo Matarazzo, que sempre focou a realização de feiras, salões, convenções, etc, no Parque do Ibirapuera. Diferentemente, o Parque Anhembi nasce com este propósito, em que as atividades de lazer e cultura são apontadas como complementares.

A instalação do Parque Anhembi – que seria finalizada com a implantação da instalação do hotel – efetivamente alinhou-se a uma nova dinâmica projetada pela implantação da Marginal Tietê. Assim, a ocupação de uma área originalmente de várzea, pouco integrada à dinâmica urbana até meados do século XX, enseja uma nova centralidade para além dos limites da mancha urbana consolidada. Por outro lado, a construção do Parque Anhembi parece não ter robustecido a especulação imobiliária, tal como se observaria nas áreas de influência do Vetor Sudoeste (inclusive, com estímulo de ajustes à legislação urbanística, com as Operações Urbanas), por ser em boa parte área pública a Aeronáutica⁸⁸.

No que tange à sua importância para o turismo da cidade, depreende-se que o Parque Anhembi alimentaria um fluxo de turistas de negócios, aquelas que demandam a cidade por sua importância econômica, especialmente por conta do dinamismo industrial da cidade e do Estado de São Paulo. Por outro lado, parece haver um reconhecimento da relação entre trabalho e lazer aos viajantes à capital paulista, especialmente por conta deste novo "pólo de atração turística", mas não que estes viessem a se interessar por atividades de lazer na cidade

O Parque Anhembi poderá espalhar "gringos" em todas as direções. De cada 200 estrangeiros que visitam o Rio, apenas 20 esticam até São Paulo. E de cada 200 estrangeiros que desembarcam diretamente em São Paulo (turismo de negócios), 155 acabam passando pelo Rio de muitos deles dão um pulo até Brasília. Na medida em que o Anhembi atraia maior contingente de homens de negócios de todo o mundo, maiores benefícios contemplarão Rio, Brasília, Salvador ou Porto Alegre.

⁸⁸ Este aspecto merece ainda atenção no tocante aos seus desdobramentos, especialmente após a implantação da linha Norte-Sul (Azul) do metrô e a construção do Terminal Rodoviário do Tietê, intervenções que se somariam para trazer uma dinâmica urbana diferente à região. De maneira geral, porém, nota-se que, mesmo com a implantação de uma grande estrutura urbana, como Parque do Anhembi, parece não ter havido uma intensificação da dinâmica imobiliária como em outras partes da cidade, notadamente em direção ao Sul da capital, sugerindo um padrão de transformações urbanas particular para esta região.

Esta era um época de interpretações bastante superficiais sobre o turismo no Brasil, portanto, a despeito do entusiasmo do cronista com relação ao turismo de lazer, é de se supor que, se houvesse uma reorientação dos fluxos turísticos de negócios para São Paulo, eles, no máximo, reproduziam outras dinâmicas de viagens de negócio – o que deveria servir de esperança para outras capitais do país, que teriam de se "preparar para receber os que vierem ao Parque Anhembi e aproveitam para esticar a viagem"89. Na mesma matéria, um cronista – não identificado – diz que "o turismo de negócios é o turismo do futuro e o Brasil joga sua prancha nessa maré montante"90. Isso se explica pelo fato de a EMBRATUR, à época, permitir que as pessoas jurídicas (a exceção de bancos) convertessem até 8% do imposto devido em benefício de empreendimentos turísticos – e o Centro Interamericano de Feiras e Salões S.A. era um das opções, bem como os novos negócios hoteleiros.

A associação de importância econômica com disponibilidade de espaços "mais apropriados" é apontada como condicionantes para fazer de "São Paulo a capital brasileiro do turismo". Importante frisar que o segmento de negócios — "o ovo de Colombo" — é apontado quase como sinônimo de turismo, de maneira que quaisquer outras motivações ou atividades são apresentadas como complementares. De fato, é patente a construção da imagem de "cidade de negócios" que se vai criando desde meados do século, o que leva a uma compreensão mais dilatada dos significados dos espaços projetados no Parque do Anhembi.

São Paulo é apresentada como a cidade mais adequada para essa nova onda de turismo de negócios, que se entende como naturalmente esperada na capital paulista por sua importância econômica, que teve "papel pioneiro e líder [...] no campo do comércio e indústria no Brasil". Inferese, aí, uma tentativa de promover a cidade como centro urbano polarizador da América do Sul e Latina, um exercício incipiente de competição entre cidades. O Centro Interamericano de Feiras e Salões, ainda durante sua construção, era visto como um "núcleo irradiador" do "programa integracionista" da América Latina, "notadamente para o fomento das exportações, do intercâmbio comercial", com São Paulo oferecendo "condições ao Brasil para o comércio dessa liderança" Na visão de um dos idealizadores do Parque Anhembi, Laymert Garcia, o Pavilhão de Exposições, por

^{89 &}quot;15 milhões de pessoas em 71". Folha de S. Paulo, 22 nov. 1970. Aparentemente, esta coluna foi escrita pelo menos articulista de "Passarela" (Folha de S. Paulo, 18 nov. 1970), já que reproduz boa parte das informações neste texto. 90 Idem.

^{91 &}quot;Integração econômica da América Latina: objetivo do Parque Anhembi". Folha de S. Paulo, 12 abr. 1968.

estar em São Paulo, se concretizaria como "o maior balcão comercial, na principal esquina do Brasil" 92.

É importante notar que, se havia algum pendor à integração do continente, almejava-se o caminho econômico – diferentemente do discurso que se viria a criar quando da construção do Memorial da América Latina, recoberta basicamente de uma integração pela via cultural (ainda que, do ponto de vista político, houvesse outras motivações). A ideia de que São Paulo faria parte de um seleto grupo de cidades ficava explícito no material promocional do Anhembi, indicando que a cidade, assim como "grandes cidades", conseguiria a partir de 1970, "projeção internacional" com as "grandes feiras comerciais", "graças ao Anhembi"93. São Paulo seria a 17ª cidade no mundo a ter um centro de exposições, ao lado de EUA, México, Colômbia, Peru, a maior parte dos países da Europa Central, Japão e África do Sul, conforme mostrava um mapa no verso do folheto. Ou seja, é São Paulo posta no mapa das grandes feiras comerciais, com a vantagem de que "um Centro destes [...] não encontrará similar em toda América Latina".

No que diz respeito às estruturas, dois pontos são bastante recorrentes nas matérias da época: a tecnologia de construção ("parecendo obra de ficção), alinhada aos padrões da arquitetura modernista; e a tecnologia de serviços, projetando novos formatos de feiras e congressos("maior área com ar condicionado do mundo")⁹⁴. A visão de parque, neste caso, estava resumida no "feito" de conseguir erigir uma estrutura que viria a cobrir 70 mil m², com 260m de lado e 14m de altura, não sem olvidar a participação assessoria técnica estrangeira, do especialista canadense, Cedric Marshall – "que projetou uma estrutura semelhante, mas quatro vezes menor, para a Expo-68 em Montreal" (Figura 28).

^{92 &}quot;Uma empresa nasceu apenas para o empreendimento". [não identificado na foto]

⁹³ Centro Interamericano de Feiras e Salões S.A. (1 folheto), s/d.

^{94 &}quot;E o grande parque está pronto". O Estado de S. Paulo, 6 nov. 1970.



Figura 27 – Construção do Parque Anhembi – detalhe do içamento das estruturas Fonte: Acervo Banco de Dados de São Paulo Ltda.



Figura 28 – Construção do Parque Anhembi Fonte: Acervo Banco de Dados de São Paulo Ltda.

Em 1974, nova lei municipal (Lei 8.180) autorizou a Prefeitura a aumentar sua participação na empresa – que passaria a se chamar Anhembi S/A Centro de Feiras e Salões, tornando-se acionista majoritária na empresa. Em meados da década de 1980, os espaços de feiras e eventos em geral pareciam ser insuficientes, inclusive o próprio Anhembi, ainda que o Ibirapuera continuasse a ser utilizado para algumas feiras⁹⁶. A partir de então, foram inaugurados novos

⁹⁶ "Parque Anhembi, pequeno e lotado até 1987". **O Estado de S. Paulo**, 15 mai. 1987.

pavilhões de exposições e centros de convenções, além da contínua oferta de espaços menores junto de associações, clubes e hoteis⁹⁷. Dentre estes espaços, destacam-se a construção do Expo Center Norte (1993), ITM Expo, Centro de Exposições Imigrantes (1999) e do Transamérica Expo Center (2001) – todos localizados próximos ao anel viário interno de São Paulo (Marginais Tietê e Pinheiros, Avenida dos Bandeirantes e Avenida Anhaia Mello), acrescendo mais de 150 mil m2 em áreas disponíveis para eventos – mais do que o dobro do Pavilhão de Exposições do Anhembi (71.000 m²) (LISBOA, 2009, p. 71). Neste período, também foram inaugurados outros centros de convenções, como o Centro de Eventos São Luís, o Centro de Convenções Frei Caneca (2001) e o Centro de Convenções Rebouças (1982).

De qualquer forma, o conjunto do Anhembi continua sendo um dos complexos de eventos mais demandados da cidade e do país, concentrando essencialmente eventos e feiras comerciais de grande porte. Com as características atuais do tecido urbano da Região Metropolitana de São Paulo, pode-se dizer que o Anhembi goza de uma localização privilegiada, que é complementada por serviços hoteleiros próximos: além do Holiday Inn, que está dentro do complexo, dois hoteis das redes Accor e Intercontinental foram inaugurados nas imediações nos últimos anos.

Por fim, deve-se considerar que, sendo palco para eventos culturais e de entretenimento de grande porte (Carnaval e shows de cantores brasileiros e internacionais), o complexo também desempenha um importante papel para os públicos locais e regionais, sendo um espaço de lazer cotidiano – que, segundo tem-se argumentado nesta pesquisa, é parte do turismo urbano.

Aeroporto Internacional Governador André Franco Montoro São Paulo/Guarulhos

Os primeiros estudos para a construção de um aeroporto metropolitano foram iniciados em 1968, porém, sem definição de localização⁹⁸. As discussões da época estavam influenciadas pelo início de operação mundial do Concorde, que exigia algumas condições específicas de pista. Neste sentido, de maneira pouco objetiva, criavam-se celeumas em torno de aparentes necessidades de novos aeroportos para atender a companhias aéreas com o novo avião – e, junto disso, projetar o

⁹⁷Para mais detalhes sobre espaços fechados e abertos para eventos em São Paulo, consultar Lisboa (2010).

^{98 &}quot;Aeroporto: consórcio iniciará os estudos". Folha de S. Paulo, 12 mar. 1968.

país e a cidade na escala internacional⁹⁹. Por fim, decidiu-se pela construção de um novo aeroporto no Rio de Janeiro – o Aeroporto Internacional Principal do Brasil, onde já operava o aeroporto do Galeão, e o entusiasmo da mídia era flagrante: "será grande, será moderno, uma verdadeira cidade"¹⁰⁰.

A discussão por esta prioridade – ou seja, a construção de um grande aeroporto internacional – se estendia na mídia, com os argumentos de que São Paulo já era um pólo industrial mais importante, já gerava as maiores demandas por passagens aéreas ("é sabido que a grande maioria das pessoas que embarcam no Rio de Janeiro com destino ao exterior compraram suas passagens em outras cidades brasileiras. Em São Paulo principalmente"¹⁰¹) e, ainda, que havia resistências da administração do Rio de Janeiro e do Estado da Guanabara com a transferência da capital para Brasília ("considerar o Rio como pólo perpétuo de decisão política é o mesmo que negar a decisão do governo federal de gradualmente transferir para Brasília todas essas decisões"¹⁰²).

A implementação do aeroporto de Cumbica seria retardada em cerca de 10 anos, com obras iniciadas em setembro de 1980¹⁰³, não sem contestações populares dos bairros do entorno em Guarulhos¹⁰⁴. Anos antes, um movimento organizado foi decisivo para a mudança dos planos originais para o aeroporto metropolitano, que deveria ser construído em Cotia, em Caucaia do Alto – opção fortemente combatida pelos impactos ambientais¹⁰⁵.

Em São Paulo, a proposição de um terceiro aeroporto era parte da construção de um sistema aeroportuário proposto para a macro-metrópole paulista, formado por Cumbica, Viracopos – que polarizava boa parte dos vôos internacionais até então – e Congonhas. É interessante notar

⁹⁹ "Aeroporto internacional: paixão ou objetividade". **Folha de S. Paulo**, 9 jun. 1968. "Instalações no aeroporto para o set internacional". **Folha de S. Paulo**, 23 jul. 1982 [sobre o aeroporto do Rio de Janeiro, que "proporciona à cidade status de grande centro turístico internacional"].

^{100 &}quot;O Rio se prepara para receber os supersônicos". **Jornal da Tarde**, 22 mar. 1973.

¹⁰¹ "São Paulo ou Rio? (Uma briga pela posse do principal aeroporto brasileiro)". **Jornal da Tarde**, 22 mar. 1973 ¹⁰²idem.

¹⁰³ "Iniciadas obras do aeroporto metropolitano". **Folha de S. Paulo**, 2 set. 1980.

¹⁰⁴ "Guarulhos protesta contra aeroporto". **O Estado de S. Paulo**, 22 abr. 1979.

^{105 &}quot;Aeroporto: comissão contra a construção", **Folha da Tarde**, 13 set. 1978; "(...) [A] construção de um novo aeroporto [no sítio do Morro Grande, em Caucaia do Alto] é totalmente inoportuna, principalmente na região de Caucaia do Alto, constituindo (...) verdadeiro crime contra a cidade, contra o homem e contra a natureza" (Parecer n. 10/78 da Comissão Especial de Vereadores constituída pelo Requerimento n. P-245/77 – "O problema aeroportuário de São Paulo", Câmara Municipal de São Paulo, 1978).

que, quando da inauguração de Cumbica (1985), praticamente todos os vôos internacionais intercontinentais (Europa, EUA e Ásia) iniciavam ou terminavam em São Paulo, com escala no Rio de Janeiro. Isso demonstra que, a despeito da maior significância econômica de São Paulo, o Rio de Janeiro ainda continuava polarizando as conexões internacionais do país – sendo, ainda, o "portão de entrada" do Brasil.

O que Comissão Especial para o problema aeroportuário não vislumbrou foi justamente o desvio de polaridades do fluxo aéreo internacional, que já se prenunciava São Paulo como principal *hub* aéreo da América do Sul. A propósito disso, a COPASP (Comissão Coordenadora do Projeto Sistema Aeroportuário da Área Terminal de São Paulo), indicava que São Paulo era o "maior centro gerador de tráfego aéreo do País"¹⁰⁶. Em parecer de 1978, os vereadores da citada Comissão relatores entendiam que o Galeão (Rio de Janeiro) continuaria a ser o "principal aeroporto internacional da Região Centro Sul do País", restando a Cumbica "características de simples aeroporto nacional".

Algo que fica patente na mídia da época são discussões de cunho técnico e extremamente ideologizadas, estando, portanto, ausentes análises mais objetivas no que se refere à integração dos fluxos de passageiros no contexto paulistano – incluindo turistas. Prova disso é que, às vésperas da inauguração, o aeroporto não dispunha de linhas de ônibus¹⁰⁷. A solução veio após a abertura do aeroporto, com duas linhas ligando o Aeroporto à Praça da República e ao Aeroporto de Congonhas¹⁰⁸ – note-se que, neste momento, o centro parecia ser um ponto de maior interesse e necessidade do que a Avenida Paulista ou a Zona Sudoeste em geral, onde, atualmente, operam outras linhas (e, onde, de fato, está a maior concentração de serviços de hospedagem, alimentação e entretenimento da capital). Somente em 1993, seria inaugurado o Hotel Deville, nas imediações do aeroporto (TRIGO, 2001, p. 169).

Memorial da América Latina

Construído entre 1987 e 1989, o Memorial da América Latina representa um tipo de intervenção de grande porte, cercada de medidas voltadas a conferir visibilidade política,

^{106 &}quot;Guarulhos, o novo portão de entrada para quem vem de avião". Folha de S. Paulo, 1º jun. 1984.

¹⁰⁷ "Novo aeroporto ainda sem linhas de ônibus". **O Estado de S. Paulo**, 22 dez. 1984.

¹⁰⁸ "Terminal da República atenderá passageiros". Folha de S. Paulo, 11 ago. 1985.

especialmente ao então governador paulista, Orestes Quércia, que, à época, estruturava sua candidatura à presidência da República. Trata-se de um grande projeto político – mais do que um projeto urbano em si, cujo anteparo foram as obras de implantação de linha vermelha do Metrô, na região da Barra Funda, zona oeste da Capital paulista. Com aval do arquiteto Oscar Niemeyer – nesta época já consagrado internacionalmente – e coordenação cultural de Darcy Ribeiro, o Memorial propunha a integração latino-americana, pelo viés cultural e cívico (Figura 29).

O complexo é formado por espaços culturais e educacionais (Pavilhão da Criatividade, Biblioteca Latino-Americana, Galeria Marta Traba) e institucionais (Salão dos Atos, Anexo dos Congressistas, Auditório Simón Bolívar), além de apresentar amplas áreas livres divididas pela Avenida Auro Soares de Moura Andrade, que dá acesso ao Terminal da Barra Funda, onde se encontra a escultura *Mão*, um dos símbolos mais conhecidos do Memorial. Mesmos as outras edificações (Passarela e Administração) acabam por ser pontos interesse, justamente por serem expressões arquitetônicas claramente reconhecíveis de Oscar Niemeyer.

Pela análise da mídia, nota-se que, desde o início do projeto, configuraram-se pressões e contrariedades de toda ordem: pelo programa arquitetônico ("os prédios são bonitos, mas não se integram"¹⁰⁹), pelos contratos irregulares¹¹⁰, pelos altos custos¹¹¹ (cujas somas saltaram de US\$ 4,8 milhões¹¹² a US\$ 40 milhões¹¹³) e pela frágil justificativa social¹¹⁴.

Na ocasião, confirmando o caráter espetacular que recobria o projeto, Darcy Ribeiro anunciava que o Centro de Estudos da América Latina, instalado num dos edifícios do Memorial, iria "fazer de São Paulo a capital cultural do continente", contribuindo para a "quebra de provincianismos". A opção por envolver Darcy Ribeiro no projeto é apontada como uma estratégia de Quércia para granjear apoio dos intelectuais, que estavam se opondo à sua gestão.

^{109 &}quot;Memorial da América Latina, grandioso, caro e controverso". O Estado de S. Paulo, 12 mar. 1989.

¹¹⁰ "Memorial nasceu sem contrato". **O Estado de S. Paulo**,8 dez. 1990.

¹¹¹ "O memorial de Quércia, mais caro e indefensável". **Folha de S. Paulo**, 10 ago. 1988; "Governo omite custo do Memorial". **Folha de S. Paulo**, 10 dez. 1988.

¹¹² "A grande obra de Quércia, tocada às pressas". **Jornal da Tarde**, 15 ago. 1988.

¹¹³ "Memorial, um sonho de US\$ 40 milhões". **Folha de Tarde**, 14 mar. 1989. O mesmo jornal noticiava um preço final de US\$ 48 milhões dias depois ("A hora e a vez do Memorial". **Folha da Tarde**, 18 mar. 1989).

¹¹⁴ "Dinheiro daria para fazer 48 pequenos teatros em SP". **O Estado de S. Paulo**, 12 mar. 1989.



Figura 29 – Sarney e Niemeyer inspecionam obras do Memorial da América Latina
Fonte: Acervo Banco de Dados de São Paulo Ltda.

O tratamento dado ao Memorial pela mídia da época foi muito mais no sentido de questionar sua própria existência e percursos para sua instalação, do que vinculá-lo a imagens de uma cidade turística, conquanto pudesse ser considerado atrativo turístico com esta capacidade. Há, com efeito, um conjunto de idéias que buscam confirmar o espaço por sua monumentalidade, a ponto de ser comparado com a implantação do Parque do Ibirapuera, em 1954, que "também contou com a genialidade de Niemeyer", nas palavras de Darcy Ribeiro¹¹⁵.

De fato, o discurso do antropólogo deixava transparecer uma competição pela dianteira na cena cultural latino-americana: "São Paulo passará à frente da Cidade do México e de Buenos Aires em importância cultural". Notadamente, previa-se o intercâmbio cultural, tendo como sustentáculo institucional e físico o Memorial, porém raramente apresenta-se como um referencial para a construção de uma destinação turística – tal como se projetara com a construção do Parque Anhembi, quando se previa que os fluxos turísticos aumentariam entre os países da região por razão das feiras comerciais e congressos científicos.

¹¹⁵ "A grande obra de Quércia, tocada às pressas". **Jornal da Tarde**, 15 ago. 1988.

Este é um exemplo de como grandes projetos urbanos – neste caso, bastante descolado da paisagem urbana que lhe dá suporte – podem converter-se apenas em um emblema, que figura em material de divulgação turística, a despeito de imprimir sociabilidades urbanas as mais variadas (incluindo, o turismo). Contudo, apesar de o site do Memorial indicar que se trata de "um dos lugares mais procurados por turistas brasileiros e estrangeiros", até o final desta pesquisa, os gestores não haviam retornado a consulta online sobre a dinâmica de visitação e usos dos espaços, de maneira que não é possível precisar ou mesmo estimar o volume de visitantes, tampouco conhecer seu perfil.

Deve-se entender, ademais que, ainda que seja um equipamento cultural, sua implantação configura-se como uma obra pública de grande impacto, atrelada a estruturas de transporte de massa na Zona Oeste da cidade. Assim, a valorização da cultura e do patrimônio cultural existente será foco de atenção no período seguinte, quando a região central (Triângulo Histórico e área da Luz) receberá maiores atenções, em que o argumento do turismo começa a ficar mais evidente.

3.3. A CIDADE TERCIÁRIA E A DIVERSIFICAÇÃO DO TURISMO (A PARTIR DE 1990)

Atualmente, um dos aspectos mais prementes de ser reconhecido são as transformações entre valor de uso de valor de troca no que se refere ao solo urbano – ou a "reprodução da cidade como 'negócio'", em que o solo urbano consolida sua função primordial de mercadoria (CARLOS, 2004). Num contexto globalizado¹¹⁶, o papel das cidades se reorganiza em novas hierarquias. Para tanto, no plano intra-urbano, desenvolve-se uma nova funcionalidade, que redundaem novas centralidades no decorrer do processo de urbanização. Para o caso de São Paulo, este processo

¹¹⁶ As questões semânticas e de conteúdo sobre globalização são bastante complexas e exigiriam uma argumentação

demasiadamente densa, que não cabe exatamente no escopo desta pesquisa. No entanto, sem negligenciar a importância desta temática, retemos a ideia de Ortiz (2003) de que a globalização se refere aos fluxos e territorialidades do capital na esfera global, ao passo que a mundialização é suporte cultural para as trocas do espectro mundial (o que inclui entender as permanências e transformações no plano espacial em resposta à exacerbação da globalização). Já de lanni (2004) destacamos o caráter recente e intenso da internacionalização do capital, conquanto, apesar de globalização se confundir com o desenvolvimento do capital em geral, é com apenas com o final da Segunda Guerra Mundial e, em escala mais ampla, após o fim da Guerra Fria, que o capital adquiriu proporções propriamente universais (p. 17). Particularmente no que se refere ao urbano, o autor destaca que "[a] rigor, a globalização do mundo revela-se de modo particularmente acentuado na grande cidade, metrópole, megalópole. Aí cruzam-se relações, processos e estruturas de todos o tipos, em diferentes direções e gradações" (p. 55) – dentre as quais, incluiríamos o turismo e as atividades que lhe são tributárias ou resultantes (lazer, cultura, negócios, entretenimento); com isso, as particularidades do lugar, mesmo num contexto de globalização, ainda seriam capazes de conferir significados suficientemente fortes para a atração de visitantes interessados na fruição de paisagens urbanas, constituindo-se em experiências turísticas atraentes.

leva a "desdobramentos de centralidades", e não propriamente "deslocamento de centralidades", já que, no caso da região central, este território "não perde sua atribuição de central, mas de única centralidade" (ALVES, 2005, p. 139-140). Neste sentido, observam-se, de maneira dialética, a "descontinuidade das atividades produtivas no espaço" e, decorrente disso, um processo de "hierarquização de centralidades", em que

ações de grupos que se articulam [no âmbito das várias regiões da cidade, como Berrini, Nova Faria Lima, Paulista, Centro Empresarial, Centro Histórico e tradicional] montam estratégias conjuntas com o poder público e acabam por favorecer as transformações espaciais necessárias à reprodução do sistema [de acumulação do capital] (ALVES, 2005, p. 141)

O emprego industrial, setor que entra na fase de descentralização a partir da década de 1970, perde participação para o setor terciário, em atividades que, de alguma maneira explicam as metrópoles contemporâneas e ensejam contexto para o desenvolvimento da atividade turística. Em 2000, na Grande São Paulo, 53% das pessoas empregadas estavam no setor de serviços – ante a 40,7% em 1985; e a indústria representava 19,9% dos empregos – contrastando com os 32,8% de 1985 (CARLOS, 2005).

Este contexto enseja a proposição e execução de políticas e intervenções urbanas localizadas, de maneira quase tópica, materializando, portanto, o caráter descontínuo e cada vez mais fragmentado da urbanização contemporânea, em que as intenções relativas ao turismo são expressas de maneira tênue.

O turismo se atrela, na verdade, por meio do discurso de recuperação do patrimônio histórico e arquitetônico, nas áreas centrais pelo viés da cultura e, particularmente, ao patrimônio edificado monumental. Já as operações urbanas trabalham no sentido da criação de novas centralidades onde o setor hoteleiro é quem faz a aproximação com o turismo assim como a criação de ícones arquitetônicos. Outro elemento observado será a criação de planos e programas voltados à gestão do fluxo de turistas e sua apropriação pela cidade e que na sua maioria prescindem da realização de grandes projetos.

Projetos para o Centro Histórico

Entre os anos 1970 e 2000, somente para o centro da cidade – particularmente a região da Luz –, foram estabelecidos vários planos de intervenção, com ênfases, vicissitudes e resultados

variados, conforme apresentado e discutido por César et al. (1977), Kara José (2007), Tozi (2007), dentre outros.

Dentre as iniciativas que referenciam o turismo como estratégia para a área central, podese destacar o Projeto Luz Cultural, de 1985, Programa de Requalificação Urbana e Funcional do Centro de São Paulo – PROCENTRO, de 1993, o Pólo Luz Cultural, de 1999, e o Programa Monumenta-BID, em curso desde 1999¹¹⁷.

O **Projeto Luz Cultural** (1985), ainda que expressasse um desejo de desenvolvimento turístico, insinuava um olhar turístico para o patrimônio da região, mas sem uma interpretação abrangente do turismo¹¹⁸, por mais que se propusessem a implantar um "roteiro turístico", não se observa uma integração efetiva da cadeia produtiva do turismo, a julgar pela pouca expressão comercial das propostas.

Restringiu-se a publicações de folhetos, isoladamente pelas várias entidades presentes na região, com roteiros e informações técnicas e de visitação às construções entendidas como de apelo cultural e turísticos, numa "visão monumental de patrimônio" (TOZI, 2007, p. 102; KARA JOSÉ, 2007, p. 63).

O Programa de Requalificação Urbana e Funcional do Centro de São Paulo – **PROCENTRO** (1993), visto como "braço político" da Associação Viva o Centro (fundada em 1991), teve grande influência na constituição da Operação Urbana Centro (1997), momentos em que o Estado de São Paulo atua fortemente em intervenções monumentais na região da Luz (Polo Luz), com a restauração da Pinacoteca, a instalação da Sala São Paulo (1999), na Estação Júlio Prestes, e adequação da Estação da Luz, para receber o Museu da Língua Portuguesa (KARA JOSÉ, 2007, p. 57) Dentre suas linhas de ação – ainda que não fosse a principal – figuravam "incentivos às atividades culturais, de lazer e turismo" (SIMÕES JR, 1994, p. 60).

¹¹⁷ Neste período, foram conduzidos outros conjuntos de intervenções na área central, no entanto, sua vinculação com o turismo não é direta e por isso não foram tratadas na sua especificidade. São elas: Área da Luz (1974), Plano de Revitalização do Centro de São Paulo (1975), Projeto Sé-Arouche (1992), Boulevard São João (1991) e a Operação Urbana Anhangabaú (1991). Entre outros aspectos, podem-se citar as ênfases na questão habitacional, na requalificação de espaços públicos e recuperação de atividades econômicas no Centro (mas sem fazer menção direta ao turismo).

¹¹⁸ A autora deixa transparecer uma visão de que o turismo é uma atividade que pode ser praticada pela população em sua própria cidade, dando a entender que esta era a visão do Projeto Luz Cultural: "O Projeto Luz Cultural visa, por meio da divulgação dos bens culturais, a atrair a população para que seu aproveitamento turístico atuasse como forma de revitalização do bairro" (KARA JOSÉ, 2007, p. 61).

Com mais de dez anos de diferença, o **Pólo Cultural Luz** (1999), foi capitaneado pela Secretaria de Estado da Cultura e referenciado no documento "São Paulo Centro: uma nova abordagem", de 1996. Nele, propunha-se a Estação da Luz como "pólo difusor" de transformações urbanas em "áreas de intervenções estratégicas".

Esta iniciativa não se definiu de maneira concreta, com a definição de perímetros, mas conjugou outras intervenções em curso no momento, "de menor proporção física e financeira", como a restauração do Mosteiro da Luz, a ampliação do Museu de Arte Sacra, a recuperação do Jardim da Luz, o restauro e transformação do antigo DEOPS em centro cultural (atual Estação Pinacoteca) e a implantação do Museu da Energia, nos Campos Elíseos.

Neste momento, confirma-se a ideia de que os projetos deveriam se concentrar em "âncoras culturais", que serviria de referência para o Monumenta em São Paulo – focado em edifícios de apelo monumental e necessariamente tombados na esfera nacional, pelo IPHAN.

No início dos anos 2000, a Prefeitura Municipal de São Paulo, no âmbito da então Administração Regional da Sé (AR-Sé) concebeu o Plano Reconstruir o Centro, que estava composto de oito programas: Andar no Centro, Morar no Centro, Trabalhar no Centro, Descobrir o Centro, Preservar o Centro, Investir no Centro, Cuidar do Centro e Governar o Centro.

No que tange especificamente às funções turísticas, o **Programa Descobrir o Centro** estava composto de quatro diretrizes, sendo que seu foco não eram apenas os turistas, senão todos os visitantes à região.

Finalizada a gestão de Marta Suplicy (2000-2004), no âmbito do qual o Plano foi concebido, não seguida de sua reeleição, nota-se que algumas ações previstas foram concretizadas – especialmente no âmbito do Programa Descobrir o Centro (**Quadro 4**), como implantação de sinalização turística, implantação do Turismetrô, instalação de uma CIT (Central de Informação Turística) na Galeria Olido, reabertura dos Cines Marabá e Marrocos, o que sugere uma concretização das ações em favor do turismo na região central.

Diretriz	Ações
Otimização de infra-estrutura de turismo, cultura e recreação	Transferência dos centros de informação turística do espaço público para edifícios públicos de interesse arquitetônico
	Melhoria da sinalização turística
	Capacitação de profissionais de turismo
	Capacitação de agentes de recreação (em parceria com o SESC)
	Estímulo a revitalização de salas de cinema e teatros
Valorização da	Programação de roteiros para estudantes da Região Metropolitana
identidade	Programação de roteiros para turistas
cultural	Feiras temáticas
Cultura, lazer e recreação: fim de tarde e	Estímulo a programas de cultura e lazer a partir das 18h
	Estímulo a programas de cultura e lazer os finais de semana
	Ampliação do horário de funcionamento dos equipamentos culturais públicos e privados
	Multiplicação de atividades e facilidade de acesso aos equipamentos culturais públicos
fim de tarde e	Itilização de estacionamentos e outros espaços para esporte à noite e em fins de emana
no Centro	Extensão de horários dos principais parques
no centro	Ruas de lazer
	Atividades esportivas e culturais para moradores de rua
	Apoio a projetos existentes de atendimento a crianças e adolescentes

Quadro 4 – Diretrizes e Ações do Plano Reconstruir o Centro (2000) Fonte: adaptado PMSP (2000)

Além dessas três diretrizes, o Plano, através deste programa, previa a implantação do Projeto Corredor Cultural, com coordenação da EMURB (Empresa Municipal de Urbanização), com três linhas ação a) redefinição do espaço do pedestre favorecendo o andar, b) tratamento paisagístico, de iluminação e sinalização e c) redefinição do mobiliário urbano. Dentre os encaminhamentos previstos, registra-se a implantação do pórtico na Praça do Patriarca, bem como seu fechamento ao trânsito de veículos, além da reforma na Praça Dom José Gaspar, auspiciada, em parte, por uma operadora de turismo instalada no local (Maringá Turismo).

Em janeiro de 2004, foram entregues as obras de remodelação das praças Dom José Gaspar, Ramos de Azevedo e de trecho da Rua Xavier de Toledo, parte do "Programa Ação

Centro", com custo total estimado em US\$ 168 milhões em 130 obras, incluídos recursos negociados com ao Banco Inter-Americano de Desenvolvimento, na linha do Programa Monumenta.

Pinto e Galvanese (2006, p. 116) argumentam que este projeto – "território de aglutinação de funções urbanas qualificadoras" – referenciou-se na idéia de desenho urbano, de maneira a se buscar uma "superação crítica" de intervenções em espaços fechados e em lotes isolados. Para os autores, "o desenho seqüencial do chão dos espaços públicos abertos atua como um sistema indutor de características do ambiente urbano (...) como uma rede de articulação de fluxos" entre a Praça Dom José Gaspar, passando pelo Viaduto do Chá, até atingir a Praça do Patriarca e o Centro Cultural Banco do Brasil.

O **Programa Monumenta-BID** é conduzido pelo governo federal desde 1999, mas sua operacionalização avança na gestão Marta Suplicy (2000-2003). O "Conjunto Histórico da Luz" é apresentado como referência para intervenções, mas, como a prerrogativa do Programa são intervenções em conjuntos urbanos, foram tombados, pelo IPHAN, a "toque de caixa" a Estação Júlio Prestes (gare e praça lindeira), Pinacoteca do Estado e esculturas do Jardim de Luz, além de dois bondes e um coreto, que viriam a formar juntamente com a Estação da Luz (tombada em 1995) e o Museu de Arte Sacra. Na Estação Júlio Prestes, foi instalada a Sala São Paulo e na Estação da Luz, o Museu de Língua Portuguesa (KARA JOSÉ, 2007, p. 199). A Sala São Paulo, promovida como uma das mais importantes salas de concertos do mundo, "tornou-se o ícone da política de revitalização urbana do governo do estado e a principal 'alavanca' para a consolidação da ideia de pólo cultural" (KARA JOSÉ, 2007, p. 205).

Conforme argumentam Kara José (2007) e Tozi (2007), o Programa Monumenta valoriza uma escala monumental do patrimônio, fortemente vinculada ao seu sentido material, algo que alimenta políticas de espetacularização do patrimônio cultural – "alardeado com estardalhaço" (ARANTES, 2001, p. 147) – e da cidade – num processo de "urbanalização" (MUÑOZ, 2008)¹¹⁹ –, tão presentes nos grandes projetos urbanos contemporâneos – vide a contratação de "arquitetos do *star system*" (2001, p. 147) para realização de projetos emblemáticos. Assim, essas intervenções seriam encaradas como "âncoras culturais", recobrando as iniciativas conduzidas em Paris nos anos

¹¹⁹Muñoz lembra que a "urbanalização" se faz presente, no contexto urbano atual, principalmente em quatro situações urbanas: o centro histórico (orientado ao "consumo e às atividades relacionadas ao lazer, à cultural ou ao turismo global"), as frentes marítimas (um "território divertido", com "usos comerciais, lúdicos e turísticos"), os espaços comerciais controlados – ao que agregaríamos a ideia de "festival marketplace", observada nos EUA a partir da década de 1970 – e as zonas residenciais de baixa densidade – que, na realidade brasileira, seriam representados pelos condomínios fechados (MUÑOZ, 2008, p. 65-66).

1970, quando foi implantado do Centre George Pompidou/Beaubourg, expressão de grande projeto urbano que conjuga empreendedorismo com o apelo cultural (KARA JOSÉ, 2007, p. 198).

Concebido entre 2006 e 2008, o do Projeto de Desenvolvimento do Turismo no Centro de São Paulo – chamado de **Turismo no Centro** – representa um exemplo de trânsito de demandas – neste caso, da Associação Viva o Centro (que não tem no turismo o foco de sua atuação, mas influenciou fortemente a constituição da Operação Urbana Centro, em que o turismo é um dos temas de destaque), conduzida ao COMTUR.

O projeto deveria ser "capaz de reposicionar a imagem e resgatar o real valor da região" (TURISMO NO CENTRO, 2008, p. 9). Para tanto, foram realizados inventário e diagnóstico turísticos e uma série de estratégias e propostas, que tinham por objetivo "o aprimoramento dos produtos e serviços para posicionar o Centro de São Paulo competitivamente no cenário turístico da cidade" (p. 10). A abrangência do Plano englobava, grosso modo, os distritos Sé e República, além de pequenas parcelas dos distritos Santa Cecília e Bom Retiro (**Figura 30**).

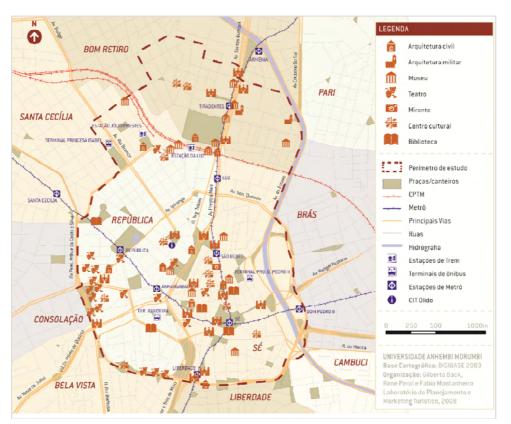


Figura 30 – Delimitação do perímetro e localização de atrativos turísticos – Turismo no Centro (2008)

Fonte: Turismo no Centro (disponível em www.cidadedesaopaulo.com/turismonocentro)

A contextualização do Centro no Plano é feita de maneira contundente, indicando uma dicotomia entre "decadência e ressurgimento":

Com algumas exceções, as residências nos distritos Sé, República e Bom Retiro são ocupadas por famílias carentes, com pouco acesso a serviços básicos e ao mercado consumidor. Proliferam-se os cortiços e moradias ilegais. Escritórios e empresas se transferem para outras áreas da cidade, como a Avenida Paulista. Crescem os problemas de segurança, comércio informal e consumo de drogas. À noite, raros são os usos sociais positivos.

As iniciativas positivas – "seguindo tendência mundial de revitalização de centros históricos das grandes cidades" – apresentadas restringem-se à formação da Associação Viva o Centro, em 1991, e o Programa de Requalificação Urbana e Funcional do Centro de São Paulo (PROCENTRO), em 1993, apontado no documento como referência para a Operação Urbana Centro. Quanto a isso, convém registrar que, em realidade, o histórico de planos, projetos e intervenções na região central remontam a década de 1970, com o Plano de Revitalização do Centro de São Paulo, em 1975, durante a gestão Olavo Setúbal (1975-1979).

O Plano de Ação do está composto de quatro macro-estratégias (Estruturação da Oferta Turística, Aprimoramento da Qualidade dos Serviços, Consolidação da Imagem do Centro para o Turismo, Gestão do Plano/Pesquisa e Informação), que, por sua vez, se compõem de várias ações, algumas já iniciadas e outras à espera de participação de outras instâncias ou da iniciativa privada. Dentre as ações do plano, somente um sugere alguma relação com as intervenções urbanas, no entanto, de maneira muito burocrática ("Estabelecer um programa de melhoria da infra-estrutura que contemple ações de adequação do centro para a operacionalização de roteiros turísticos").

Operações Urbanas (Consorciadas)

Em São Paulo, as Operações Urbanas Consorciadas (que têm um histórico de proposição e aplicação anterior ao Estatuto das Cidades¹²⁰) congregam alguns elementos que nos permitem entendê-las como uma prática aproximada aos grandes projetos urbanos observados alhures. Como instrumentos urbanísticos, as OUCs introduzem "uma visão contemporânea do projeto

¹²⁰As Operações Urbanas Consorciadas, como "instituto jurídico e político", estão previstas nos artigos 32°, 33° e 34° do Estatuto das Cidades (Lei 10.257, 10 de julho de 2001) e são definidas como "conjunto de intervenções e medidas coordenadas pelo Poder Público municipal, com a participação dos proprietários, moradores, usuários permanentes e investidores privados, com o objetivo de alcançar em uma área transformações urbanísticas estruturais, melhorias sociais e a valorização ambiental" (art. 32°, §1°).

urbano, para além do tradicional zoneamento urbano", redefinindo o papel dos agentes privados na produção do espaço urbano (ALVIM et al., 2011, p. 214).

Assim, em primeiro lugar, é importante expor que as Operações Urbanas, nas suas várias formas e acepções, contêm e, em certos casos, expressam a lógica contemporânea dos projetos urbanos, segundo observado até aqui e que corresponde à principal categoria de análise desta tese. Tanto a terminologia, quanto as práticas que se relacionam com os projetos urbanos são multifacetadas e envoltas em bastante dissonância e ideologia. Na prática, significa dizer quer há muitas indefinições sobre o que considerar um projeto urbano; porém, ao estudar as operações urbanas (tanto no Brasil, quando outras experiências assemelhadas em outros países) dois aspectos são essenciais: o primeiro é a presunção de que certas partes do território devem ser tratadas em regime de exceção em face de regras previstos pelas políticas urbanas e legislações decorrentes – como "flexibilização do uso do solo", através de atenuação "do rigor do zoneamento" (SAVELLI, 2003) e a "miniaturização do espaço fiscal" (WEBER, 2008). O outro aspecto, decorrente do anterior, é a definição, muito marcada, de perímetros de intervenção, onde, por lei, se prevêem benefícios e tratamento urbanístico diferenciado. E, em segundo lugar, vem o fato de que em São Paulo a prática urbanística que mais assemelha às experiências de gestão por projetos urbanos são as operações urbanas. Conforme atesta Maleronka (2009), "a operação urbana consorciada se apresenta como instrumento próprio para promover projetos urbanos por meio de parcerias, alinhando-se às noções contemporâneas de projeto urbano e parceria público-privada" (p. 160).

De maneira objetiva, as Operações Urbanas, em São Paulo, já têm um histórico formal de cerca de 20 anos (ainda que outras formas deste instrumento já venham sendo discutidas e pontualmente aplicadas desde fins da década de 1970). Porém, seu enquadramento como instrumento urbanístico, no bojo de uma política urbana abrangente, se dá com o advento do Estatuto das Cidades, em 2001 e, particularmente à cidade, em 2002, quando da realização do Plano Diretor Estratégico da Cidade de São Paulo, que propõe um novo conjunto de OUCs.

Namaior parte dos projetos urbanos paulistanos (tanto nas OUCs existentes, quanto nas propostas), não fica explícita, intenção de se desenvolver o turismo, em que urbanidade paulistana viesse a ser apresentada como atrativos para subsidiar a atividade. Se, entre a década de 1950 e 1980, algumas ações levaram à constituição de referenciais turísticos, trata-se, aparentemente, de efeitos não objetivados na dimensão dos mecanismos de planejamento urbano.

Vem sendo bastante difundida a tese de que as intervenções no Centro – dentre as quais, aquelas que objetivam o desenvolvimento turístico – estariam organicamente articuladas a

interesses particularizados e com orientações que reforçariam o sentido de exclusão social – por exemplo, Kara-José (2007) e Castro (2006).

Contudo, sem desconsiderar a seriedade desses apontamentos, é importante registrar que, do ponto de vista de política urbana – e especialmente um instrumento específico (operações urbanas) – são estes momentos em que se leva em conta, de maneira declarada, a integração com a atividade turística.

No que tange aos seus propósitos das operações urbanas – de caráter mais "indicativo" do que efetivamente "propositivo" (MALERONKA, 2009) – notam-se menções atinentes ao ambiente urbano como um todo, que podem indicar alguma relação com o turismo, tais como "valorizar os imóveis de interesse arquitetônico e promover a harmonização do desenho urbano", sem, contudo, perspectivas de desenvolvimento turístico.

Nos benefícios esperados, da mesma forma, podem-se antever pressupostos que, no quadro atual, seriam considerados estratégicos para o desenvolvimento do turismo urbano: "melhoria dos espaços públicos", "incentivo à preservação de imóveis de interesse histórico, arquitetônico e paisagístico", "aumento da atratividade da área central para exercício de atividades diversificadas".

No período dos governos Mário Covas (1983-1985), Jânio Quadro (1986-1988) e Luiza Erundina (1989-1991) tanto os planos diretores, quanto a figura das operações urbanas foram sofrendo mudanças de natureza jurídica, política e operacional, até que, finalmente, em 1991, a primeira delas — **Operação Urbana Anhangabaú** — é aprovada em lei (Lei nº 11.090, de 16 de setembro de 1991). Até o momento, foram aprovadas e estão em execução cinco operações urbanas (Anhangabaú, Faria Lima, Águas Branca, Centro e Água Espraiada), contudo as conexões (ainda que indiretas) com o turismo podem ser observadas apenas em algumas delas.

A Operação Urbana Anhangabaú, no que tange aos seus propósitos – que acabaram sendo bastante restritos, depois se confirmaria – notam-se menções atinentes ao ambiente urbano como um todo, tais como "valorizar os imóveis de interesse arquitetônico e promover a harmonização do desenho urbano", sem, contudo, perspectivas de desenvolvimento turístico.

Nos benefícios esperados, da mesma forma, há pressupostos que, no quadro atual, seriam considerados estratégicos para o desenvolvimento do turismo urbano: "melhoria dos espaços públicos", "incentivo à preservação de imóveis de interesse histórico, arquitetônico e paisagístico",

"aumento da atratividade da área central para exercício de atividades diversificadas" (CASTRO, 2000, p. 78).

No caso da **Operação Urbana Consorciada Faria Lima** (1995), infere-se pouca ou nenhuma perspectiva de desenvolvimento turístico em sua proposição e execução. É interessante notar que, a despeito de um eventual aumento de serviços agregados ao turismo (hospedagem, alimentação e comércios¹²¹), os maiores referenciais ao turismo vinculados a esta região são de caráter simbólico: como reforçando uma nova centralidade terciária na região – uma "nova Paulista – a OUFL confirma e consolida o desenho do vetor sudoeste no tocante ao mercado imobiliário e à implantação de empreendimentos vinculados ao setor de serviços.

De uma maneira indireta, isso contribui para alimentar os "mitos" de uma cidade global, à qual, presumivelmente, se acoplam os serviços de atenção ao turista (eminentemente de viajantes de negócios), bem como à construção de "miragens" que projetam uma imagem de cidade arrojada e interligada aos fluxos da economia mundial. Em uma palavra, é a paisagem urbana como recurso (e, no limite, produto) turístico (BESSA, TEIXEIRA, 2007), em que pese o urbano articulado à "economia de signos e espaços" (LASH, URRY, 2002).

Note-se que, conforme seria de supor com relação às intervenções no centro da cidade (a partir do patrimônio histórico material valorizado, por exemplo) – e que serão explicitadas na Operação Urbana Centro – aqui não se propõe a constituição ou valorização de atrativos turísticos específicos, o que não desvincula a aplicação deste mecanismo com a construção de uma imagem de cidade turística. Esse movimento – geração de imagens e ícones urbanos, que acabam se recobrindo de algumapelo turístico – será exacerbado no movimento de expansão do vetor sudoeste, quando a Marginal Pinheiros, em trecho mais ao sul, é incorporada mais recentemente à dinâmica de valorização imobiliária.

A **Operação Urbana Água Branca** foi definida por lei em 1995 e apresenta bem poucos vínculos com o turismo, a exceção de elementos cuja existência não resultam das prerrogativas desta operação urbana – por exemplo, o complexo do Memorial da América Latina, como pólo gerador de turistas e marco simbólico (ainda que desvalorizado) da cidade; ou o próprio Terminal Rodoviário da Barra Funda, como elemento articulador da atividade turística, no que tange a

Capítulo 3. Turismo e projetos urbanos em São Paulo

¹²¹Não identificamos nenhum empreendimento hoteleiro ao longo da Avenida Faria Lima e, além do Shopping Iguatemi, um referencial para compras na capital paulista, os demais empreendimentos são de porte reduzido e, possivelmente, bem pouco atraentes individualmente à atração de fluxos turísticos.

acessibilidade à cidade para os fluxos turísticos do modal rodoviário (ônibus interestaduais e de excursão, que se valem do Terminal Turístico disposto no interior daquela terminal).

Já com relação à **Operação Urbana Centro**, aprovada em lei em, percebe-se, de maneira mais contundente, a perspectiva de uma "turistificação" da área central paulistana, servindo de referência para propostas e ações que se estendem até os dias atuais. Ou seja, a partir de um mecanismo de gestão diferenciada do espaço urbano, vislumbram-se concatenações objetivas com o turismo – seja por suas práticas efetivas (visitação turística aos espaços e atrativos centrais), seja pelo simbolismo ao qual se passará acreditar maior importância desde então.

Se, por um lado, são recorrentes e claras as menções e intenções de estímulo a atividades de cunho turístico (notadamente hotéis), por outro, na formação da Comissão Executiva da Operação Urbana Centro – com o propósito de identificar formas de atuação do poder público em face dos objetivos da Operação Urbana Centro – não figurava entidade do setor de turismo. Convém registrar que, neste momento, a Anhembi Turismo e Eventos já estava reconhecida, desde 1992, como entidade oficial de turismo da cidade de São Paulo e que outras secretarias municipais tinham representação na citada comissão (Cultura e Planejamento).

Assim, haveria de se perguntar que visão de turismo seria esta. Ao se reconhecer uma dinamização urbana voltada ao turismo, cultura e lazer na Operação Urbana, o poder público local – associado a interesses privados – parece confiar na participação do turismo na dinâmica urbana do centro.

Porém, com uma representação especializada ausente, é de se supor o caráter superficial e, quiçá, estereotipado sobre as medidas voltadas ao desenvolvimento do turismo urbano em São Paulo, particularmente na área central.

Convém, ainda, relatar as razões que, no caso dos hotéis, fazem da OUC um novo fracasso: uma parte das propostas encaminhadas foi desconsiderada por desistência dos proponentes, já que, tanto o incentivo legal para ocupação do solo na região não era tão atraente (no comparativo com outras áreas), quanto porque a própria dinâmica da região central não justificou, plenamente, os empreendimentos.

Aliás, o seu contrário: vide o fato da saída da unidade do Hotel Hilton, o primeiro de cadeia internacional em São Paulo, em favor de sua nova unidade no Morumbi. Na ocasião, foram inaugurados apenas dois hotéis na região: Novotel Jaraguá, através da aplicação da bandeira Accor

ao já existente Hotel Jaraguá, e o Mercure São Paulo Downtown¹²², que manteve a fachada da garagem de bondes, mas não se valeu do aproveitamento do potencial construtivo da Z4 (CA=4), já que o *business plan* do hotel mostrou que isso geraria instalações desmesuradas para o negócio na região (CASTRO, 2000, p.166).

Outros aspectos merecem ser destacados na gestão urbana paulistana, especialmente no que tange à região central. Houve influxo de referências e práticas na passagem dos anos 1990, quando a noção de "revitalização" (no sentido de "dar nova vida") transmuta-se em "requalifição" – em face do enfraquecimento social e econômico do centro, nos anos 1960, fazendo emergir com mais ênfase prerrogativas do planejamento estratégico de cidades (KARA JOSÉ, 2007, p. 114).

O projeto de lei para **Operação Urbana Água Espraiada** foi formulado em 1991, tendo, como maior intervenção, a construção de avenida de fundo de vale, entre a Marginal Pinheiros e o bairro do Jabaquara – sem, contanto, atingir a Rodovia dos Imigrantes. Seriam gerados aproximadamente US\$ 350 milhões com a venda do direito de construir, num total de 3,2 milhões de m² de área de construção adicional (CASTRO, 2000, p. 184).

Destaca-se a incorporação de toda a extensão das Avenidas Engenheiro Luis Carlos Berrini e Dr. Chucri Zaidan, nas adjacências até a Marginal Pinheiros, região onde se implantou o conjunto de pontes estaiadas com recursos proveniente de CEPACs. Sintomaticamente, ao longo do canal do Rio Pinheiros vão se constituir, mediante enclaves urbanísticos ou "pólos diferenciados" (CARLOS, 2004, p. 80), os nexos do local com a economia global, incluindo toda sorte de construções imagéticas que dão suporte à difusão de uma globalidade paulistana.

Vide o exemplo, recente, da ponte estaiada sobre o Rio Pinheiros— obra prontamente incorporada como cartão-postal de São Paulo¹²³ (**Figura 31**), no sentido *stricto* (os cartões postais, vendidos em bancas de jornal da Avenida Paulista dizem na legenda se tratar da "maior ponte estaiada em curva do mundo"), e também simbólico, fazendo parte de numerosas publicações promocionais da cidade.

¹²² Atualmente, este hotel é administrado pela rede AtlanticaHotelsInternational, com a marca Comfort.

¹²³ "A ponte Octavio Frias de Oliveira, (...) [foi] inaugurada no dia 10 de maio deste ano. É a maior obra da gestão do prefeito Gilberto Kassab (DEM), embora tenha sido iniciada no governo da ex-prefeita Marta Suplicy (PT). A obra, que custou R\$ 260 milhões, liga a marginal Pinheiros à av. Jornalista Roberto Marinho e foi concebida para desafogar o tráfego da marginal e ligá-la à rodovia dos Imigrantes – a ponte já se tornou um dos mais importantes cartõespostais de São Paulo". "Ponte Octavio Frias de Oliveira ganha luzes especiais para o Natal". Folha de São Paulo, 12 dez. 2008 (ênfase adicionada).



Figura 31 – Ponte Estaiada Octavio Frias de Oliveira e região da Avenida Eng. Luis Carlos Berrini Foto: Roberto Caldeyro Stajano (Studio Stajano) (2008)

Assim, os resultados urbanísticos desta operação urbana são aqueles que mais claramente expressam a produção de espaços urbanos de recortes globalizados, alinhados, em alguns aspectos, aos grandes projetos urbanos internacionais de referência – por exemplo, Docklands, em Londres, e Battery Park City, em Nova York, ou ainda Puerto Madero, em Buenos Aires.

Falamos, efetivamente, do desenho e conceito das construções, das sociabilidades atuantes na produção de novas territorialidades urbanas, no caráter diferenciado de certas porções urbanas em relação à complexidade e amplitude da metrópole e, em certa medida, na produção de ícones e paisagens urbanas reconhecíveis a uma cidade global.

No conjunto e de maneira apriorística, isso parece ser um sinal de que São Paulo, a julgar pela presença de um novo *business district* alinhado em forma e função às demandas globais da economia, estaria efetivamente no caminho de uma cidade global. Há, porém, que destacar os contra-argumentos que, no caso da urbanização brasileira — e latino-americana em geral — relacionam-se com a exacerbação das diferenças sociais, expressas, de maneira contundente, na produção excludente do espaço urbano nesses enclaves globais.

Por exemplo, o contraste visual e social entre os usos ensejados pelo desenvolvimento imobiliário da Berrini com a pobreza materializada por favelas no seu entorno são explícitos,

conforme mostram os trabalhos de Fix (2007) – "resultado concreto é uma paisagem que expressa algumas das incongruências do Brasil atual" (p. 160) – e Ferreira (2007)¹²⁴.

A intensificação das atividades vinculadas ao turismo de negócios – cujos gastos médios dos viajantes são maiores e menos sujeitos à elasticidade de preço – estaria se aprofundando(ainda que já fosse presente desde a década de 1970) apenas nas décadas recentes, coincidindo com a construção de uma imagem de "cidade global". Neste processo, os ícones urbanos desempenham um papel importante, em que as grandes edificações hoteleiras são marcas a compor uma paisagem de natureza pós-moderna.

Spolon (2006) comenta que, "no clima de renovação" em que se inserem as operações urbanas, a cidade de São Paulo "tem buscado saídas para melhor adaptar-se às novas exigências dos espaços globais, globalizados. Desde então, um dos ramos que mais se desenvolveu na cidade, do ponto de vista estético e urbanístico, foi o hoteleiro" (p. 102).

Neste contexto, mesmo que novas áreas sejam incorporadas a um novo mercado imobiliário, também se observam iniciativas para a recuperação econômica e física na área central. Com efeito, é nessa região que estão localizados os principais atrativos turísticos paulistanos, onde, com base na mercantialização patrimonial, se desenvolvem um conjunto de propostas desde os anos 1970.

Atualmente, a região central é alvo do **Projeto Nova Luz**¹²⁵, que, segundo suas características, pode considerar-se um projeto urbano voltado para a requalificação de espaços urbanos típico do planejamento estratégico de cidades, incluindo a participação de grande empresa de consultoria internacional – ainda que não voltado ao desenvolvimento turístico.No discurso do executivo municipal, "umas das maiores intervenções urbanas já realizadas em São Paulo" viria para "mudar radicalmente, para muito melhor [...] uma área antes estigmatizada como 'Cracolândia'". Ademais, almeja-se "criar uma região exemplar, nova e arrojada", que, dentre outras diretrizes, "respeita e estimula a vocação econômica da região" (EMURB, 2010).

Capítulo 3. Turismo e projetos urbanos em São Paulo

¹²⁴Ao mesmo tempo em que as favelas foram removidas para a implantação de empreendimentos terciários e viários na região, houve um esvaziamento dos significados para usos residenciais, algo que, recentemente, começa a ser revertido, com o lançamento de empreendimentos imobiliários residenciais – previsão de 1500 apartamentos em 2010 – , o que poderia levar "vida' à avenida dos centros empresariais" ("Prédios residenciais chegam à Berrini", **O Estado de São Paulo**, 10 nov. 2007).

¹²⁵O Projeto Nova Luz, conquanto sendo uma iniciativa ainda em proposição, foi citado e apresentado apenas para indicar uma continuação de intenções de tratar certas porções da cidade – no caso, no Centro da cidade – de maneira diferenciada e, ainda, para enfatizar que, contemporaneamente, os mecanismos de gestão urbana parecem não creditar grande importância ao turismo e atividades correlatadas.

No mesmo momento em que se aprovava a Lei de Concessão Urbanística (Lei 14.917, de 7 de maio de 2009), se encaminhava lei específica que "autoriza a aplicação" deste mecanismo à região da Nova Luz (Lei 14.918, de 7 de maio de 2009). Desde maio de 2010, o Consórcio Concremat/Cia. City/FGV/AECOM vem conduzindo estudos que vão direcionar a forma de concessão aos empreendedores privados. Espera-se que o mecanismo renda até R\$ 2 bilhões à Prefeitura, pagos por grupo privado concessionário durante os cinco anos de vigência previstos para a concessão da área de mais de 360 mil m². Com alguns elementos diferentes dos das Operações Urbanas Consorciadas, a Concessão Urbanística pressupõe a entrega da gestão do território – e, em última análise, o próprio planejamento da cidade – para um concessionário, que deverá respeitar os requisitos do plano formulado para a área. Este é, inclusive, uma das críticas mais intensas com relação a este mecanismo, tendo em vista que, pelo Estatuto das Cidades, apesar de prever a articulação entre poder público e iniciativa privada na gestão das cidades, tem o compromisso de organizar a política urbana em função dos artigos 182º e 183º da Constituição Federal, que, entre outros aspectos, garante ao poder público municipal a execução da política de desenvolvimento urbano.

O primeiro documento entregue pelo consórcio ("Nova Luz: Visão e Diretrizes Urbanísticas") enxerga, como o oportunidade, o aproveitamento da "vitalidade do comércio e das atividades culturais existentes para atrair novos moradores, trabalhadores, estudantes e visitantes". Para tanto, do ponto de vista da articulação do tecido urbano, as atuações devem ser referenciadas em âncoras, ligações e setores, os quais congregam tecnologia e comércio, cultura e entretenimento e residências e comércio.

Nessas diretrizes, há menções indiretas às atividades de "lazer", "cultura" e "entretenimento" – mas não a turismo, apesar de, em suas diretrizes, estar subentendido que melhorias no espaço público e dinamização de usos do patrimônio cultural podem levar à fruição turística¹²⁶. Importante notar os paralelos entre as propostas para a Nova Luz e experiências internacionais (Ramblas, em Barcelona, e Bryant Park, em Nova York). Além disso, a AECOM, uma das empresas do consórcio, tem sido apresentada com entusiasmo, na mídia, por ter desenvolvido projetos de "regeneração urbana" em outros países, como o "plano diretor para as Olimpíadas de

Capítulo 3. Turismo e projetos urbanos em São Paulo

¹²⁶Sobre o enfoque turístico no Nova Luz, convém resgatar o apelo do Executivo Municipal (pela Subprefeitura da Sé), com várias menções ao turismo como atividade a ser estimulada na região. O encarte promocional, sem data (mas certamente anterior ao ano de 2008): "Arquitetura, história e cultura que atraem turistas do mundo todo. E vão revitalizar o seu negócio. [...] Enfim, uma nova luz para a cultura e o turismo da cidade. E uma nova luz para seus negócios" (PMSP, sem data).

Londres", o "plano de reconstrução do centro de Manchester" (Reino Unido)¹²⁷ e projeto na área portuária de São Francisco. O "estratégico" não figura nos documentos da Prefeitura, que definem essas operações, mas constam da descrição do projeto feita pela empresa¹²⁸.

Com isso, parece se desenhar o cenário para um grande projeto urbano, no centro da capital, no contraponto da alta valorização fundiária e simbólica de outras áreas da cidade (Berrini/Marginal Pinheiros), mas afiliadas a um mesmo movimento de empreendedorismo urbano. Ocorre, no entanto, que as mesmas contradições e vicissitudes da urbanização brasileira continuam expostas¹²⁹, o que, sem dúvida, traz impactos e condiciona as possibilidades de desenvolvimento do turismo no contexto urbano paulistano.

Conforme argumenta Alves (2005), "[o] que se tem procurado é fazer do Centro novamente lugar de atração de capitais. Principalmente os empreendedores privados visam a recuperar as aplicações feitas na área e não deixar que avance a 'degradação' do lugar, pois isso implicaria a desvalorização de seus imóveis, negócios, enfim, do seu patrimônio" (ALVES, 2005, p. 143).

Tanto as intervenções no marco das operações urbanas, quanto as demais iniciativas para área central expõem certo alinhamento de São Paulo aos preceitos do empreendedorismo urbano, incorporando espaços urbanos centrais à atividade turística, em que pese a perspectiva de geração de fluxos turísticos, bem oportunidade de experiências urbanas projetadas, não sem buscar projetar uma imagem de cidade global, no tocante às questões do patrimônio.

Os mecanismos de gestão urbana nas últimas décadas, se favorece certos setores (notadamente o imobiliário), não tem trazido visíveis benefícios ou privilégios ao setor de turismo. O agrupamento de interesses em favor da "revalorização" do centro e o argumento favorável ao desenvolvimento do turismo aparecem nas iniciativas de grupos que, por origem, não teriam nesta atividade seu foco de atuação – caso da já citada Associação Viva o Centro, que teve papel preponderante na formatação do PROCENTRO, da Operação Urbana Centro e do projeto Turismo no Centro.

¹²⁷ Empresa que fez plano para Londres-2012 fará projeto da Nova Luz" (**Folha de São Paulo**, 11 mai. 2010. Disponível em; http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u733328.shtml

¹²⁸ "AECOM to Provide Strategic Urban Regeneration Planning in Brazil".**AECOM News**, 5 ago. 2010. Disponível em em: http://www.aecom.com/What+We+Do/Design+and+Planning/_news/AECOM+to+Provide+Strategic+Urban+Regeneration+Planning+in+Brazil.

¹²⁹ "Cracolândia migra para bairros da região central de SP". **Folha de São Paulo**, 5 out. 2009. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u633492.shtml.

Esta é uma questão fulcral quando se estuda o turismo urbano, conforme já notou Page (1995) e Pearce (2003): por estar diluído econômica e espacialmente numa dinâmica urbana complexa, o turismo acaba por não ser alvo de ações particulares, de maneira que seu desenvolvimento acaba pode se dar de maneira difusa, desorganizada e, certamente, bem aquém dos potenciais.

3.4. Os atrativos turísticos e os projetos urbanos em São Paulo: uma análise integrada

Com diferença de algumas décadas, na cidade de São Paulo, explicita-se uma ligação – ora sutil, ora orientada – entre grandes projetos urbanos e seus nexos com a promoção turística. Na verdade, tais iniciativas – especialmente as mais recentes (após anos 1990) se alinham aos princípios do "urban tourism marketing" (GREENBERG, 2005), em que imagens da cidade alimentam peças publicitárias de maneira metonímica: promover o conjunto da cidade, através da enlevação imagética de ícones urbanos, cuja função não é objetivamente a fruição turística.

Ao longo das três últimas décadas, a imbricação entre certos tipos de projetos urbanos e o desenvolvimento do turismo era sutil, quando existente. Ademais, a cidade de São Paulo praticamente não conhecerá mecanismos ordenados de planejamento turístico, tampouco aparato legal e institucional, até a década de 1990 – quando se reconhece a então Anhembi Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo S/A como responsável pela política de turismo da cidade e se criam o COMTUR, o PLATUM e o FUTUR.

As duas operações urbanas que tiveram maior interesse da iniciativa privada (Faria Lima e Água Espraiada)¹³⁰ são locais que não passaram por processos de degradação, senão seu contrário (eram adjacências ou mesmo partes de regiões em franco processo de valorização imobiliária, porém com uma série de restrições urbanísticas que impedia a ampliação de determinados tipos de empreendimentos imobiliários).

Capítulo 3. Turismo e projetos urbanos em São Paulo

¹³⁰Em cálculo realizado em 2006, Castro (2006) mostra que a taxa de utilização de estoque de Áreas de Construção Adicional computável (ACA) <u>por mês</u> era de 10,3 mil m² para a OU Faria Lima, 3,7 mil m² para a OU Água Espraiada, 0,9 mil m² para a OU Água Branca e 0,7 mil m² para a OU Anhangabaú, considerando o tempo de decorrência das OUC até . Tal cálculo não foi feito para a OU Centro pela indisponibilidade de dados.

A propósito, Vilariño (2006)¹³¹ alerta para a inadequação deste instrumento para a "promoção de áreas em declínio", do que se infere que as OUC acabam, ao fim e ao cabo, por privilegiar os interesses dos agentes privados.

Se as operações urbanas consorciadas estão alinhadas a tais visões de projeto urbano, parece, de início, aceitável que o processo de transformação urbana, ensejado por projetos urbanos, venha a englobar aspectos relacionados ao turismo. Não é, porém, o que se explicita em caso de São Paulo, especialmente porque se tem dado ênfase no ganho fiscal no âmbito das OUC, em detrimento dos benefícios urbanísticos mais amplos que este tipo de operação permitiria (MALERONKA, 2009)¹³².

Em São Paulo, essas operações têm ensejado paisagens urbanas e práticas espaciais que não estão clara e diretamente relacionadas ao turismo – provavelmente porque não se tem feito um uso amplo do instrumento, senão facilitação de desenvolvimento do mercado imobiliário (residencial e principalmente comercial).

É curioso que, mesmo com uma aplicação tão limitada do instituto das operações urbanas consorciadas, emergem paisagens cujo uso ou função não estão orientados à fruição turística da cidade (por exemplo, pontes e viadutos não são propriamente atrações turísticas).

No entanto, uma vez que algumas intervenções têm caráter icônico, seu simbolismo acaba por conectar certos marcos urbanos ao ambiente turístico. Em suma, certas paisagens resultantes das OUs, ainda que parcialmente, convertem-se em imagens – às vezes, poderosas – para a promoção da cidade.

¹³¹Na base de dados da Universidade de São Paulo (USP), foram identificadas 18 teses e dissertações, defendidas na FAU, na FFLCH, na Faculdade de Direito, na Faculdade de Saúde Pública e na Escola Politécnica, que abordam, sob vários enfoques e profundidades, as operações urbanas de São Paulo: aspectos jurídicos (OLBERTZ, 2011), gestão da política urbana e parcerias público-privadas (MALERONKA, 2010; CASTRO, 2006; HECK, 2004; CAMPOS-PEREIRA, 2002), desenvolvimento territorial e imobiliário e reurbanização de áreas (GONÇALVES, 2006; SILVA, 2006; VILARIÑO, 2006), questões ambientais e de sustentabilidade, como energia e água (MARINS, 2010; BROCANELLI, 2007; MAGLIO, 2005), preservação e recuperação do patrimônio, nomeadamente na região central de São Paulo (CANTON, 2009; FROES, 2004), paisagem e ambiente urbano (KUSZNIR, 2005; TINOCO, 2003); mobilidade (SILVA, 2003), desenvolvimento imobiliário (SAVELLI, 2003). Ainda, foi identificado um trabalho sobre a cidade de Santo André, precisamente sobre o projeto "Eixo Tamanduatehy" (TEIXEIRA, 2004). Como se nota, não foram alvo de interesse, até o momento, as imbricações e benefícios entre as operações urbanas e o turismo.

¹³²Para a autora, "as primeiras operações urbana implementadas em São Paulo foram concebidas mais como um concentração de operações interligadas [instrumento vigente entre 1986 e 1998] em um lado perímetro, e **menos como uma intervenção com uma intenção clara da modificação do tecido urbano e/ou solução de um problema detectado.** Isto é, na definição dessas intervenções, **foi mais valorizada a comercialização de potencial construtivo que as transformações urbanísticas proporcionadas por essa negociação**" (MALERONKA, 2009, p. 97, ênfase adicionada).

No caso de São Paulo, a Ponte Estaiada Octávio Frias Neto tem cumprido essa função, a ponto de ser referência para cartões postais e campanhas publicitárias produzidas pelo órgão oficial de turismo da cidade, a SPTuris.

Entretanto, no que tange aos interesses desta pesquisa, convém destacar que as operações urbanas levam a um adensamento diferenciado de certas áreas da cidade, materialmente representado pela verticalização, em atividades que tendem a ser concentrar em três tipos de usos: edifícios de escritórios, hotéis e moradias (CASTRO, 2006, p. 211).

Tendo por referência a instalação de hotéis – atividade que, objetivamente, guarda relações diretas com o turismo– parece não ter havido grande interesse, em quase todas as áreas de operação urbana. Castro (2006) mostrou que, no caso da Operação Urbana Centro, apesar do estímulo (legal e no discurso, liderado pela Associação Viva o Centro) em favor de empreendimentos hoteleiros na região, o interesse foi reduzido.

Em uma tentativa de relacionar a ocorrência da hotelaria paulistana (acompanhando a migração dos investimentos imobiliários terciários pelo Vetor Sudoeste) com a concentração de atrativos turísticos, Teles (2006) nota que é possível identificar uma tendência de ampliação da oferta hoteleira sobre o Vetor Sudoeste (ainda que, na Avenida Paulista, no seu setor voltado para os Jardins, ainda predomine a oferta hoteleira da cidade), e, de maneira inversa, o número de atrativos arrefeça, chegando a ser nulo ao longo da Berrini. Essa análise demonstra particularidades do turismo paulistano, em que a demanda de negócios e eventos movimenta a hotelaria na cidade, confirmando que a dinâmica turística articulada às centralidades inerentes a grandes aglomerações urbanas conectadas aos fluxos nacionais e globais de informação, pessoas e bens.

Contudo, isoladamente, as atividades relacionadas às viagens de negócios e eventos corporativos não resumem o turismo urbano – e nem explicam iniciativas de intervenções urbanas específicas (por exemplo, nos "centros históricos" 133), tal com se discutiu no Capítulo 1. O turismo de negócios decorre de economias de escala que as aglomerações urbanas acabam por concentrar, em função de especialização econômica – e muito pouco de políticas de desenvolvimento turístico específicas, como quando se propõem ações para a fruição do patrimônio urbano em momentos lazer (por exemplo, através de turismo cultural).

Capítulo 3. Turismo e projetos urbanos em São Paulo

-

¹³³A crítica de Argan (1998) ao termo "centro histórico" combate a visão de que apenas as áreas de ocupação original das cidades encerram significado histórico, em detrimento de outras – com efeito, é o que se passa em recorrentes intervenções urbanas centradas nas "áreas patrimoniais", ao conferir um papel "historicizante" ao patrimônio urbano em vistas à produção de imagens e produtos turísticos de cunho "cultural".

Em todas as propostas para o Centro (a exceção do Projeto Turismo no Centro), os vínculos com o turismo se dão de maneira superficial, deixando transparecer uma visão de turismo centrada em lugares comuns, principalmente no que se refere à crença de que obviamente o patrimônio edificado resultará em afluxos qualificados de turistas culturais.

Na contramão desta constatação e no que interessa ao turismo, dois elementos valem ser ressaltados: é na região central de São Paulo (e das cidades em geral) que estão concentrados os principais atrativos turísticos (especialmente suas imagens enquanto ícones urbanas), com mais expressão em termos de visibilidade nos guias turísticos (ou seja, a exposição de uma cidade de uma São Paulo turística é tributária do conjunto de atrativos do centro da cidade) e, em segundo lugar, a OU Centro era única que preconizava alguma relação das transformações previstas com o desenvolvimento do turismo (notadamente em função dos usos e atividades vinculados ao patrimônio cultural edificado, que mereceria atenção nessas operações).

Vários autores convergem para a ideia de que o turismo urbano não se resume a atividades restritas a determinados espaços de visitação (os chamados atrativos turísticos), como Selby (2004, p. 167), para quem, do ponto de vista fenomenológico, é importante "uma visão holística do lugar", ou Griffin et al. (2009, p. 40), que entendem que as áreas turísticas da cidade precisam analisadas com base nas funções que desempenham para o turista (e não por exatamente por unidades de características materiais).

Sem desconsiderar que construção de territórios turísticos se dá pelo conjunto de atrações e facilidades, optamos por focar a pesquisa nos chamados **atrativos turísticos**. Essa orientação se justifica pelo fato de que, uma vez que os projetos urbanos correspondem a outro eixo de análise desta pesquisa, tais equipamentos oferecem a possibilidade de servirem tanto ao turista, principalmente o que escolhe a cidade por motivações de lazer (principais ou secundárias), quanto ao morador, que desfruta da oferta de equipamentos em seu tempo de lazer¹³⁴.

Capítulo 3. Turismo e projetos urbanos em São Paulo

¹³⁴Outras categorias de equipamentos turísticos também poderiam ser inseridas neste recorte, como as casas de espetáculos ou os empreendimentos gastronômicos; porém, para o primeiro caso, pareceu ser uma temática muito específica (que propiciaria uma análise restrita aos aspectos do entretenimento), e, no segundo grupo, a diversidade e multiplicidade de unidades certamente inviabilizariam análises mais apuradas (além do fato de, também, ser um tipo de oferta que não se configura foco de atenção principal do visitante, ainda que isso seja possível e até recorrente em alguns casos – por exemplo, os restaurantes mais renomados ou as áreas da cidade que congregam certo tipo de culinária). Já sobre os espaços de convenções, ainda que também sirvam tanto aos interesses dos turistas quanto aos moradores (que podem afluir para eventos ali realizados), sua dinâmica poderia levar ao estudo de certos segmentos de atividades específicas – o turismo de negócios e eventos, já que uma parcela significativa dos eventos na cidade é de natureza comercial ou ensejam atividades profissionais. Além disso, um dos propósitos desta pesquisa é focar nas

Partindo do pressuposto que certos equipamentos conferem particularidade turística às cidades, os atrativos foram o elemento central de análise, não importando sua natureza (museus, templos religiosos, centros culturais, parques). Nesta seleção, foram desconsideradas aquelas indicações que fugiam ao acondicionamento de construções físicas delimitadas, que, na prática, permitam uma fruição turística condicionada à visita objetivada ao atrativo. Assim, foram desconsiderados os atrativos que fossem logradouros — por exemplo, ruas de comércio especializado ou de concentração de interesses (Rua Oscar Freire, Rua Augusta, Avenida Paulista, etc), praças (Praça da Sé, Largo São Francisco, Praça Benedito Calixto) ou porções da cidade (Centro Histórico, Vila Madalena, Liberdade).

Um primeiro exercício com esta seleção refere-se ao mapeamento em face dos perímetros de várias iniciativas que se poderiam considerar como expressão – ainda que truncadas – de projeto urbano em São Paulo. Tarefa semelhante foi realizada por Spolon (2011), Teles (2010) e Pereira (2010), com recortes diferentes. De toda forma, sendo esta uma entrada para se estudar o turismo urbano, entende-se que a dinâmica locacional dos atrativos turísticos em São Paulo contribui para reflexões sobre o vínculo entre as centralidades turísticas (ao menos no que tange à oferta de atrativos turísticos) e os mecanismos de gestão urbana atuais.

A seleção dos atrativos foi feita a partir da consulta a guias turísticos da cidade de São Paulo disponíveis *online*, dos quais alguns oferecem versão impressa. Para efeitos da pesquisa, foram confirmados apenas seis, com base em sua relevância comercial (Guia Quatro Rodas, Frommer's, Fodor's e Lonely Planet) ou oficialidade das fontes para os casos em que o formato fosse apenas digital (o próprio *site* da SPTuris, como entidade oficial de turismo da cidade, e do Ministério do Turismo).

As consultas às bases digitais foram feitas no primeiro semestre de 2011. Foram consultados e, logo, descartados guias virtuais que se mostraram pouco expressivos (pouca profundidade na apresentação das informações e mesmo por sua falta de tradição neste ramos).

possibilidades de relacionamento entre o lazer urbano e o turismo, em que o aspecto principal é a escolha e a realização de atividades de maneira voluntária (o que não é o caso, na maior parte das vezes, das visitas a feiras comerciais, convenções ou congressos técnicos). Nos estudos sobre turismo de negócios e eventos, existe uma relação entre os compromissos agendados e as atividades de lazer, pelo fato de que não são todas as horas do dia e nem todos os dias da estada que este tipo de visitante está em função do trabalho – como no trabalho de Braga (2006) sobre uso do tempo livre dos turistas de feiras em São Paulo; mesmo assim e sem desconsiderar este segmento para cidades grandes como São Paulo, julgamos que debruçar-se sobre estas atividades converter-se-ia igualmente num recorte demasiado específico, que, além do mais, já tem sido tratado em outros estudos.

Guia turístico	Atrativos (n)
Guia Quatro Rodas online 2011	50
Frommer's online 2011	28
Fodor's online 2011	38
Lonely Planet online 2011	50
SPTuris (Portal)	116
Ministério do Turismo (Portal)	32

Quadro 5 – Guias turísticos de referência Fonte: sites dos guias (em maio de 2011)

Uma primeira análise a refere-se ao grau de exposição dos atrativos prioritários – que totalizaram 52 –, tentando, com base na sua localização, vislumbrar territorialidades elementares, definidas pelo afluxo de pessoas aos atrativos que gozam de maneira divulgação.

Tomou-se como premissa que existe uma significância maior para os atrativos em função do número de vezes que tais atrativos são mencionados nos guias, mas, cautelarmente, convém sempre lembrar que reconhecemos que a experiência turística não está restrita a estes espaços. Neste ponto, a seleção atrativos mais recorrentes nos guias serviu como opção procedimental para encaminhar análises mais específicas, particularmente no que se refere às coincidências espaciais entre sua localização e os perímetros de instrumentos de gestão urbana em São Paulo, que, em vários aspectos, comportam elementos dos grandes projetos urbanos¹³⁵.

Para se fazer o recorte, estabeleceu-se como referência a recorrência mínima em dois destes guias, de maneira a excluir aqueles atrativos que possam ter sido indicados de maneira casual, não representando, isoladamente, o foco da atratividade turística da cidade.

Nesta lista, constam 52 atrativos (APÊNDICE A), que são citados ao menos em dois guias diferentes.

Capítulo 3. Turismo e projetos urbanos em São Paulo

¹³⁵Importante registrar que esta seleção serviu de referência para a pesquisa, mediante formulário eletrônico específico (APÊNDICE B), juntos aos gestores, que, dentre outros aspectos, buscou entender a dinâmica de visitação dos atrativos prioritários, conforme apresentado e discutido no Capítulo 4.

Por mais que estes atrativos tenham sido apresentados a partir de consultas a guias turísticos, deve-se levar em conta que, estando disponíveis online, podem ser importantes fontes de consulta tanto para turistas (na preparação da viagem), quanto moradores (na organização de visitas a atrativos específicos). Portanto, este grau de exposição também serve para indicar quão visíveis estarão os atrativos para os públicos locais.

Nesta sistemática, enfoca-se a análise na oferta turística, em que pese sua distribuição espacial e exposição turística; isso, porém, não significa que essas centralidades turísticas se confirmem pelo lado da demanda dos visitantes (moradores ou turistas).

No entanto, considerando que a unidade do *atrativo turístico* é um dos pontos de partida para a construção e o estudo do acervo turístico de uma cidade, pode-se inferir que tais áreas venham a desempenhar tal função, quando se estruturam medidas de planejamento e gestão do turismo (**Figuras 32, 33 e 34**).

Nas páginas a seguir, veja:

Figura 32 – Distribuição dos atrativos turísticos e hotelaria em função dos projetos urbanos Figura 33 – Distribuição dos atrativos turísticos e hotelaria em função dos projetos urbanos (Centro)

Figura 34 – Distribuição dos atrativos turísticos e hotelaria em função dos projetos urbanos (F. Lima)

	10
Projetos urbanos e turismo em grandes cidades – Thiago Allis	

B	T A.P.	10
Projetos urbanos e turismo em grandes cidad	les – Thiago Allis	

Projetos urbanos e turismo em grandes cidades – Thiago Allis

Quando se observa a distribuição espacial dos 52 atrativos prioritários, em conjunto com a rede hoteleira, percebe-se que, se os atrativos, em geral, não são coincidentes, de maneira geral, com os perímetros dos projetos urbanos paulistanos, não se pode dizer o mesmo dos estabelecimentos hoteleiros – principalmente a Operação Urbana Faria Lima e Água Espraiada.

No caso da região da Avenida Paulista, a coincidência é importante: ali está presente importante oferta hoteleira e também uma parte significativa dos atrativos prioritários (círculos azuis) – além de outros atrativos (ou seja, que foram citados apenas em um guia turístico). Isso indica que, mesmo sem contar com um instrumento de planejamento urbano que defina perímetro específico, a região da Paulista confirma sua importância como região turística de São Paulo – ao menos no que se refere a dois importantes aspectos da oferta turística (atrativos e meios de hospedagem).

Já a região da Faria Lima e da Berrini, diretamente envolvidas por Operações Urbanas, apresenta uma grande oferta hoteleira, porém, dentro do perímetro praticamente inexistem os atrativos prioritários – a exceção de dois, o Instituto Tomie Ohtake e o Museu da Casa Brasileira, localizados em pontos distintos da Avenida Faria Lima. Nessas áreas, onde o capital financeiro apresenta, do ponto de vista paisagístico, sua fortaleza, na forma de empreendimentos imobiliários, certamente encontram-se outros equipamentos que servem ao turismo urbano – considerando-se inclusive os consumidores locais – principalmente no que se refere a grandes casas de shows e espetáculos e oferta gastronômica de padrão superior. Como argumentado anteriormente, um novo recorte de pesquisa precisaria ser elaborado para tratar dessas situações, as quais, obviamente, se conjugam para subsidiar ainda melhores interpretações sobre o turismo urbano e seus rebatimentos espaciais na capital paulista.

Considerando a região central, observam-se dois pequenos aglomerados de atrativos prioritários: um centrado no Triângulo Histórico e outro ao norte do perímetro do projeto Turismo no Centro. Entre essas duas polaridades, pode-se notar o perímetro do "Nova Luz", definida pela Lei de Concessão Urbanística Nova Luz. Nesta porção, não aparece nenhum atrativo, os quais vão se concentrar no seu limite norte (Estação da Luz e Museu da Língua Portuguesa, Pinacoteca do Estado, Museu de Arte Sacra, Jardim da Luz, dentre outros). Importante lembrar que, de fato, o texto da Lei de Concessão Urbanística não prevê o turismo como atividade prioritária – ainda que cultura e lazer sejam lembrados, especialmente quando se prevêem medidas de reordenamento do espaço público na região. Quanto aos meios de hospedagem, praticamente inexistem, apesar de alguma expressão na área do Nova Luz (composto essencialmente por hotelaria de baixo padrão) e

no limite Oeste, na região do Centro Novo – onde aguns empreendimentos hoteleiros tradicionais ainda resistem.

Através de um olhar ainda mais objetivado, quando os atrativos são apresentados com marcadores distintivos em função de sua recorrência nos guias, algumas manchas de intensidade ficam mais explícitas, notadamente na região central e em alguns extremos, como a região da Cidade Universitária e do Parque do Estado, além de dois arcos que, grosso modo, se estruturam sobre os eixos da Avenida Paulista e Avenida Brigadeiro Faria Lima. Quanto maior o disco, maior a quantidade de guias em que um atrativo é citado, indicando, portanto, um nível de visibilidade tendencialmente maior, dado que está distribuído em fontes de informação turística diferentes.

Dentre estes, destacam-se a Sala São Paulo (1996-1999) e a Pinacoteca do Estado (1992-1998), ambas iniciativas do Governo do Estado de São Paulo, a implantação do Centro Cultural Banco do Brasil (2001), por iniciativa da Fundação Banco do Brasil (2001), a lém de equipamentos – que ascendem à condição de ícones urbanos – como o Teatro Municipal (que passou por recente restauração e, agora, dispõe de restaurante), a Catedral da Sé (que foi reformada e teve partes de seu projeto arquitetônico original completados recentemente), o Pateo do Colegio, o Espaço Raymundo Magliano Filho (aberto à visitação após a extinção do pregão viva-voz da BOVESPA, em 2006, convertendo-se em espaço de visitação, com cinema 3D, museu e cafeteria), além de edifícios que são claramente ícones urbanos de São Paulo, como o COPAN, o Edifício Itália (em cuja cobertura, existe um restaurante tradicional), o Prédio Martinelli (que, apesar de ser um edifício comercial, oferece visitas regulares ao belvedere do último andar) e o Edifício Altino Arantes (uma referência arquitetônica de São Paulo, que se converteu em centro cultural após a privatização do BANESPA e oferece visitas gratuitas o mirante do 43º andar).

Na página a seguir, veja:

Figura 35 - Distribuição de atrativos turísticos por recorrências sobrepostas nos guias turísticos

¹³⁶ O site do CCBB/São Paulo traz a seguinte justificativa para sua instalação no centro da cidade, alinhada à ideia de expansão de "atividade culturais" na região desde os anos 1990: "A escolha do prédio, no centro histórico de São Paulo, reflete a preocupação do Banco do Brasil com a revitalização da área, que abriga um inestimável patrimônio arquitetônico. Hoje, mais de um milhão de pessoas circulam diariamente pela região, e o Centro Cultural Banco do Brasil funciona como um ponto de convergência não apenas para a observação, mas também para a popularização, a disseminação e o debate sobre as principais questões culturais no mundo contemporâneo. Como fomentador da arte, o Banco do Brasil apresenta uma programação original, em áreas como música, artes plásticas, cinema, literatura, dança, teatro e programas educativos" (CCBB, 2011).

Projetos urbanos e turismo em grandes cidades – Thiago Allis

Com base nessa distribuição de atrativos, pode-se claramente ver que os pontos de maior destaque turístico (lembrando de todos os públicos do turismo urbano) não necessariamente convergem com os perímetros de políticas urbanas diferenciadas em São Paulo (nomeadamente as Operações Urbanas). Em certo sentido, isso indica que a oferta turística não responde necessariamente à movimentação de capitais pelo território, em especial quando se considera os desdobramentos de centralidades no eixo do Vetor Sudoeste.

Contudo, independentemente da existência dos atrativos, percebe-se claramente uma sobreposição de recortes espaciais na área central, que enfocam ações diversas: recuperação da dinâmica econômica, facilitação ao de desenvolvimento imobiliário, desenvolvimento turístico, dentre outros. Ademais, os principais atrativos, tanto em quantidade, quanto em grau de exposição, concentram-se nos distritos centrais (Sé, República e Santa Ifigênia).

3.5. Considerações parciais ao capítulo

Diante das observações sobre os projetos urbanos e o turismo ao longo do século XX – com ênfase nos últimos 60 anos – infere-se que São Paulo vive, em expressões ajustadas ao tempo, práticas de *city marketing* já há algumas décadas, não se restringindo, pois, a períodos recentes de uma suposta "cidade global". O elemento que, talvez, mais se destaque na contemporaneidade é o desejo de promover a cidade alhures (mais precisamente, suas imagens), tanto no propósito de atrair investimentos, empresas e visitantes, quanto de emitir sinais de atualização urbanística ao atual estágio do capitalismo financeirizado mundialmente – o que inclui também consolidar-se como uma cidade turística (especialmente de negócios e com serviços turísticos de qualidade superior). Em suma, são sinais claros da passagem de uma cidade condicionada, outrora, pelo capital industrial, que vai se abrindo, de maneira cada vez mais contundente, para o capital financeiro, aplicado, agora, prioritariamente no setor imobiliário e não em outros setores produtivos industriais (CARLOS, 2004, p. 53).

Neste contexto, a cidade transforma-se contundentemente não apenas pela sua expansão física-territorial (demandando serviços de saneamento, iluminação, bondes, abastecimento; as primeiras intenções de planejamento urbano abrangente –Plano de Avenidas, da década de 1930; proposição de planos estruturados a partir dos anos 1960, como o PUB, em 1968, o PDDI, em 1971, a Lei de Zoneamento, em 1972, o Plano Diretor, 1985, a Lei de Operações Interligadas, em 1986, o PD, em 1988, e, finalmente, o Plano Diretor Estratégico, de 2002), mas também pelas

demandas das elites desejosas por construir a imagem de uma cidade cosmopolita, em contraste com seu passado provinciano – ao que se seguiram intervenções urbanas na linha do "embelezamento" urbano, com implantação de estruturas de uma sociedade em processo de enriquecimento, dentre as quais se podem citar a construção do Teatro Municipal, em 1911;a construção do aeroporto de Congonhas, na década de 1930 – e sua posterior internacionalização em 1947, chegando, em 1954, a ser o terceiro mais movimentado do mundo, atrás dos de Nova York e Chicago (MORSE, 1958, p. 278) –; a implantação do Museu de Arte de São Paulo, em 1947 e a posterior construção de sua sede atual, em 1968; e, por suposto, a construção do Parque do Ibirapuera, no marco das celebrações do IV Centenário.

A dinamização econômica, principalmente a partir de meados do século XX, define as condições para a consolidação de São Paulo como uma cidade de negócios, levando à diversificação da hotelaria local e demais serviços relacionados (principalmente, gastronomia e entretenimento). É desta época, por exemplo, a construção dos principais equipamentos hoteleiros que seriam referências até a década de 1970 e 1980, como o Hotel Jaraguá, construído por José Tjurs, que também construíra o Conjunto Nacional (JACOB, 2006, p. 8).

Em certos aspectos, esse processo se alinha com o avanço do turismo urbano *per se*, de tal sorte que muitas intervenções contêm, de distintas maneiras e intensidades, elementos dos grandes projetos urbanos (como, no caso de São Paulo, o Parque do Ibirapuera e as estruturas para feiras, a construção do Parque do Anhembi, com tecnologia avançada para a época, a instalação de vários hotéis de cadeias internacionais no Vetor Sudoeste), expandindo diretamente os serviços turísticos e, ao mesmo tempo, legando marcos ou "ícones urbanos" (SHIBAKI, 2010) na paisagem urbana.

Nos casos do MASP e do Hotel Hilton, percebe-se que a escala arquitetônica é predominante, de maneira que a inserção urbana destas construções desempenha uma função simbólica, como marcos ou ícones urbanos, e não implica exatamente em transformações físico-territoriais no seu entorno direto. Pode-se dizer que estes equipamentos aproveitam-se do ensejo das transformações urbanas ali presentes. Já o Parque do Ibirapuera, o Parque Anhembi e o Memorial da América Latina incorporam funções urbanas mais importantes, que conferem a este projeto uma interface mais intensa com o ordenamento territorial. Em certo sentido, a implantação do Aeroporto em Guarulhos também se encontra nesta segunda categoria, haja vista que, apesar de sua função essencialmente logística, acaba por catalisar o desenvolvimento urbano do Nordeste da Região Metropolitana. Portanto, estes projetos urbanos, de maior complexidade e magnitude,

ensejam, eles próprios, outra dinâmica urbana à região onde se encontram e mesmo à cidade como um tudo.

Contudo, sem desconsiderar a importância destes projetos, parece que o turismo está se espacializando de maneira descolada das políticas urbanas, à parte do escopo dessas intervenções e mercê das injunções urbanas que se vão desenhando na constituição histórica do espaço urbano paulistano. Uma exceção a esta realidade poderia ser o setor hoteleiro que, articulado à valorização imobiliária, indica uma parceria explícita no processo de formação do "vetor sudoeste" (do tradicional centro em direção às margens da Marginal do Rio Pinheiros). Temos de ter em vista, porém, que isso não significa necessariamente uma falha, já que o turismo nos espaços urbanos pode assumir inumeráveis formas, com importantes perspectivas para vários setores – daí, portanto, ser possível prescindir de grandes operações e ícones urbanos para o desenvolvimento do turismo em grandes cidades, tais são a diversidade, a força do mercado local e as relações socioespaciais próprias.

Isso, porém, não implica num cenário negativo, que exigiria reversão, já que não necessariamente os projetos urbanos, especialmente na realidade paulistana, serão os responsáveis pela atratividade turística da cidade. Como visto anteriormente, muitos dos principais atrativos turísticos — os que estão mais expostos nos guias turísticos — estão deslocados dos perímetros das Operações Urbanas, por exemplo e foram gestados por contextos urbanos e históricos muito particulares.

Assim, na realidade contemporânea, se existe algum vínculo com intervenções urbanas, no formato de grandes projetos urbanos, isso se dá na região central, onde, não apenas a monumentalidade das construções se destaca na promoção turística, senão a lógica do turismo cultural passa a fazer parte de iniciativas de gestão urbana focada em princípios de *city marketing* – algo que vai se desenhando desde a década de 1970 no entorno da Estação da Luz e mesmo no chamado Triângulo Histórico. Sem desconsiderar, então, que nestes casos há um alinhamento entre projetos urbanos e turismo, há que se considerar que existem muitas outras potentes centralidades turísticas na cidade, que fogem aos mecanismos que regem as Operações Urbanas Consorciadas.

A partir da visualização destas distribuições, será feita, no próximo capítulo, uma análise do contexto turístico de São Paulo, em que pesem o aparato institucional a definir as políticas públicas da cidade e, principalmente, um estudo sobre a dinâmica turística da cidade. O objetivo desta medida é buscar entender como a oferta turística paulistana serve aos vários públicos usuários (fluxos turísticos externos e moradores locais e da região metropolitana)..

4. Turismo em São Paulo na contemporaneidade

E é nesse momento, de mudança na exigência e no estilo de viajar, que a cidade deSão Paulo busca sua consolidação como importante destino turístico, firmandose comoparte do circuito das grandes metrópoles mundiais e posicionando-se cada vez maiscomo centro de vanguarda e gerador de tendências. Este é o momento da viradada nossa imagem de pólo de negócios e eventos, o que já está consolidado,para capital da cultura e do entretenimento na América Latina

Caio Luiz de Carvalho, na abertura do PLATUM 2007-2010.

Nas duas últimas décadas, as transformações decorrentes da reestruturação produtiva e urbanas, advindas das migrações do capital industrial para o capital financeiro (CARLOS, 2004), parecem reorientar as intenções para o turismo voltado à fruição da cidade no campo do lazer, da cultura e do entretenimento. No bojo deste processo, observam-se algumas tentativas de intervenções para a recuperação de áreas degradadas, que outrora formavam o centro nervoso da vida econômica da urbe. Desde a década de 1990, quando o turismo denegócios (e todas as atividades atreladas) é uma realidade inconteste para São Paulo, emergem novas perspectivas que se valem do patrimônio cultural e urbano – não apenas material (concentrado principalmente na região central), mas também imaterial ou intangível (multiculturalismo que está na base na formação paulistana), ganhando força a noção de uma cidade cosmopolita como destino turístico competitivo no cenário internacional.

Daí, portanto, os seguidos – ainda que não exatamente lineares ou concatenados – programas e projetos de recuperação do patrimônio na área central, ensejados por um arcabouço legal e institucional nada desprezível, que vai desde a formação de grupos de pressão (por exemplo, a Associação Viva o Centro) até o estabelecimento da Operação Urbana Centro, única de todas as OUC que faz menção específica ao turismo em seus propósitos. Ademais, outros valores se consolidam na visão turística de São Paulo, conforme exprime o Plano de Turismo Municipal 2007-2010, como a relativização da "vocação" para turismo de negócios, a diversidade cultural e o cosmopolitanismo como atributos diferenciadores e competitivos e o caráter "global", inclusive na comparação com outras grandes metrópoles:

No Brasil, São Paulo continua com a referência de "cidade do trabalho", o que lhe garante bons resultados no segmento de turismo de negócios, mas **seus atributos urbanos apontam para uma melhor efetivação da capacidade de atração de turistas a lazer**. Bairros, ruas e centros de comércio de interesse segmentado — para compras ou gastronomia — são claras opções de desenvolvimento de produtos turísticos baseados no **cosmopolitismo da cidade**. Ou seja, a complexa gama de serviços, garantida por sua

condição de **metrópole global**, e a sua **formação histórico-cultural heterogênea** são recursos potenciais para a composição de produtos turísticos já bastante valorizados em outras cidades semelhantes – como Nova York, mas com as particularidades da cultura brasileira (PLATUM 2007-2010, 2007, p. 23, ênfase adicionada).

O número de turistas em São Paulo apresentou, entre 2007 e 2010, um crescimento de 14%, sendo que a maior parte dos visitantes configura-se como turistas domésticos (moradores do Brasil). De fato, o crescimento mais expressivo deu-se entre os turistas domésticos (10%). Já a taxa de ocupação média na rede hoteleira local apresenta uma tendência de aumento, ainda que no ano de 2009 os empreendimentos tenham apresentado queda neste indicador. Em 2007, a taxa de ocupação média era de 67% e, em 2010, atingiu 68,4% - representando um aumento de cerca de 2%. Em comparação com o volume de chegadas, é importante registrar que a taxa de ocupação hoteleira não aumenta de maneira tão expressiva quanto o volume de visitantes, sugerindo que uma parte significativa dos visitantes de São Paulo vale-se de meios de hospedagem não comerciais (por exemplo, casa de amigos e parentes). No que se refere à diária média dos meios de hospedagem, entre 2007 e 2010, observa-se um expressivo aumento, na casa de 27%. O monitoramento do ISS do grupo 13, que considera os impostos e tributos pagos por empresas do setor de turismo, hotelaria, eventos e assemelhados mostra uma importante evolução: em 2010, a arrecadação ultrapassou os R\$ 150 milhões, ante a pouco mais R\$ 110 milhões em 2008 (OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE SÃO PAULO, 2011).

Atualmente, a principal motivação dos visitantes de São Paulo são os negócios e eventos com 77%, seguido de lazer (9,6%) e 13,3% em outros segmentos secundários – sendo estudos, saúde, visita a parentes e amigos e outros. Deve-se ressaltar que, destes, o turismo de negócios é o que tem maior participação de visitantes estrangeiros (quase 15%) (PLATUM 2011-2014, 2011, p. 61-62). Como atividades complementares – ou seja, aquelas que se realizam quando da visita à cidade por conta da motivação principal – ressaltam-se a gastronomia e as compras, praticadas por 56% dos turistas de São Paulo.

Ademais, os eventos públicos e de grande magnitude vêm a ensejar momentos de exposição e visibilidade para a cidade – tais como a Virada Cultural. Nesta linha, a realização de eventos de alcance internacional também canaliza a exposição televisionada da cidade— que os gestores públicos insistem em chamar de "mídia espontânea" –, tais como a Corrida de São Silvestre, a etapa brasileira da Formula Indy, que tem um circuito de rua em São Paulo, a Parada do Orgulho LGBT, na Avenida Paulista e região central da cidade. Expandindo este argumento, podese entender a importância que os grandes eventos esportivos têm para as cidades que buscam

visibilidade global, particularmente os esportivos (Copa do Mundo de Futebol, Olimpíadas de Verão e de Inverno, Jogos Panamericanos e outros eventos regionalizados, etc.) e culturais (que, na Europa, têm nas Capitais Culturais¹³⁷ sua versão mais elaborada)¹³⁸.

4.1 O ambiente político-institucional do turismo em São Paulo

No plano municipal, o Plano Diretor Estratégico do município de São Paulo¹³⁹ contempla objetivos, diretrizes e estratégicas específicas para o turismo em seção específica, nos artigos 17º (objetivos), 18º (diretrizes) e 19º (estratégias) (PDE, 2002). Por si só, a menção direta e particularizada ao turismo indica um reconhecimento da importância da atividade na cidade, bem como aponta parâmetros gerais para que um setor específico (turismo) se alinhe às medidas gerais de planejamento e gestão urbanos.

A São Paulo Turismo S/A (ou SPTuris) é a entidade local de planejamento e gestão do turismo, cujas responsabilidades e atribuições estão definidas pela Lei Municipal 11.198, de 1992. Sua dinâmica de operação se articula com as atividades do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), bem como com recursos públicos garantidos por fundo público próprio, o Fundo Municipal de Turismo (FUTUR), ainda que ligado ao Gabinete do Prefeito. Entre 1967 e 2005, a atual SPTuris passou por várias transformações de funções e nomes: inicialmente uma empresa privada, criada para construção e gestão do Parque do Anhembi, a São Paulo Turismo S/A, atualmente, responde por outras funções (nomeadamente de condução da política de turismo da cidade, concomitante à criação do COMTUR). Do ponto de vista jurídico, é uma sociedade anônima de capital aberto, comações negociadas na Bolsa de Valores, cujo acionista majoritário é a Prefeitura Municipal de São Paulo (77,15% do capital).

Até hoje, foram produzidos seis Planos Municipais de Turismo (PLATUM 1999-2001, PLATUM 2002, PLATUM 2003, PLATUM 2004-2006, PLATUM 2007-2010, PLATUM 2011-2014),

¹³⁷ Para uma leitura sobre esta questão, consultar Johnson (2009).

¹³⁸ Para detalhes sobre o papel dos eventos para a cidade de São Paulo, consultar Lisboa (2010).

^{139 &}quot;[I]nstrumento global e estratégico da política de desenvolvimento urbano, determinante para todos os agentes públicos e privados que atuam no Município", art. 2°, Lei 13.430, de 13 de setembro de 2002. Esta lei, que estabelece o Plano, reconhecem os princípios do Estatuto da Cidade (Lei Federal 10.257, de 10 de julho de 2001), que em seu artigo 4º indica que os planos municipais estão compostos, dentre outros itens, por "planos, programas e projetos setoriais" – por exemplo, os de turismo (no caso de São Paulo, o PLATUM).

que, em geral, tratam da questão urbanística de maneira muito pontual e generalista, mas representam o documento essencial da política de turismo local.

O primeiro PLATUM, realizando em 1999, reafirma o papel de proeminência de São Paulo, na perspectiva futura, num dos princípios estabelecidos pelo documento, que acredita "que a **imagem da cidade** deva ser fixada como destino de qualidade turística, garantindo à mesma, **espírito de vanguarda**" (PLATUM 1999, p. 42, ênfase adicionada). Na "visão" do plano, outro aspecto que merece destaque: "[o] espírito de vanguarda e a alta tecnologia associados ao carinho do cidadão para com o turista foram responsáveis por tornar a Cidade de São Paulo um grande centro de atração turística" (p. 44). Nos valores, já se sugerem medidas de diversificação turística (uma vez que a cidade possuiria atrativos para serem explorados por todos os segmentos de turismo) e transparecem alguns valores de city marketing, em que o turista satisfeito "servirá como um grande elemento divulgador" e a fixação da imagem de um destino de qualidade, garantindo-lhe um "espírito de vanguarda" (p. 42).

Um das estratégias do **PLATUM 1999** é o estímulo "[...] à criação e implantação de novos pólos de atração na cidade", cuja operacionalização estava baseada em três tipos de projetos de utilização de áreas ociosas e a dinamização turística de bairro étnico. Nota-se, com isso, uma intenção que se alinha à ideia geral de grandes projetos urbanos, que parte do princípio de que novas funções — por exemplo, as turísticas — podem ser desenvolvidas em áreas cuja dinâmica urbana tenham se transformado. Já no que se refere ao bairro étnicos, trata-se de uma estratégia comentada por Spirou (2011), qual seja a criação de "distritos étnicos" como possibilidade para o desenvolvimento de um distrito turístico de uma grande cidade.

Outra estratégia supõe o estímulo e o apoio às ações do Procentro, porém, dada a complexidade que encerra, não parece ser da alçada do plano setorial de turismo, até porque o mesmo documento não cita quais e nem como as atividades públicas seriam transferidas para o centro, apenas indica que o PLATUM está alinhado com algumas iniciativas que estivessem ocorrendo em outra esfera de governo.

No Programa Infra-estrutura e Investimento Turístico, para se atingir a meta "Incentivar a criação e diversificação de equipamentos para eventos e entretenimento em geral", são sugeridas estratégias que diretamente implicam em – ou poderiam ser vinculadas a – grandes projetos urbanos, a saber:a) estimular a construção de novos teatros e arenas ao ar livre, b) estimular a transformação de estádios de futebol em espaços multieventos, c) estimular a construção de novos centros de feiras e convenções na cidade, d) modernizar e ampliar o Parque Anhembi. Conforme

tratado no Capítulo 2, os projetos urbanos nos EUA, por exemplo, estiveram sempre vinculados a atividades comerciais e de entretenimento, nos chamados *festivalmarkeplaces*, ou então, se resumiam portentosas obras de centros de convenções ou facilidades esportivas. Ainda que – como em todo o Plano – não fique clara como essas metas serão atingidas, elas indicam que, do ponto de vista da intenção, em algum momento o órgão oficial de turismo projetou ações que teriam algum vínculo com grandes projetos urbanos assemelhados à experiência internacional.

Por fim, no Programa Desenvolvimento de Atrativos Turísticos, prevê-se atingir a meta "Revitalizar os pontos de interesse turístico da cidade, além de criar e fomentar novos pontos de atração" através das seguintes estratégias: a) Estimular a criação e implantação de novos pólos de atração na cidade; b) criar e implantar atividades de lazer e entretenimento em geral em bairros até então pouco privilegiados pelas mesmas; c) estimular e apoiar as ações do Procentro; d) implantar um processo de reurbanização que devolva à cidade rios navegáveis, limpeza, despoluição e iluminação; e e) estimular a construção de novos centros de compras especializados, além de incrementar e orientar sua divulgação. Estas são medidas que efetivamente implicam projetos de grande envergadura, os quais, certamente, não poderiam ser viabilizados no âmbito da entidade, que, entre 1999 e 2001, teve apenas R\$ 526 mil disponibilizados pelo FUTUR. Portanto, a forma de levar adiante essas propostas somente poderia ser por articulação com programas gerais da cidade ou iniciativa de empresas privadas.

Dentro do mesmo Programa, na estratégia "Criar, implantar e apoiar a geração de atividades culturais, artísticas e de entretenimento em geral", propunha-se estimular a difusão de parques temáticos de diversão na cidade. Apesar de não ficar claro o significado deste estímulo à difusão, a própria estratégia, ainda que maneira genérica, indica que a entidade estava atenta, no âmbito de criação de atrativos turísticos, a potenciais usuários que não fossem necessariamente turistas, senão moradores da cidade, uma vez que destaca as atividades artísticas, culturais e de entretenimento servem a todos os públicos.

Outro aspecto importante é um entendimento de que ações de planejamento turístico atingem e beneficiam também o morador, não apenas como beneficiário indireto (por exemplo, por uma maior arrecadação de impostos, que garantiriam melhores serviços públicos em geral), mas envolvendo-o diretamente nas ações previstas nos planos. Por exemplo, dentro do Programa de Conscientização e Divulgação Turística, a Meta "Conscientizar o cidadão, a iniciativa privada e o poder pública quanto à importância do turismo como atividade econômica" pressupõe "promover

cursos de capacitação turística" e "promover campanhas de comunicação que incentivem o cidadão a conhecer sua cidade".

A partir de 2000, Möller (2007) comenta que o COMTURpassa por contundente mudança política – no marco da eleição de Marta Suplicy, para o mandato de 2001 a 2004 – e uma intensa atividade de saneamento e reestruturação administrativa da então Anhembi, a partir da gestão de Eduardo Sanovicz, profissional com passagens pelo Convention Bureau de Barcelona¹⁴⁰. Em novembro de 2000, a entidade tinha 823 funcionários, contra 483 em dezembro de 1992, último ano da gestão Luiza Erundina. Do ponto de vista financeiro, o Anhembi acumulava prejuízo de R\$ 24,4 milhões, estando com o caixa zerado e os bens penhorados.

Uma importante constatação deste período é fato de que, nas discussões encetadas pelo COMTUR, "o cidadão paulistano ou morador da cidade passa a serpercebido e assumido também, como 'consumidor–turista', crescendo a preocupação em seconectar a prosperidade do setor com o incremento da qualidade de vida do município" (MÖLLER, 2007, p. 347). Ainda que polêmica, esta orientação parece se alinhar com os referenciais acerca da discussão do turismo urbano – por exemplo, a ideia de "consumidores de lugares" (SELBY, 2008, p. 168)¹⁴¹. Disso, infere-se que, em São Paulo, a visão de que o morador – ainda que sem uma visão metropolitana – passa a fazer parte dos planos e das ações da entidade oficial de turismo da cidade. Não é demasiado retornar, com cautela, o argumento: numa grande cidade como São Paulo, é imprescindível contar com a demanda local para quaisquer ações que vinculem grandes projetos urbanos com o turismo – sem, por óbvio, desconsiderar os turistas.

A partir deste momento, um aspecto que fica patente é uma posição de competição mais agressiva pela realização de grandes eventos internacionais em São Paulo, algo que seria facilitado por uma forte "parceria" do Anhembi com o São Paulo Convention&Visitors Bureau. Quanto a isso, vale destacar o caráter de entidade promocional que Anhembi assume *vis-a-vis* seus compromissos no âmbito da estruturação da política do turismo da cidade. Ou seja, entende-se que a atividade-fim mais significativa da entidade seria, mediante sua "profissionalização", desenvolver medidas de marketing e promoção turística.

¹⁴⁰ Em entrevista ao autor, Sanovicz comenta que uma de suas estratégias era promover uma "tropicalização" do modus operandi da gestão do turismo barcelonesa para a realidade paulistana, o que indica uma tentativa de incorporar práticas internacionais.

^{141&}quot;O termo 'consumidor de lugar' é preferido em relação a 'visitantes' ou 'não-visitantes', uma vez que os residentes também consomem a representações e paisagens dos destinos turísticos urbanos" (SELBY, 2008, p. 168, tradução nossa)

Neste período, foi realizado o **Plano de Desenvolvimento do Marketing Turístico de São Paulo**, financiado pela SPC&VB e contratado à empresa catalã Marketing Systems. Este documento confirma uma tendência de envolvimento de consultores internacionais nas questões de planejamento turístico no Brasil, o que se daria em outras partes do país (Rio de Janeiro, Maranhão, Alagoas), especialmente pela atuação da mesma empresa que fez este plano.

Do ponto de vista a política local, é interessante notar que o panorama temporal deste plano estende-se de 2002 a 2010, confundindo-se, de certa maneira, com as prerrogativas dos PLATUMs que se seguem (2002 e 2003). Ou seja, parece que o Plano de Marketing assume uma importância maior do que o próprio PLATUM, que, com efeito assumirá um formato muito simplificado até 2004 – quando se dá a mudança de gestão em São Paulo.

Sendo um plano de marketing, o enfoque está na concepção de concepção, promoção e comercialização de produtos, sendo a cidade de São Paulo o substrato para os produtos turísticos. A partir do diagnóstico de que apenas 56% dos recursos turísticos de São Paulo são aproveitados ("A motivação para a visita à Cidade se dáde forma racional tendo em vista a necessidadede viajar pela obrigação de um encontrode negócios, um congresso ou feira,ou seja, não existe motivação emocionalpor parte do visitante", p. 22), os objetivos dos planos referem-se basicamente ao aumento da visitação e da permanência média dos visitantes (principalmente de eventos e negócios). No plano operacional, foram previstos três programas: Programa de Sensibilização (que inclui o projeto "Orgulho Paulistano", focado no morador da cidade), Programa Estruturação de Produtos, Programa de Promoção e Programa de Comunicação, totalizando 40 anos. Convém registrar que, em todos os programas, não se notam iniciativas de integração com as políticas urbanas, especialmente no que se refere na perspectivas de medidas de intervenção física na cidade em favor do turismo.

Conforme dito, o Plano de Marketing parece trazer os elementos essenciais que vão se reproduzir nos PLATUMs a partir de 2002, podendo-se inferir que, até hoje, os planos de turismo da cidade concentram-se nas questões mercadológicas – que, sem serem menos importantes, acabam por desconsiderar uma integração maior entre a política de turismo e as políticas urbanas (que implicam numa gestão integrada do território).

O **PLATUM 2002** é apresentado como "simples, objetivo e factível", tendo por prioridades "a promoção turística da cidade, a reestruturação dos serviços oferecidos ao mercado e a promoção e captação de eventos". Apresentando dados gerados pela EMBRATUR, no ano de 2000 – portanto, não atentos às particularidades do turismo local – o documento informa que a cidade recebia cerca

de 64% dos turistas a negócios e pouco mais de 13% a "turismo" – que se subtende ser a categoria "lazer". Neste plano, veiculam-se estatísticas de atendimento às Centrais de Informação Turística que trazem um aspecto bastante elucidativo (e não mais presente PLATUMs seguintes): entre janeiro e junho de 2001, as CITS fizeram 138.918 atendimentos, sendo que, destes, 116.662 foram a moradores da própria cidade. Nesta versão do PLATUM, percebe-se o enfoque na questão dos eventos e na promoção turística, com medidas complementares no sentido de estruturar produtos a serem disponibilizadas nos mercados emissores potenciais, com ações distribuídas em três Programas (Captação e Promoção de Eventos, Reestruturação dos Serviços e Promoção Turística).

Já no **PLATUM 2003**, após uma análise SWOT (Forças, Fraquezas, Risco e Oportunidades) traz uma "proposta estratégica" de "[e]xpandir o turismo na cidade de São Paulo, com impactos no aumento deentradas, permanência, consumo e eventos captados, através de ações depromoção nos principais mercados e massificação da informação de forma acriar uma experiência de vida enriquecedora para os turistas". Para tanto, são formuladas duas linhas de ação: Promoção e Informação e Infra-estrutura e Manutenção. Nos detalhamentos das ações, não se notam nenhuma intenção vinculada a medidas de intervenção física na cidade, que se orientam, na sua essência, a questões organizacionais, institucionais e mercadológicas.

O PLATUM 2004-2006, divulgado em julho de 2003, estava bem alinhado com as comemorações dos 450 anos de São Paulo — "uma oportunidade ímpar de alavancar o turismo na cidadede modo a elevá-lo a um novo patamar" (p. 10). No documento, a inexpressividade do turismo a lazer em contraposição ao de negócios (15,4% e 66,8% das visitas, em 2001, respectivamente) era explicada pela "faltade imagem de destino de lazer, compras e cultura", decorrente de insuficiente "investimento na promoção do destino turístico". Assim, as festividades garantiriam uma "exposição favorável na mídia, os eventos comemorativos e areceptividade espontânea proporcionam o momento oportuno paraa projeção e fixação do posicionamento de mercado de São Paulocomo destino de turismo de lazer e cultura" (p. 10).

O objetivo geral era "ampliar a participação e fortalecer acompetitividade da Cidade de São Paulo nomercado de congressos, eventos e negócios eestruturar o turismo de cultura e lazer" (p. 14). Para tanto, pressupunha criar e manter uma imagem de destino desejado, que, conforme o Plano de Marketing do PLATUM era: "São Paulo é a cidade dos estímulos. Uma cidade 24 horas no ar, rejuvenescida e comum estilo de vida único" (p. 16). Note-se o componente de competitividade – particular a um setor, o de turismo de negócios – bem como a objetivação da proposta de diversificação das atividades turísticas, para além do turismo de negócios.

O PLATUM 2007-2010, de 2006, em linhas gerais, apresenta um diagnóstico da cidade – "uma metrópole global" (p. 18) – que potencialmente pode explorar um conjunto de segmentos ainda menosprezados, notadamente aqueles vinculados à diversidade cultural, à concentração de tecnologia e conhecimento e ao papel crescente da cidade no plano mundial. Apesar de fazer menção ao PLATUM anterior, o documento apresenta, de maneira ligeira, ações realizadas entre 2005 e 2006, com o argumento de que estava atendendo às estratégicas formuladas anteriormente. Além disso, foram lançados os projetos "Fique mais Um Dia" (focado nos turistas de negócios, para permaneceram mais um dia na cidade), "São Paulo Tanque Cheio" (com descontos nos serviços turísticos da cidade), "Turismetrô" (roteiros a pé e de metrô, com guia, por vários percursos diferentes) e "Super-Weekend" (visando estimular o turismo entre São Paulo e Rio de Janeiro).

A visão do PLATUM 2007-2010 é:

A cidade de São Paulo como destino turístico consolidado de lazer, entretenimento, cultura, negócios e eventos, oferecendo produtos diferenciados, criativos e de qualidade, que destacam o seu caráter vanguardista e gerador de tendências. Com isso, deve ser cada vez mais reconhecida como referência nacional e internacional, que proporciona ao seu visitante e ao cidadão paulistano uma experiência positiva e enriquecedora, fortalecendo a atividade turística no município (PLATUM 2007-2010, p. 40).

Alguns aspectos ficam explícitos: a) o desejo de se diversificar os segmentos turísticos em São Paulo (mas sem desconsiderar o mais importante, negócios e eventos); b) difusão do ideário das "cidades criativas", no qual São Paulo seria privilegiada por seu caráter "vanguardista e gerador de tendências", c) um desejo de consolidação da imagem da cidade nas esferas nacional e internacional (para o quê ações de promoção serão destaque nos Programas de ações) e d) uma equanimidade entre "visitante" e "cidadão paulistano" sujeitos do turismo local.

O documento propõe cinco macro-programas, que, no conjunto, comportam sete programas diferentes, que trazem objetivos conjugados para os macro-programas – e não apresentam as estratégias ou ações a serem aplicadas para atingi-los. Vale destacar que, no âmbito dos objetivos, apenas o Macro-Programa Estruturação da Oferta Turística indica um objetivo diretamente vinculado com questões urbanas, no que diz respeito à instalação de sinalização turística. Já no Macro-Programa Marketing e Promoção Turística, confirmam-se os princípios gerais de diversificação dos segmentos, valendo-se da oferta de cultura, entretenimento e lazer, bem como desejos de distinção de São Paulo de seus pares latino-americanos, indicando elementos de competição.

Em 2005, a entidade tem seu nome é alterado para São Paulo Turismo S/A. Conforme ata da primeira reunião do COMTUR após a mudança de presidência, seu dirigente levanta um aspecto que será amplificado em toda sua gestão (até 2011), qual seja a diversificação de possibilidades de turismo na cidade, ao lado da continuidade do turismo de negócios e eventos. Conforme argumenta Möller (2007), na nova gestão da SPTuris entendia-se ser

possível aumentar sua atratividade – a qual estivera alicerçada tradicionalmente, na vocação da cidade para a organização e a recepção de grandes eventos e feiras – acrescentando a isto, um elenco de variadas opções de entretenimento e de lazer que ela (cidade de São Paulo) pode oferecer. Outro aspecto a se salientar, refere-se à inclusão do habitante de São Paulo, como público-alvo da SP Turis (ex-Anhembi), em adição ao turista (MÖLLER, 2007, p. 375).

As representações da cultura urbana seriam apontadas como estratégicas¹⁴², inclusive no que diz respeito à perspectiva de aproximação com outros projetos em curso na gestão municipal, como o programa Monumenta. A abertura de espaço para o tratamento da cultura (material ou imaterial) como insumo para o entretenimento é algo que, segundo estudos dos projetos urbanos, direciona a gestão do turismo pelo viés do "espetacularização" do urbano, tal como Harvey (1996) já destacou para Baltimore (EUA), na década de 1960¹⁴³.

Considerando a realidade paulistana – particularmente na região central – a partir da década de 1990, vale recobrar a opinião de Kara José (2007):

o apoio às iniciativas de restauração e revitalização do patrimônio histórico urbano passou a figura com grande relevância nos discursos sobre os caminhos para o crescimento do turismo, da mesma forma que a articulação com o turismo poderia garantir a sustentabilidade do patrimônio histórico urbano (KARA JOSÈ, 2007, p. 150)

O PLATUM 2011-2014 aponta como "segmentos prioritários" o turismo de negócios e eventos, o turismo cultural e o turismo de lazer e entretenimento; e como "segmentos secundários", turismo de saúde, o turismo de compras, o turismo de estudos/educacional, o turismo gastronômico e o turismo LGBT. Dos 10 "eixos estratégicos", dois trazem considerações que implicam intervenções físicas na cidade, dentre elas (*Infra-estrutura de Apoio ao TurismoeEstruturação da Oferta Turística*): melhorias na sinalização turística e das Centrais de Informação Turística,

Capítulo 4. Turismo em São Paulo na contemporaneidade

¹⁴² Caio Luiz de Carvalho argumenta: "cidade tem um setor de entretenimento fortíssimo e não é bem aproveitado, precisamos agregar a cultura nos projetos da cidade", dando a entender que a diversidade da oferta de serviços urbanos (casas de shows, teatros, casas noturnas, etc.) seja mais bem aproveitada para fins turísticos, e não somente para o turismo de negócios.

¹⁴³ Conforme tratado no capítulo 2, particularmente na descrição e delimitação, no plano histórico, da figura dos grandes projetos urbanos.

continuidade do Projeto Turismo no Centro, "estímulo à construção de novos espaços para suprimento de megaeventos e feiras na cidade", "estímulo ao desenvolvimento de projetos para implantaçãode mobiliário urbano (que, além de seu aspecto funcional,possa ser transformado em ícone da paisagem e parte dosatrativos turísticos da cidade)", e "sugestão para elaboração de projetos que reforcem azeladoria urbana, contemplando a reforma e conservação deruas e calçadas, limpeza e iluminação nos principais atrativos turísticos", dentre outros. Dentre estes eixos, observa-se, claramente, que aqueles relacionados com promoção e divulgação da cidade (Marketing e Posicionamento do Destino Turístico e Promoção e Divulgação de Produtos e Serviços Turísticos) são os mais extensos e elaborados.

Ademais, o documento traz algumas diretrizes específicas sobre os preparativos para a organização da Copa do Mundo de 2014, com previsão de que "os investimentos darão especial enfoque à mobilidadeurbana e aos transportes, com ampliação da rede metropolitanasobre trilhos e novas estratégias de circulação geral nacidade" (PLATUM 2011-2014, 2011, p. 92).

Interessante notar que, no capítulo das diretrizes, o PLATUM 2011-2014 faz menção Plano Diretor Estratégico de São Paulo (2002), nos artigos que dizem respeito ao turismo, argumentando que documento atende plano geral da cidade. Isso indica que, ainda que de maneira elementar, busca-se uma integração entre a política urbana geral e a específica de turismo na cidade.

Do ponto de vista institucional, o estabelecimento do COMTUR, do PLATUM e do FUTUR, a partir de 1991-1992, indica um amadurecimento em termos de controle social sobre a questão do turismo na escala municipal. Por outro lado, ainda existem importantes lacunas para uma adequação gestão do turismo no que tange às questões de natureza urbanística, já que, em geral, o planejamento e a gestão do turismo – mesmo do ponto de vista do poder público – focam-se em questões prático-operacionais e comerciais, negligenciando melhores relações com outras esferas de planejamento urbano.

4.2 Atrativos turísticos, visitação e a relação turista/morador¹⁴⁴

No bojo dos mitos e das transformações que efetivamente se processam na estrutura produtiva de São Paulo, há que se perguntar – para, então, compreender – como a atividade turística se espacializa na metrópole contemporânea. Com efeito, há situações muito objetivas (a hotelaria, os atrativos turísticos, os grandes espaços para eventos), mas, também, há sutilezas que precisam ser detalhadas, no fito de se entender, *lato sensu*, as formas que o turismo assume na capital paulista. Trata-se, portanto, de estudar os significados (ou funções) turísticos introjetados nas formas urbanas de hoje – seja em construções específicas (a unidade do atrativo turístico), seja em diversas atividades que ocorrem em outras parcelas deste tecido urbano difíceis de mensurar, ou ainda, apenas na constelação de imagens e miragens que se pretende atribuir a uma São Paulo turística (que, inegavelmente, também se conjugam para construir o fenômeno turístico paulistano).

Em 1994, o *Livro da Cidade*, referindo-se a dados da Anhembi Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo S/A, caracterizava São Paulo como a segunda cidade mais visitada do Brasil, com três milhões de turistas, dos quais 500 mil estrangeiros, com permanência média destes visitantes era de 13,5 dias e gasto médio diário de US\$ 150,00. As principais motivações eram "negócios ou [...] eventos ligados à cultura, saúde, lazer e, principalmente, [...] compras em dezenas de shopping centers, lojas de departamentos, ruas especializadas em ramos determinados do comércio e casas sofisticadas" (SÃO PAULO: LIVRO DA CIDADE, 1994, p.84).

Mais recentemente, a SPTuris vem aplicando pesquisas pontuais¹⁴⁵ junto àqueles que consultam as Centrais de Informação Turística (**Tabelas 2 e 3**), bem como em eventos específicos da cidade. No que se refere às pesquisas nas CITs¹⁴⁶ junto aos visitantes que realizam pernoites na

¹⁴⁴Ademais dos dados gerais oficiais, apresentados neste item, outros levantamentos vêm sendo feitos por pesquisadores independentes, cujas discussões subsidiam a melhor compreensão do turismo em São Paulo. Dentre estes, Teles (2006), Braga (2006), Domingues (2007), Lisboa (2010) e Masano (2011), que aportam, com pesquisas específicas, contribuições sobre a relação entre a distribuição dos atrativos e da hotelaria no espaço urbano paulistano, as atividades dos turistas de feiras e eventos na cidade, os impactos do Grande Prêmio de Formula 1 e as relações entre gastronomia e o território, respectivamente.

¹⁴⁵ Não foram localizadas pesquisas abrangentes e em séries históricas extensas sobre a demanda turística paulistana – tampouco sobre os hábitos de lazer do morador – dificultando detalhamento sobre a convergência entre a oferta de estruturas e equipamentos turísticos e sua efetiva fruição por parte dos usuários. Essa é uma limitação importante para pesquisas relacionadas ao turismo urbano, não apenas em São Paulo, conforme argumenta Wöber (2000) no contexto europeu, questionando pobreza de dados e estatísticasturisticos no nível local, que acabam por se concentrar na escala nacional.

¹⁴⁶ Em revista a todos os PLATUMs, dispõem-se apenas informações sobre os atendimentos nas CITs no PLATUM 2002 e no PLATUM 2011-2014. No primeiro caso, o levantamento de atendimentos entre janeiro e junho de 2001 dava conta de que, do total de atendimentos realizados no período (138.918), 116.662 (ou 83% do total)foram feitos à

cidade, os dados disponíveis para o período 2006-2011 indicam que o MASP é o local mais visitado por uma expressiva parcela dos respondentes da pesquisa (16,8%), seguido de Mercado Municipal Paulistano (10,6%) e Parque do Ibirapuera (6,7%). Há, ainda, indicações de regiões da cidade mais procuradas (e não propriamente um atrativo), como Avenida Paulista e Centro Histórico

Locais mais visitados	Respondentes			
(visitantes com pernoites)	(n)	(%)		
MASP	408	16,3		
Mercado Municipal Paulistano	264	10,6		
Ibirapuera (Parque do)	200	8,0		
Paulista (Avenida)	167	6,7		
Catedral da Sé	156	6,2		
Centro Histórico	84	3,4		
Museu do Futebol	54	2,2		
Museu da Língua Portuguesa	51	2,0		
Praça da Sé	47	1,9		
Zoológico	40	1,6		

Tabela 2 – Locais mais visitados segundo pesquisas nas CITs (com pernoite) – 2006-2010 Fonte: Observatório do Turismo de São Paulo (2011), adaptado pelo autor

As pesquisas junto aos visitantes sem pernoites (ou excursionistas) indicam um cenário semelhante, com o MASP, o Mercado Municipal Paulistano e o Parque do Ibirapuera como os mais visitados.

A Rua 25 de Março e a Liberdade são regiões citadas por este grupo, mas não pelos visitantes com pernoites, sugerindo que, no caso dos excursionistas, existe uma importante demanda por compras – já que aquelas regiões são áreas de comércio de São Paulo e atraem públicos de diversos lugares do Estado e o país.

população da capital. Já no segundo caso (PLATUM 2011-2014), figura apenas a informação de que entre 2009 e 2011 as CITs da cidade prestaram 149 mil atendimentos, sem estratificar a origem das pessoas atendidas.

Locais mais visitados (visitantes sem pernoites)	Respondentes (%)
MASP	13,7
Mercado Municipal Paulistano	11,7
Ibirapuera (Parque do)	10,2
Catedral da Sé	5,4
Paulista (Avenida)	5,4
Praça da Sé	3,9
Liberdade	2,9
Rua 25 de Março	2,9
Centro Histórico	2,4
Museu da Língua Portuguesa	2,0

Tabela 3 – Locais mais visitados segundo pesquisas nas CITs (sem pernoites) – 2006-2010 Fonte: Observatório do Turismo de São Paulo (2011), adaptado pelo autor

Particularmente ao Mercado Municipal Paulistano, um dos ícones turísticos da cidade – especialmente após sua reforma e expansão em 2000, com recursos do Programa Monumenta – pode-se dizer que a maior demanda é de visitantes da Região Metropolitana ou de cidades do interior de São Paulo, de onde os visitantes costumam viajar de carro e aproveitar a visita a São Paulo para outras atividades – nomeadamente compras. Com efeito, 60% dos visitantes do Mercado Municipal Paulistano conjugam sua visita com outras atividades na região, muito mais relacionadas com compras, do que com motivações culturais: deste grupo, além de visitar o Mercado, vão às compras na Rua 25 de Março, enquanto que apenas 24% buscam atrativos de caráter histórico e cultural, como Pinacoteca do Estado, Museu da Língua Portuguesa, Edifício Banespa, Catedral da Sé, Mosteiro de São Bento, Igreja de Santo Antonio e Espaço Catavento (ALLIS, 2009). Em qualquer dos casos, é importante notar que os locais citados localizam-se num raio muito curto, de não mais do que um quilômetro do Mercado Municipal Paulistano. Isso sugere que, no conjunto, o Centro de São Paulo pode ser considerado uma região turística bem articulada, tendo no Mercado Municipal Paulistano uma atração de alta relevância.

As demais pesquisas da SPTuris, mostram situações relacionadas ao afluxos de pessoas em eventos, desde 2008, quando da formação do Observatório de Turismo de São Paulo (**Tabela 4**). Para efeito analítico, os eventos foram divididos em duas categorias: eventos esportivos e culturais e eventos comerciais (feiras). Por óbvio, a dinâmica de eventos em São Paulo é bastante

maior¹⁴⁷, no entanto, é com base nestes dados que pode-se fazer algumas inferências sobre a dinâmica turística de São Paulo.

Pela análise dos dados, nota-se que praticamente todos os eventos esportivos e culturais têm predominância de público local (morador da cidade de São Paulo), à exceção do Salão do Automóvel (que tem apenas 41,3% dos visitantes da própria cidade de São Paulo). Com relação aos eventos comerciais pesquisados (Francal, X Reatech e CouroModa), é de se esperar que o público seja predominantemente externo, dada a exclusividade de sua realização e a pulverização dos interesses (que não estão concentrados necessariamente em São Paulo); nestes eventos, nota-se que uma pequena parte dos participantes são de público local: 28% para a Francal e 35% para o CouroModa (OBSERVATÓRIO DE TURISMO DE SÃO PAULO, 2011).

Considerando os eventos esportivos e culturais para os quais se pode fazer um comparativo entre 2010 e 2011, observa-se uma leve tendência de diminuição do público local: no São Paulo Fashion Week os moradores da Capital passam de 77% para 75%, na Parada LGBT, de 90% para cerca de 87% e, na Virada Cultural¹⁴⁸, de 91% para 90%. No entanto, este cenário não se repete para o Formula Indy e o Carnaval, cuja afluência de moradores aumenta em 2011 com relação a 2010 (**Figura 36**).

Em todo caso, pelo fato de não ser dispor de uma série histórica ampla ou maior diversidade de pesquisas com base em outros eventos da cidade, talvez sejaexagerado considerar que o turismo (ou seja, afluência de visitantes de outras cidades) esteja claramente aumentando ou diminuindo sua participação nos grandes eventos realizados em São Paulo (OBSERVATÓRIO DE TURISMO DE SÃO PAULO, 2011).

¹⁴¹Lisboa (2010) recorda que tanto a SPTuris, quanto a São Paulo Conventin&Visitors Bureau sustentam que a cidade recebe mais de 90 mil eventos por ano; no entanto, na sua pesquisa, identificou cerca de 900 eventos anuais entre 2006 e 2008, claramente marcados nos calendários oficiais. De toda maneira (e considerando que essas contagens dependem da definição e do escopo do evento), basta reter a ideia de que as pesquisas realizadas pela SPTuris nos eventos representam um recorte do universo de eventos da cidade, cujos volumes de visitantes, entre 2010 e 2011, ultrapassaram os dez milhões.

¹⁴⁸ Conforme Carvalho (2006, p. 32), "a relação entre eventos e turismo teve seu ápice no projeto Virada Cultural, que atingiu, de imediato, três dos maiores objetivos da SPTuris: envolver a comunidade, atrair turistas e mostrar São Paulo como uma cidade de vanguarda, contribuindo para sua imagem de grande metrópole cultural do país e da América do Sul". Segundo as próprias pesquisas da SPTuris, a maior parte dos freqüentadores da Virada Cultural, nas edições de 2010 e 2011, são moradores de São Paulo. É também importante notar o elemento diferenciador no discurso de Carvalho (2006), que esteve à frente da SPTuris até novembro de 2011, alinhando-se com intenções de fazer São Paulo competir com outras cidades do Brasil e do continente sul-americano. No entanto, o discurso parece estar divergente das estatísticas.

Projetos urbanos e turismo em grandes cidades – Thiago Allis

EVENTOR	ΔηΛ	Público	Questionários Aplicados	Motivações de visita (%)				Procedência	
EVENTOS		estimado		Evento	Lazer	Negócios	VAP	Estudo	São Paulo (% do total)
Eventos comerciais									
CouroModa	2010	65.000	467	n/i	n/i	n/i	n/i	n/i	35,3%
X Reatech	2011	45.000	2.005	n/i	n/i	n/i	n/i	n/i	n/i
Francal	2010	n/i	753	63,4%	1,0%	35,6%	0,0%	0,0%	28,1%
Eventos culturais e esportiv	os								
Carnaval	2010	110.000	1.869	70,9%	5,4%	12,9%	10,8%	0,0%	70,6%
Carnaval	2011	n/i	n/i	79,6%	5,9%	10,5%	4,0%	0,0%	77,4%
Formula Indy 300	2010	60.000	1.839	n/i	n/i	n/i	n/i	n/i	56,3%
Formula Indy 300	2011	45.000	n/i	84,9%	5,4%	4,8%	4,8%	0,0%	63,4%
Virada Cultural	2010	n/i	n/i	64,3%	13,9%	7,0%	13,9%	0,9%	91,7%
Virada Cultural	2011	4.000.000	2.042	65,4%	13,4%	11,8%	9,4%	0,0%	90,3%
Parada LGBT	2010	n/i	1.402	72,1%	17,2%	4,1%	0,8%	5,7%	87,4%
Parada LGBT	2011	4.000.000	1.414	80,6%	n/i	n	n/i	n/i	82,1%
SP FashionWeek (Inverno)	2010	100.000	1.007	55,0%	9,5%	28,4%	7,1%	0,0%	77,6%
SP FashionWeek (Inverno)	2011	70.000	1.580	74,0%	5,1%	17,1%	3,4%	n/i	75,8%
Formula Truck	2010	50.000	739	n/i	n/i	n/i	n/i	n/i	65,6%
Bienal do Livro	2010	740.000	783	84,3%	8,8%	3,0%	2,2%	1,7%	60,6%
Salão do Automóvel	2010	750.000	1.752	92,3%	2,6%	2,6%	2,0%	0,5%	41,3%
GP Brasil Formula 1	2010	110.000	1.732	n/i	n/i	n	n/i	n/i	60,0%

Tabela 4 – Estatísticas gerais sobre eventos paulistanos – 2010-2011 Fonte: Observatório do Turismo de São Paulo (várias fontes), adaptado pelo autor

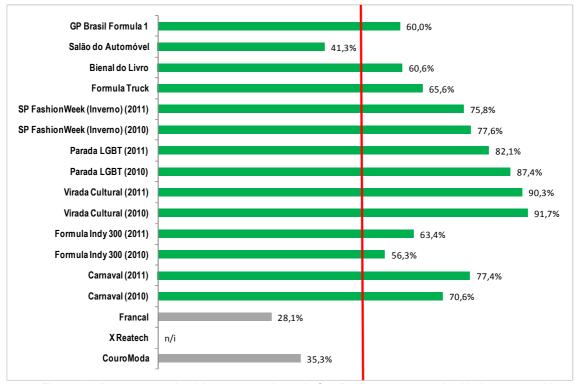


Figura 36 –Porcentagem de visitantes moradores de São Paulo aos eventos da cidade – 2010-2011 Fonte: Observatório do Turismo de São Paulo (várias fontes), adaptado pelo autor

A partir das informações disponíveis e seguindo os objetivos da pesquisa, buscou-se, a com base na de atrativos turísticos de São Paulo¹⁴⁹, entender a distribuição de usos entre moradores e turistas na sua dinâmica de visitação, a partir de consultas aos gestores aos atrativos turísticos. As possibilidades de origem indicadas são: São Paulo, Região Metropolitana de São Paulo (e, para não haver dúvida, havia um mapa digital com todas as cidades da RMSP, disponível no momento do preenchimento), Estado de São Paulo, outros Estados do Brasil e outros países.

Esta decisão orientou uma coleta de dados sobre visitação, buscando consolidar algumas informações de natureza quantitativa, algo de difícil operacionalização para o caso de atrações difusas espacialmente (ruas, praças, porções da cidade, etc.). Reconhecemos o risco deste recorte, conquanto é óbvio que experiência turística não está necessariamente acondicionada aos espaços físicos ou limites dos atrativos. No entanto, observando a literatura sobre o tema, percebe-se que a geração e o tratamento específico de informações são os sérios fatores limitantes para o estudo, o planejamento e a gestão do turismo urbano (LAW, 2002), o que, conforme apresentado, repete-se em São Paulo.

¹⁴⁹ Conforme procedimentos explicados no Capítulo 3 (item 3.4).

Conforme se verá, os resultados são bastante modestos, tendo em vista a quase total negligência com o controle de fluxos nos atrativos pesquisados. Frisa-se que ao informar que fazem a estratificação de origens dos visitantes não necessariamente implica em efetivo controle desta variável (ou seja, mesmo onde existem mecanismos para se identificar a origem dos visitantes, são poucos os dados estratificados disponíveis – especificamente o Museu da Língua Portuguesa e a Espaço Raymundo Magliano Filho, da BOVESPA).

A **Tabela 5** dispõe informações sobre visitação dos atrativos localizados no Centro da cidade (20 dos 52 da lista de atrativos prioritários)¹⁵⁰, de modo que se perceba o significado do afluxo de pessoas à região em visitas motivadas prioritariamente a lazer (a julgar pelo fato de que estes atrativos oferecem atividades culturais, recreativas e de entretenimento).

Atrativo	2006	2007	2008	2009	2010
Catavento Cultural Educacional	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Catedral da Sé (Visita Monitorada)	3.000	3.500	4.000	4.500	5.000
Centro Cultural Banco do Brasil	566.663	706.153	706.837	631.75	605.401
Copan	n/i	n/i	n/i	n/i	n/i
Espaço Raymundo Magliano F. (BOVESPA)			142.814	96.356	105.039
Edifício Banespa (Mirante Santander)	0	0	0	93.842	74.767
Edifício Itália	n/i	n/i	n/i	n/i	n/i
Igreja S. Francisco de Assis	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Memorial do Imigrante	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Mercado Municipal Paulistano	n/i	n/i	n/i	n/i	n/i
Mosteiro de São Bento	n/i	n/i	n/i	n/i	n/i
Museu da Língua Portuguesa	491.031	516.805	461.775	387.632	385.025
Museu de Arte Sacra	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d
Parque Jardim da Luz	n/c	n/c	n/c	n/c	n/c
Pateo do Collegio	n/i	n/i	n/i	n/i	n/i
Pinacoteca do Estado de São Paulo	n/i	n/i	n/i	n/i	n/i
Prédio Martinelli	0	0	0	0	4.013
Solar da Marquesa de Santos	n/i	n/i	n/i	n/i	n/i
Sala São Paulo (Visita guiada)	5.715	6.234	7.153	8.618	8.765
Teatro Municipal de São Paulo	185.042	182.037	230.657	0	0

Tabela 5 – Evolução do número de visitantes dos atrativos do Centro de São Paulo – 2006-2010

590.948

1.188.010

Fonte: gestores dos atrativos (consulta por formulário)
n/i: não informado (mas o formulário foi preenchido parcialmente)
n/d: não disponível (o formulário não foi preenchido)
n/c: não contabilizado

TOTAL (REGIÃO CENTRAL) 1.251.451 1.414.729 1.553.236

¹⁵⁰ Informações da compilação dos dados fornecidos pelos gestores através de formulário eletrônico.

Com base na lista de atrativos prioritários (apresentados no Capítulo 3), as consultas aos gestores dos atrativos foram realizadas a partir de julho de 2011, através de formulário eletrônico estruturado dividido em três blocos: caracterização geral dos atrativos (informações de cadastro basicamente), dinâmica de visitação (para o período 2006 e 2010, distribuídas conforme a origem dos visitantes) e impressões dos gestores sobre a imagem turística de São Paulo (APÊNDICE B). Esta pesquisa foi aplicada *online*, de maneira que todos os gestores pudessem respondê-la autonomamente (e para isso havia balões explicativos detalhados nas perguntas que poderiam impor dificuldade de compreensão) e no momento que fosse mais conveniente, sem, portanto, ser necessário interromper sua rotina para uma visita do pesquisador. Os contatos foram conseguidos através das páginas dos atrativos na internet. Os *links* para acesso aos formulários, junto de pequeno texto explicativo sobre a pesquisa, foram enviados aos contatos de emails disponíveis nos sites das entidades.

Foram várias ondas de abordagem, que se repetiam em função do monitoramento de entrada das informações no banco de dados. Passadas algumas semanas, o mesmo contato foi feito, no intuito de se buscar o preenchimento por parte dos respondentes, e para tanto, foram utilizados ainda dois expedientes complementares: a) envio de correspondência física (ao longo de agosto de 2011), com detalhamento da pesquisa e menção às primeiras tentativas de contato por email, e b) busca de contatos mais detalhados, de pessoas específicas nos atrativos, junto à Coordenadoria de Projetos Turísticos da SPTuris. Particularmente sobre esta última estratégica, cumpre registrar que ela não foi aplicada no início dos trabalhos pelo fato de termos como proposta testar o comportamento dos gestores com relação a demandas de pesquisa, tendo em vista que, no caso de se vir a estruturar um sistema de monitoramento dos fluxos turísticos da cidade, provavelmente isso seria feito de maneira semelhante ao expediente utilizado nesta pesquisa (alimentação de banco de dados online).

Assim, evidencia-se que os contatos das instituições publicados em suas páginas na internet a) não são confiáveis (já que alguns gestores comentaram, após receberem a correspondência física ou a mensagem por outro endereço de email, fornecido pela SPTuris, que não haviam recebido a primeira mensagem) ou b) não são devidamente monitorados como canal de comunicação (na eventualidade de funcionários ou gestores das entidades terem recebido a mensagem e não terem dado a atenção ou resposta à demanda).

Vale registrar que "volume de visitantes" talvez não se seja como o melhor indicador sobre a realidade turística, especialmente porque as experiências turísticas – em particular, nas grandes

cidades – não está confinada às fronteiras físicas dos atrativos turísticos. No entanto, conforme ficou explícito nesta pesquisa, o nível de conhecimento sobre o turismo na cidade é tão elementar que, de início, pareceu conveniente tentar trazer algumas inferências sobre a dinâmica do turismo paulistano. Em suma, do ponto de vista estatístico, as informações sobre o volume de visitantes poderia cobrir lacunas sobre as características gerais dos turistas da cidade, conquanto, até o presente, não se realizou uma ampla pesquisa de caracterização e dimensionamento dos fluxos turísticos da cidade – e tampouco existem séries históricas compiladas e disponíveis neste particular.

Nesse sentido, saber as quantidades de visitantes de uma cidade não é a única ou mesmo a principal forma de analisar o turismo urbano, já que se trata de uma medida demasiadamente ortodoxa e rígida para um fenômeno de grande complexidade espacial. Existem, para isso, ferramentas bem mais elaboradas e sutis, capazes de elucidar certos aspectos do turismo em grandes cidades (entrevistas de profundidade, grupos focais, diários de viagem, dentre outros). No entanto, na ausência de detalhes, pareceu não haver outro caminho, senão uma tentativa de quantificação de fluxos através dos gestores dos atrativos – tendo em vista que seria inexequível conduzir uma pesquisa de demanda completa, com distribuição de pontos de coleta atinentes a todos os condicionantes do método estatístico. Wöber (2010) lembra das dificuldades em se analisar o turismo no nível das cidades pelo fato de, em geral, autoridades de turismo mais influentes (no nível federal) não disporem ou coletarem dados estratificados detalhadamente para as cidades, senão para todo o país, grandes regiões ou estados/províncias. Além disso, quando as estatísticas focam-se em segmentos específicos, o turismo urbano dificilmente é contemplado provavelmente pela complexidade de isolarem variáveis específicas ao turismo no âmbito de grandes cidades, diferentemente da realidade de pequenos destinos turísticos característicos de certos segmentos (turismo de sol e praia, turismo rural, ecoturismo, etc.), situação decorrente das dúvidas sobre o significado e pela ausência de definição do que venha a ser efetivamente turismo urbano (WÖBER, 2000, p. 65).

Diante desse cenário, esta pesquisa traz uma importante contribuição para a gestão do turismo na cidade ao gerar informações elementares – e, também, expor a dificuldade de obtê-las, bem como o descuido para com o assunto por parte dos atrativos da cidade. Atividades como esta vêm sendo paulatinamente desenvolvidas no âmbito do Observatório do Turismo de São Paulo, divisão da SPTuris no que se refere às estatísticas e dados sobre o turismo na cidade. Com efeito,

todas as pesquisas realizadas até o momento pela entidade foram consultadas e incorporadas ao trabalho.

Na busca por informações sobre a origem dos visitantes, almejava-se trazer subsídios para tratar uma das hipóteses da pesquisa: o turismo na cidade de São Paulo deve estar composto, essencialmente, de visitantes locais ou regionais (entendido "regional" como aquele que mora na Região Metropolitana de São Paulo). Infelizmente, esta coleta não logrou resultados tão detalhados, pelo fato de que praticamente nenhum dos atrativos realiza este tipo de controle; com efeito, é significativo o número de atrativos para os quais não se têm informações elementares sobre o volume geral de visitantes, tal como uma contagem de usuários.

Dos 52 atrativos listados, obtiveram-se informações de 35, porém nem todos os formulários foram preenchidos a contento – seja pela ausência das informações por parte dos gestores dos atrativos (o que, normalmente, vinha explicado no campo final do formulário), seja por outras razões desconhecidas (que deve ser a mesma, ainda que os gestores não tenham relatado). Deste total, 22 inseriram informações relativas aos volumes de visitantes (informação considerada central nesta pesquisa), e 13 preencheram apenas outras informações, deixando detalhes sobre volume de visitantes em branco. Neste último caso, foram feitos contatos complementares junto aos gestores, para que os dados fossem disponibilizados, mas isso não resultou em sucesso (principalmente porque tais informações, de fato, não estão disponíveis, ainda que em alguns casos os gestores tenham informado, nas respostas, que realizam controle do fluxo de visitantes) (APÊNDICEA).

Com relação aos demais atrativos dos quais não se receberam dados, apresentaram-se três situações principais: ausência de qualquer tipo de resposta (nem a mensagem foi respondida, nem o formulário foi preenchido); retorno à mensagem original, com recusa de responder à pesquisa, por motivos variados (casos do Museu de Arte de São Paulo, Museu de Arte Sacra e Casa das Rosas), e, por fim, perda de contato (no caso de, em algum momento, ter havido algum tipo de sinalização positiva às primeiras mensagens enviadas, sem, porém, o formulário ter sido preenchido até o final desta pesquisa).

No conjunto, os 35 atrativos cujos gestores responderam ao formulário foram responsáveis por mais de 16 milhões de visitas entre os anos de 2006 a 2010¹⁵¹ (**Figura 37**). Importante frisar que

Capítulo 4. Turismo em São Paulo na contemporaneidade

¹⁵¹ Estes números, na realidade, referem-se a 20 atrativos para os quais foram fornecidas informações sobre visitação (resposta completa). Não se obtiveram dados sobre volumes de visitantes de 12 atrativos (resposta parcial): Playcenter, Estação Ciência, Solar da Marquesa de Santos, Pavilhão Japonês, Pinacoteca do Estado de São Paulo, Edifício Itália, Pateo do Collegio, Mercado Municipal Paulistano, Mosteiro de São Bento, Copan e Centro Cultural FIESP. Neste

a unidade de contagem são visitas – e não visitantes – posto que um mesmo visitante pode fazer várias visitas, a atrativos distintos, durante sua estada na cidade. Portanto, sem saber o número médio de locais visitados pelos turistas em São Paulo, é temerário transpor estes números como se representassem uma contagem geral de visitantes. Princípio semelhante aplica-se à contagem de pernoites realizadas por turistas nos destinos turísticos, cuja somatória final, por óbvio, resulta maior do que a contagem própria dos turistas (já que, em geral, cada turista realiza mais de um pernoite nos destinos visitados).

A contagem dessas visitas foi feita na forma de somatório pelo fato de, no período estudado, muitos atrativos estarem fechados para reformas durante um ou dois anos (a exemplo da Solar da Marquesa de Santos e do Teatro Municipal) ou mesmo ainda não existirem (como o Museu do Futebol, que foi inaugurado em 2008). Portanto, com a somatória, tem-se uma tendência geral das visitas realizadas pelos visitantes da Capital, sem particularizar nenhum atrativo, posto que o objetivo era proporcionar reflexões generalizadas ao turismo na cidade e não analises específicas sobre a dinâmica de visitação sobre certos atrativos.

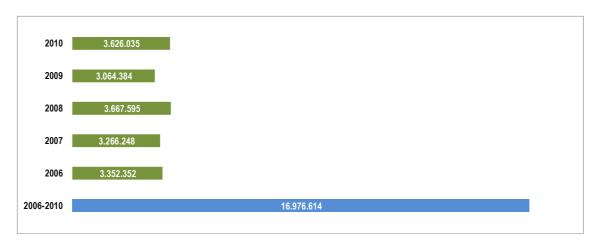


Figura 37 – Volume total de visitas realizadas aos atrativos paulistanos – 2006-2010 Fonte: Thiago Allis, 2011 (coleta de dados)

contagem, não foram considerados as visitas realizadas aos parques (Parque Tenente Siqueira Campos, Parque da Luz e Parque do Ibirapuera), cujo acesso é livre e, portanto, geraria uma distorção nos dados. A título de registro, no Parque da Luz estima-se, em 2010, que pelo menos 1,3 milhão de pessoas tenham visitado o parque; no Parque do Ibirapuera, segundo pesquisas feitas, em 2007, estima-se que o volume mensal de usuários chegue a 1,15 milhão (portanto, mais de 13 milhões anuais); no Parque Tenente Siqueira Campos (TRIANON), informações dos gestores indicam que as visitas anuais sejam da ordem de quatro mil – o que, pela lógica, parece um dado equivocado, dado que o parque é aberto e localiza-se numa das regiões mais movimentadas da cidade.

Quanto às formas de controle de visitantes, as formas mais comuns são a contagem de bilhetes (feito em 42,9% dos atrativos) e o uso de livro de visitantes (22,9%), Controle visual (22,9%) e livro de visitas (22,9%) (**Figura 38**).

Chama atenção a baixa incidência de pesquisa constante (realizada apenas no Teatro Municipal, mas restrita às visitas guiadas e não necessariamente a todos os públicos), que, caso usado de maneira contínua, poderia indicar uma prática rotineira de acompanhamento não apenas de informações de ordem quantitativa, senão também qualitativa (permitindo conhecer com mais detalhes o visitante, incluindo suas impressões sobre a visita).

Da mesma forma, fica explícito que mecanismos menos rigorosos (como controle visual e estimativa aproximada, permitindo apenas uma contagem aproximada dos visitantes) são mais recorrentes do que expedientes mais simples e efetivos – com o uso de catracas de acesso (20%), que têm contador acoplado (Figura 41).

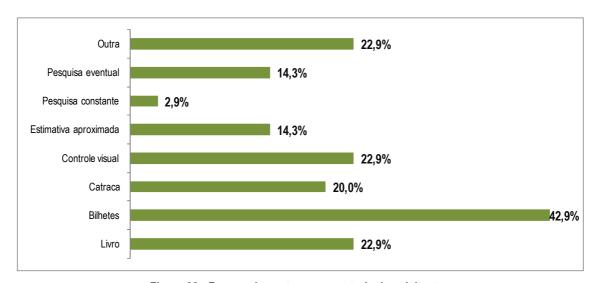


Figura 38 - Formas de contagem e controle dos visitantes Fonte: Thiago Allis, 2011 (coleta de dados)

O controle de visitação, com contagem estratificada pelo local de residência do visitante, é feito, efetivamente, somente no Museu da Língua Portuguesa, no Espaço Raymundo Magliano Filho e no Prédio Martinelli (que representa 20% dos atrativos prioritários), cujos dados de visitação foram dispostos em função da origem dos visitantes. Na resposta aos formulários, gestores de outros três atrativos informaram que dispõem de mecanismos de monitoramento da origem dos visitantes, entretanto não informaram os dados estratificados (**Figura 39**).

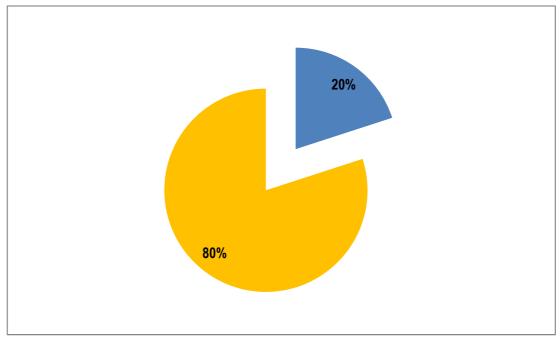


Figura 39– Parcela de atrativos que realizam controle de visitantes por origem geográfica
Fonte: Thiago Allis, 2011 (coleta de dados)

Para dados de 2010¹⁵² e considerando os atrativos onde se faz a estratificação das origens dos visitantes, os moradores da cidade de São Paulo representam o grupo com maior contribuição para o total de visitantes destes atrativos: 52% no Museu da Língua Portuguesa, 70,3% no Espaço Raymundo Magliano (Bovespa) e 66,4% no Prédio Martinelli. A presença de estrangeiros é ínfima, mas, no geral, a visitação realizada por turistas de outros Estados não é desprezível – principalmente no Museu da Língua Portuguesa e no Prédio Martinelli (**Figura 40**).

Vale agregar que, mesmo no Museu do Louvre, um dos maiores ícones turísticos do mundo, 22% dos visitantes eram provenientes de Paris ou da Île-de-France entre os anos de 1995-1996; entre 1981 e 1996, 17% dos visitantes do Museu Britânico, em Londres, residiam na Grande Londres; considerados a média de todos os museus da cidade, o volume de residentes a compor o total de visitantes chega a 29% (LAW, 2002, p. 80, 86). Isso nos leva a entender que, em qualquer cidade onde o turismo urbano seja uma estratégia, os públicos locais continuarão a representar importantes demandas para os atrativos turísticos.

Capítulo 4. Turismo em São Paulo na contemporaneidade

¹⁵² Neste ano, o Museu da Língua Portuguesa recebeu 385.025 visitantes, o Espaço Raymundo Magliano Filho (BOVESPA), 105.039 e o Prédio Martinelli, 4.013. Fixou-se este ano, pois, no recorte histórico proposto (2006-2010), apenas em 2010 haviam dados disponíveis para os três.

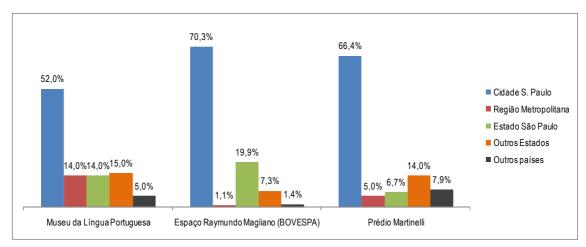


Figura 40 - Parcela de atrativos que realizam controle de visitantes por origem – 2010 Fonte: Thiago Allis, 2011 (coleta de dados)

Como visto anteriormente, também o Mercado Municipal Paulistano tem uma afluência essencialmente de moradores da Capital ou da Região Metropolitana. Portanto, considerando-se que estes quatro atrativos (Mercado Municipal Paulistano, Museu da Língua Portuguesa, Espaço Raymundo Magliano Filho (BOVESPA) e Prédio Martinelli) estão localizados no Centro da Cidade – onde coincidem muitas iniciativas de projetos urbanos nos últimos 20 anos –as atividades de visitação tendem a ser feita prioritariamente na escala metropolitana. Portanto, ações no bojo do PROCENTRO, da Operação Urbana Centro e do Turismo no Centro, quando tratam de propor atividades turísticas na região central, deverão contar com a demanda de moradores da Grande São Paulo para sua manutenção.

Considerando o volume geral de visitantes apenas dos atrativos cujos gestores disponibilizaram tais informações¹⁵³, pode-se notar que os mais demandados não coincidem com os perímetros das Operações Urbanas, ainda, que na região central, haja um alinhamento das áreas destes projetos urbanos e a existência de atrativos com alta visitação (Figura 44, 45 e 46).

Assim, pelo lado da demanda, bem como pela oferta, pode-se concluir que as centralidades turísticas de São Paulo fogem ao rigor das delimitações de áreas de projetos urbanos – o que, de fato, seria esperado, já que, no caso das Operações Urbanas, o objetivo de desenvolver o turismo

Capítulo 4. Turismo em São Paulo na contemporaneidade

¹⁵³Convém registrar que, mesmo quando disponíveis, as informações sobre visitação aos parques (Siqueira Campos, Luz e Ibirapuera) não foram consideradas nesta análise, dado que a dinâmica de visitação é muito mais difusa, sendo que seu cotejamento com os demais atrativos geraria uma distorção na análise (por exemplo, no Parque do Ibirapuera, estima-se que são mais de 14 milhões de visitantes por ano). Além disso, houve situações em que a informação sobre volume de visitação não foi informada, mesmo quando o formulário fora respondido; e, por fim, casos em que o formulário não foi respondido, motivo pelo qual, naturalmente, não estão disponíveis as estatísticas de visitação.

nunca foi considerado (com exceção de alguma intenção indireta na Operação Urbana Centro e também do Instituto Tomie Ohtake, localizado nos limites da Operação Urbana Faria Lima).

Isso se dá, por exemplo, na região Oeste (Cidade Universitária), no Pacaembu (Museu do Futebol), no Parque do Ibirapuera (Museu de Arte Moderna), e na região Centro-Sul (Centro Cultural São Paulo e Museu Paulista), onde os atrativos, isoladamente, receberam, entre 2006 e 2010 mais de 500 mil visitantes. Também, na região central, encontram-se atrativos com alta demanda por visitação, como Museu da Língua Portuguesa, o Centro Cultural Banco do Brasil e o Espaço Cultural Raymundo Magliano Filho (BOVESPA), na mesma categoria – mais de 500 mil visitantes no período 2006-2010 individualmente.

Ainda que saiba muito pouco sobre a estratificação dos visitantes (por origem) destes atrativos, esse mapeamento serve para mostrar a divergência entre os grandes projetos urbanos de São Paulo e as centralidades turísticas – aqui, representadas pelos atrativos turísticos prioritários. Isso é um indício de que, efetivamente, a definição de áreas de exceção urbanística – tal como fazem as Operações Urbanas – não são um mecanismo que, da forma como se propõe, trazem benefício para o desenvolvimento turístico da cidade (a não ser de maneira indireta, com a geração de imagens turísticas a partir das paisagens que se vão modificando com o desenvolvimento imobiliário, com obras públicas ou mesmo pela justaposição de edificações a formar ícones urbanos).

Veja nas páginas a seguir as ilustrações:

Figura 41 – Distribuição dos atrativos turísticos por volume de visitantes – Geral

Figura 42 – Distribuição dos atrativos turísticos por volume de visitantes – Centro

Figura 43 – Distribuição dos atrativos turísticos por volume de visitantes – entorno da OUC Faria Lima

Projetos urbanos e turismo em grandes cidades – Thiago Allis

4.3 Considerações parciais ao capítulo

Por mais que não seja possível fazer um cotejamento direto entre os mapas de recorrência dos atrativos (Capítulo 3) e os mapas que mostram os volumes escalonados de visitação, infere-se que os principais atrativos turísticos – e, provavelmente, as áreas de maior importância turística – da cidade escapam à lógica dos grandes projetos urbanos em São Paulo, que, aqui, se fazem representar pelas Operações Urbanas. Alguma atenção merece ser dada à área central, que sofre, ademais da uma Operação Urbana específica, outras iniciativas de gestão urbana diferenciada, com vários mecanismos de natureza variada, a considerar, com ênfases irregulares, o turismo.

A julgar pelas políticas urbanas estudadas e a orientação das políticas públicas de turismo, nota-se alguma convergência para a região central, sugerindo que ali se consolida uma região turística – ou um "distrito turístico" (SPIROU, 2011) – de destaque na capital paulista. Ademais, nesta área, há que se levar em conta que a noção de projeto urbano se faz de maneira dupla: tanto pela definição de perímetros de atuação (por exemplo, o PROCENTRO ou Monumenta-BID), quanto na unidade das intervenções, que priorizam o princípio da monumentalização – como o que se vem fazendo nas edificações, entendidas como "âncoras", na região da Luz (Pinacoteca do Estado, Sala São Paulo/Estação Júlio Prestes, Museu da Língua Portuguesa/Estação da Luz, principalmente).

Do ponto de vista do afluxo de visitantes, há no Centro (Triângulo Histórico e região da Luz) atrativos tão potentes quanto em outras áreas da cidade – que não coincidem com os perímetros das Operações Urbanas (com exceção do Instituto Tomie Ohtake). Isso fica explícito ao se observar o grau de exposição deles nos guias turísticos (Capítulo 3) e também na leitura sobre o volume de visitantes, já que os atrativos com maiores fluxos se distribuem por toda a cidade.

Disso, infere-se que os atrativos turísticos, estando dispostos por toda a cidade (inseridos ou não nos perímetros de projetos urbanos) não se concentram apenas para a formação dos tais distritos especializados (ainda que, no Centro esta pareça ser uma tendência), de maneira que existe uma propensão a se misturar ao cotidiano da cidade no que se refere às possibilidades de fruição. Dito de outra forma, significa assumir que, não estão claramente condicionados às formas de intervenção a que definimos como grandes projetos urbanos, tais atrativos poderão ser fruídos, de maneira mais espontânea, por todos os tipos de fluxos – tanto de turistas, quanto de moradores. Esta é uma realidade que merece mais observações futuras, que, em realidade, pode vir a compor hipóteses de pesquisas futuras.

Como ficou expresso anteriormente, pelas pesquisas da SPTuris, boa parte da assistência aos eventos analisados é formada por moradores da cidade, trazendo, portanto, indícios de que efetivamente o que se entende por "turismo" em São Paulo não está exatamente alinhado com as definições e os conceitos convencionais – particularmente aqueles da OMT. Ou seja, o movimento pendular – de outras regiões da cidade ou de municípios próximos – é um elemento definidor do turismo paulistano. Ademais, pelos dados disponibilizados pelas consultas aos gestores, percebe-se que todos atrativos que fazem o controle estratificado da origem dos visitantes confirmamcontribuem para confirmar uma das hipóteses desta pesquisa: os maiores fluxos de visitantes são formados por moradores da Região Metropolitana de São Paulo – e isso é especialmente importante quando se tem em conta que são atrativos turísticos de grande importância na oferta turística paulistana (principalmente o Museu da Língua Portuguesa).

Portanto, tanto pelas políticas públicas de turismo, quanto pela orientação da política urbana atual, talvez projetos urbanos e turismo continuem sendo temas de interfaces inxistentes em São Paulo, o que não significa necessariamente um problema, senão uma característica condicionante para o estudo e a gestão do turismo na Capital Paulista.

Contudo, não é razoável que as políticas de turismo continuem sendo tão distantes dos desígnios da gestão urbana em São Paulo. Em geral, os PLATUMs, por mais que venham em ascendente complexidade organizacional, ainda concentram-se em aspectos mercadológicos do turismo – que, sendo uma das nuances do fenômeno turístico, talvez não consigam estabelecer bons vínculos aos temas urbanos contemporâneos (mobilidade, espaço público, ordenamento territorial, etc.).

Já foi discutido que, no plano urbanístico, resumir as ações de turismo aos grandes projetos urbanos pode ser uma abordagem insuficiente para captar e administrar as questões do turismo urbano na contemporaneidade. Entretanto, há muitas outras questões que dizem respeito à gestão da cidade que, desejavelmente, poderiam ser mais bem tratadas no bojo dos planos de turismo, a começar por uma conexão mais ajustada entre as questões de turismo previstas (direta ou indiretamente) no PDE e os PLATUMs, que, como visto, é o documento maior a reger a política de turismo na cidade.

Considerações Finais

Esta pesquisa se iniciou com inquietações sobre as manifestações do turismo em grandes cidades, especialmente São Paulo, que, mesmo gigante, não parece apresentar nem o dinamismo do turismo de outras metrópoles, tampouco as mesmas vicissitudes e soluções no seu processo de urbanização. O que nos motivou a levar esta pesquisa adiante foi o questionamento de que São Paulo não se explica e não é razoável que sua gestão se dê nas bases da teoria das cidades globais, resultando, portanto, que o turismo aqui desenvolvido estará condicionado por outros parâmetros em comparação aos grandes centros urbanos — especialmente na Europa e nos Estados Unidos.

Por outra parte, é visível que a cidade passa por transformações importantes que a articulam com a economia global, de maneira que a atividade turística paulistana apresenta características do turismo global. Assim, seria demasiado peremptório afirmar que seu desempenho não esteja sob influência dos fluxos globais de capitais, informações, pessoas e bens. Porém, uma série de características confirma que as particularidades do turismo paulistano decorrem de fatores que hibridizam o processo de desenvolvimento turístico local. Ou seja, há elementos claramente globais (equipamentos hoteleiros sofisticados, demanda de serviços corporativos, multiculturalismo de uma grande metrópole), mas, ao mesmo tempo, nuances de caráter essencialmente local, que ainda definem as práticas e as possibilidades de turismo – em que pesem atividades urbanas espontâneas, como feiras, eventos, paisagens particulares, etc.

Portanto, seria ingênuo buscar aplicar fórmulas internacionais de intervenção urbana que tenham lançado mão do turismo como estratégia de gestão do território. Mas são intervenções relacionadas aos casos tratados no Capítulo 2 que aguçam o desejo dos gestores locais, atentos a oportunidades de ocasião, e que iludem as classes médias urbanas, não raro muito viajadas, de que são possíveis e razoáveis tais projetos em sua cidade. Parece que é isso o que se busca com as intervenções na área central, por mais que o foco nem sempre seja o turismo.

Ao percorrer o arco cronológico da expansão urbana paulistana, foi possível observar elementos relacionados a dois movimentos que se imbricam na contemporaneidade: o processo de urbanização de São Paulo e o desenvolvimento do turismo urbano, especialmente nas últimas cinco décadas, desde as movimentações culturais em torno das comemorações do IV Centenário até propostas mais recentes de turismo de base cultural, claramente vinculado a intervenções que vêm sendo realizadas desde a década de 1970 na região central da cidade.

As observações geradas nesta pesquisa representam interfaces do turismo com alguns aspectos do planejamento urbano. Essa abordagem mostrou uma série de lacunas no que diz respeito à gestão do turismo em face das questões urbanas, bem como por parte dos instrumentos de planejamento no que tange ao tema do turismo. A despeito de inconsistências, a realidade insiste em sugerir que o turismo em São Paulo, em suas várias formas, cresce de importância – visto pelo prisma do empirismo: maior presença de turistas de vários segmentos, fortalecimento institucional para a gestão do turismo local, expansão de ações promocionais, ampliação de oferta direta (atrativos e atrações turísticas) e indireta (serviços de apoio).

Contudo, como parte da vida de uma grande cidade, a diversidade de experiências resulta de sua magnitude e complexidade – e não de ações objetivadas em favor do turismo. E com base nisso que nossa hipótese central foi construída: em cidades, como São Paulo, com grande mercado consumidor, o turismo se impõe como decorrência espontânea, descolado da necessidade de grandes projetos urbanos que focam, tradicionalmente e principalmente, a atração de fluxos turísticos internacionais.

A leitura de ampla literatura sobre turismo urbano foi imprescindível, especialmente pelo fato de este assunto (projetos urbanos) ser praticamente desconsiderado nas pesquisas de turismo no país e, ainda, porque, no bojo das discussões encetadas pelos autores, ficou claro que, mesmo em contextos urbanos distintos dos de São Paulo, moradores locais ou do entorno direto são altamente relevantes para o entendimento teórico sobre turismo urbano, bem como sobre a análise e gestão da atividade. Neste sentido, foi essencial conduzir uma relativização de conceitos de "turista", bem como propor um novo entendimento sobre quem são os sujeitos do turismo urbano na contemporaneidade. Sendo um tema que se realiza de maneira dispersa pelas várias iniciativas de gestão urbana, o turismo se desdobra em várias frentes, envolvendo, no caso de grandes cidades como São Paulo, possibilidades que vão além das visões convencionais de turismo (qual seja o afluxo de viajantes distantes, para passar alguns dias na cidade), forçando-nos a levar em conta a dinâmica metropolitana. Dito de outra maneira: é imprescindível estudar, entender e gerir, no limite de suas potencialidades, o turismo numa cidade como São Paulo de uma perspectiva diferenciada, que não é a mesma que condiciona o desenvolvimento turístico de regiões costeiras (no modelo de sol e praia), de áreas de preservação (ecoturismo) e históricas, por excelência, ou mesmo em áreas rurais, de baixa densidade urbana.

Para dar conta da hipótese central, enveredamos por um caminho que ajudasse a compreender como o turista se insere num contexto de cidades como grande mercado consumidor

local e criamos uma segunda hipótese, que se desdobra da primeira: as concepções tradicionais de "visitante" e "turista" não conseguem dar conta de explicar o avanço do turismo urbano na dinâmica urbana de grandes cidades, que possibilitam situações, oportunidades e demandas as mais variadas, não exclusivamente voltadas ao turista conforme definição da Organização Mundial do Turismo (visitante por mais de 24 horas, com pernoite na localidade visitada).

Não se trata de assumir que morador seja turista – ainda que as mediações subjetivas e os comportamentos espaciais, por vezes, possam sugerir que sim. Contudo, no arcabouço do turismo urbano – que exige uma leitura detalhada das interfaces do turismo com espaços urbanos – pareceu razoável tratar turistas e moradores como sujeitos da mesma atividade, convivendo em suas experiências urbanas e compartilhando espaços e serviços urbanos. Para esta tarefa, buscamos tratar e assimilar extensivamente todo o referencial teórico que tratava de turismo urbano, desde os precursores (HALL, 1987; PAGE, 1995; LAW, 2002; PEARCE, 1993) até os mais atuais (MAITLAND, 2010; SPIROU, 2011).

Assim, de posse deste arcabouço, o desafio foi conseguir acessar – e mesmo gerar – informações e dados para o tratamento da segunda hipótese. A partir dos dados e informações coletados em fontes secundárias e mesmo provenientes da pesquisa realizada junto aos atrativos, confirmou-se que nos eventos culturais e esportivos da cidade, a maior parte dos visitantes tem origem na própria cidade (quanto muito, nos municípios próximos). Ou seja, a oferta de eventos na cidade acaba por atender a interesses prioritariamente da população local. Isso, por si só, já é uma constatação importante, ainda que aparentemente elementar, dado que a oferta turística na cidade acaba por ser consumida essencialmente pelos próprios moradores.

Vale ressaltar, no entanto, que diferente de outras grandes cidades do mundo, São Paulo não tem um banco de dados detalhado sobre a dinâmica de visitação – inclusive, sem ter feito, até o momento, uma pesquisa de demanda detalhada, ainda que as contagens oficiais dêem conta de que a cidade recebe 11 milhões de turistas anualmente.

Os resultados foram modestos – ainda que, para o panorama de estudo (52 atrativos selecionados), o retorno às consultas possa ser considerado satisfatório (35 no total), com poucas negativas ou desconsiderações. No entanto, a questão fulcral não foi perfeitamente respondida pelos gestores dos atrativos, qual seja a estratificação dos visitantes por origem (residência). Por si só, isso já pode ser considerado um resultado de pesquisa: em geral, não existem sistemáticas para se conhecer o público dos atrativos turísticos paulistanos. E isso sugere um cenário mais sério do que se imagina, afinal, a contagem não se justifica por uma mera formalidade ou burocracia, mas,

como esta pesquisa demonstrou, como ferramenta estratégica na gestão do turismo urbano. Ademais, se em situações onde é perfeitamente possível contar os visitantes e abordá-los para pesquisas, esta tarefa não é cumprida a contento, imagine-se quão distante se está de uma compreensão mais sutil do turismo em outros ambientes (ruas de comércio especializado, zonas de entretenimento e gastronomia, etc.), onde as experiências turísticas se dão de maneira difusa no território.

Quanto aos resultados, uma parcela razoável dos gestores retornou dados gerais de contagens, no entanto, apenas de maneira genérica, sem qualificar o visitante por origem. Dos poucos que nos forneceram essas informações, pode-se dizer que os dados convergem diretamente para a hipótese: em todos (Museu da Língua Portuguesa, Edifício Martinelli e BOVESPA-Espaço Raymundo Magliano Filho) mais de 50% dos visitantes são da própria capital, sendo que a presença de estrangeiros não excede 8% em nenhum deles. Isso, então, desconstrói a ideia de que o turismo urbano, feito em grandes cidades, realiza-se por fluxos turísticos internacionais – ainda que, em linhas gerais, os críticos do turismo na gestão urbana se ressintam do fato de os aportes serem feitos para captar interesse e atender a demandas de turistas estrangeiros.

Portanto, a ideia de "urbanização turística" não faz mesmo sentido quando se estuda o turismo urbano, tendo por referência realidades urbanas consolidadas – em contraposição ao desenvolvimento turístico em áreas onde o processo de urbanização ainda não avançou tal qual nas grandes cidades. Disso, decorre, então, que é sempre conveniente ter em vista o turismo urbano como uma das atividades das cidades, de maneira que o morador (e também os turistas) é parte do processo. Nessa dinâmica, as várias atividades se conjugam com as demais funções urbanas, não sendo possível (sempre) uma diferenciação explícita entre os vários "comportamentos espaciais" dos vários sujeitos que produzem e consomem o espaço urbano. E com isso comprovamos nossa segunda hipótese (desdobrada da primeira).

Com isso, também acreditamos contribuir para a superação da histórica interpretação de que São Paulo se explica apenas pelo turismo de negócios – quase sempre associado a serviços turísticos sofisticados –, acepção que acaba por menosprezar que o espaço urbano de uma grande cidade tem potencial para experiências turísticas para vários públicos – nos quais se incluem seus moradores.

A discussão e relativização do conceito de turista e de turismo, ainda que polêmica e perigosa – dados os meandros argumentativos que precisam ser seguidos – não só abriu portas

para uma melhor compreensão conceitual e prática de turismo urbano, como também permitiu observar que estão presentes nas políticas de turismo da cidade, nos auxiliando a caminhar no sentido de comprovar nossa hipótese central.

Desta forma, a construção da hipótese central inicia-se com a observação de que o órgão oficial de turismo da cidade vem dando mais atenção para ações que tenham no morador da cidade o seu alvo. Em princípio, isso pode parecer um contra-senso, posto que, em geral, este tipo de entidade deveria estar focada na promoção da cidade alhures. No entanto, o foco no morador é um traço que vem sendo marcado nas ações da SPTuris (e mesmo quando ainda era Anhembi, antes de 2005), sem, porém, termos percebido, pela leitura dos PLATUMs, uma discussão robusta sobre o conceito de turismo – e menos ainda de turismo urbano.

Situações como esta impõem, necessariamente, uma discussão sobre a gestão do turismo em cidades, principalmente as grandes aglomerações urbanas, como São Paulo. Pois, se de um lado pode parecer um desvio de função ou mesmo uma apropriação das estruturas do Executivo municipal (na linha da política do "pão e circo"), por outra, pode indicar que, de fato, estejamos diante de uma visão diferente de turismo urbano, em que, efetivamente, o morador e o forasteiro se encontram, em diferentes composições de grupo, nos momentos e territórios turísticos da cidade. Tendo em vista o gigantismo de uma região metropolitana, é razoável pensar que seus moradores sejam contemplados nas ações de planejamento turístico – pois, no mínimo, são pessoas que estão em busca de atividades de lazer nos espaços urbanos.

Um aspecto que ficou evidente na literatura em turismo urbano é que, tendo por referência as cidades dos países desenvolvidos, existe uma relação direta entre intervenções urbanas, nova dinâmica residencial e turismo, fazendo uma aproximação com o que entendemos como projetos urbanos. Se, como também ficou claro, o turismo não é o justificador isolado dos projetos urbanos – que quase sempre estão lastreadas em operações de grande interesse imobiliário –, ele é, contudo, um elemento que consubstancia novas formas de cultura urbana, em que experiências de consumo estetizadas e experiências urbanas ao ar livre parecem ser recorrentes. Portanto, engloba-se na categoria "turismo urbano" não apenas aspectos relacionados ao turista convencional (aquele vem de outra localidade, realiza pernoites e volta para sua residência), senão também à realidade urbana local.

Por outro lado, turismo urbano e novas demandas do setor imobiliário residencial – como fruto de medidas de "regeneração urbana" – não tem se apresentado como elementos de uma mesma equação, pelo menos, não até o momento, sendo por isso que o vínculo entre grandes

projetos urbanos e turismo, no Brasil – e seguramente em São Paulo – estão condicionados por outros elementos. A intervenções urbanas, orientadas para o turismo, no Brasil, desenvolvem-se de maneira estruturada há cerca de 20 anos, porém, no mais das vezes, as cidades seguem sendo um foco de atenção secundário – normalmente por sua posição logística no turismo região ou, no máximo, pelo patrimônio cultural edificado. Assim, a articulação entre gestão urbana e turismo não tem sido um tema privilegiado nas políticas de turismo, tanto porque é mono-temática (patrimônio concentrado em algumas poucas porções do tecido urbano), quanto porque, no caso do Nordeste, os grandes empreendimentos se dão na forma de "urbanização turística" em extensas faixas de praia fora dos aglomerados urbanos principais. Disso resulta que é virtualmente invisível – se existente – iniciativas que convirjam desenvolvimento do turismo urbano e planejamento e gestão de cidades.

Tomando São Paulo como referência, pudemos ver que, ainda que a entidade oficial de turismo tenha 20 anos de atuação como tal e que, recentemente, vem ganhando musculatura para desenvolver certas atividades, o tema do turismo aparece de maneira pontual nas políticas urbanas. Do ponto de vista de política pública, a SPTuris foca sua atenção em promoção turística – inclusive com campanhas que enlevam São Paulo como "cidade criativa" – e, de maneira pontual, busca estruturar novos produtos.

Por outro lado, no que se refere aos projetos urbanos, entendemos que a discussão ainda se encontra bastante fragmentada, especialmente nas abordagens que tratam da reestruturação espacial, produtiva, urbana. De um lado, grandes projetos urbanos são estudados no bojo dos estudos urbanos, especialmente os de caráter marxista, que incorporam um tom crítico à política urbana, e, do outro, assume-se abertamente a vertente neoliberal, tratando, pois, os projetos urbanos de maneira mais entusiasta e com maior crença no caráter técnico das intervenções. De qualquer forma foi possível identificar algumas características essenciais dos projetos urbanos contemporâneos: forte esquema de construção de promoção de imagens urbanas, como forma de operacionalizar a competição entre cidades, delimitação territorial rígida (com aparato legal específico), clara relação com as demandas do mercado imobiliário, uso da arquitetura "de grife" – com assinatura dos arquitetos do "star system" – ou monumentalização do patrimônio como estandarte dos projetos, estímulo ao turismo como atividade direta ou indireta.

Se o turismo urbano, conforme discutido pelos autores apresentados, é um produto da "reestruturação global", em que o capital e a indústria se movem para os países menos desenvolvidos, não podemos fazer uma relação direta entre tal movimento e o avanço do turismo na

metrópole – a não ser em alguns aspectos, por exemplo, no que se refere à construção de facilidades hoteleiras ou à pretensa entrada de São Paulo no "terciário avançado", que seria responsável pela atração de grande número de turistas de negócios. Trata-se de uma argumentação sutil, mas necessária: por mais que a metrópole de São Paulo esteja fortemente conectada à economia global – e inquestionavelmente influenciada por ela – o padrão de reprodução do capital decorre de fatores e facilidades bem específicas. Assim, quando o capital imobiliário e mesmo o financeiro ganham espaço em São Paulo, a realidade turística da cidade não deverá atender aos mesmos parâmetros daqueles que se observam em grandes "cidades globais", como Londres, Nova York ou Paris.

À exceção da região central – de onde algumas centralidades se desdobraram, mas nunca emigraram plenamente – São Paulo não pode ser considerada uma cidade em típico processo de desindustrialização, haja vista que, por mais que a produção industrial tenha se desconcentrado para outras partes do estado e do país, vive-se atualmente um forte processo de concentração de capitais. A ideia de decadência urbana como referência para grandes projetos urbanos, em São Paulo, não faz sentido – o que não elimina a constatação de que certas porções do tecido urbano estejam em processo de obsolescência funcional.

Portanto, tratar o turismo urbano, nessas bases, certamente seria um equívoco – ainda que, pela leitura da bibliografia de referência, seria tentador tomar este caminho. Estamos, sim, diante de um turismo que é tributário da, cada vez maior, vitalidade econômica, social, espacial e cultural da cidade, em toda sua diversidade. Ou seja, os projetos urbanos (notadamente no bojo das Operações Urbanas) não seriam um grande lapso na construção de uma cidade turística quando nos referimos a São Paulo, já que, conforme visto, o número de turistas – ou de "consumidores de lugares" – aumenta paulatinamente, bem como as opções e possibilidades de experiências turísticas na cidade, condicionadas a fatores que não se resumem aos mecanismos de gestão urbana de recorte "empreendedorista". Prova disso é o apelo das áreas de compras populares em São Paulo – Rua 25 de Março, Bom Retiro, Brás – cuja existência está condicionada aos movimentos relacionados à localização de negócios (economia de escala).

Por outro lado, muitos dos ícones urbanos atuais podem ser considerados, de alguma maneira, projetos urbanos de referência na cidade; alguns tiveram uma dinâmica própria de concepção e implantação (como certos edifícios de referência, tanto públicos, quanto privados), outros foram ensejados por conta de programas de maior envergadura – como os bairros-jardim do início do século XX, as intervenções vinculadas às Operações Urbanas, que facilitam ou propiciam a

definição de paisagens urbanas reconhecidas como "cartões postais" da cidade. Não é razoável também supor que intervenções estruturantes – como obras viárias, por exemplo – se realizam com a intenção de promover São Paulo como destino turístico. Mas é fato que muitas dessas intervenções acabam por alimentar as imagens turísticas atuais, como a ponte estaiada sobre o Rio Pinheiros. Disso resulta que, de alguma forma, as políticas públicas de turismo deveriam ser capazes de identificar, interpretar e incorporar aspectos que dizem respeito à atual reprodução espacial da metrópole, pois, muito dessa dinâmica está sendo definida por mecanismos e instrumentos de gestão que se assemelham ou ensejam grandes projetos urbanos.

No caso específico de são Paulo, nesta relação turismo e grandes projetos podemos identificar dois recortes históricos distintos: o primeiro, que vai dos **anos 1950 aos 1980**; e o segundo que se estende **desde 1990 até o presente**.

Até os anos 1980, as grandes obras representavam a versão mais assemelhada aos grandes projetos urbanos, dos quais pudemos estudar alguns que tiveram alguma relação com a construção da cidade turística, inicialmente por seu peso econômico, no campo do turismo de negócios. Poderíamos chamar estas intervenções de um prenúncio da relação entre projetos urbanos e turismo. Isolados, porém de grande impacto simbólico e mesmo funcional na realidade turística da cidade. Não havia um denominador comum entre esses empreendimentos, senão o fato de representar a ansiedade de uma cidade que crescia sem parar — e isso ficava tácito na linguagem ufanista e entusiasmada que circulava na mídia da época. Então, não se concebia que o patrimônio cultural edificado como referência para intervenções urbanas e nem para turismo — sendo, com efeito, entendido como símbolo de atraso e de um passado que se buscava afastar. Era a cidade industrial e seu turismo de negócios.

No plano histórico, a implantação de estruturas urbanas de destaque – circunscritas a conjuntos de edificações isoladas, e não necessariamente articuladas a projetos urbanos específicos – tem o seu peso na leitura do turismo urbano contemporâneo. Certas construções – quase ensimesmadas, porém muito emblemáticas – tiveram um significado simbólico quando de sua concepção, tanto do ponto de vista arquitetônico – como o estilo modernista no Parque do Ibirapuera ou a ousadia técnica no prédio do MASP da Avenida Paulista –, quanto por suas funcionalidades – a revolução na dinâmica dos eventos da cidade, prometida pelo gigantismo e vanguardismo tecnológico do Parque do Anhembi ou na perspectiva de serviços hoteleiros atualizados com a chegada de uma rede internacional à cidade, com o Hilton.

Entretanto, ainda que não tenha sido possível enquadrar precisamente essas realizações como grandes projetos urbanos – a julgar as experiências internacionais – é importante reter a ideia de que, desde sua implantação, elas sustentaram, ainda que sem uma orientação comum, a construção de uma cidade turística. Aí, portanto, já trazemos alguma conclusão ao objetivo geral da pesquisa – afinal, no processo de urbanização recente, a cidade, ao gerar ícones urbanos, legou marcos turísticos para o turismo contemporâneo.

Já a partir da década de 1990, o marco da política urbanística se transforma, produzindo, dentre outros instrumentos, as Operações Urbanas (Consorciadas). É, também, neste período, que a então Anhembi Eventos e Turismo e incumbida de executar a política de turismo da cidade – tendo sido estruturados, desde então, o COMTUR, o FUTUR e o PLATUM. Mesmo que não tenha sido objetivo específico estudar as OUC na sua particularidade, foi imprescindível entendê-las de maneira abrangente, pois, segundo pudemos perceber, elas conjugam alguns elementos característicos dos grandes projetos urbanos na realidade paulistana. Dentre eles, a definição muito rígida dos perímetros, onde se aplicam exceções às normas urbanísticas. Contudo, como vimos, elas não foram gestadas com vistas ao desenvolvimento turístico – ainda que, em alguns casos (Faria Lima e Água Espraiada), a produção de ícones urbanos, mesmo que não objetivamente atrativos turísticos, povoam as imagens da cidade, que se promovem inclusive nas campanhas propaganda turística.

Por outro lado, emerge um movimento que, tendo começado na década de 1970, se exacerba na década de 1990 e está em clara operação atualmente: a concentração de iniciativas para a recuperação do Centro da cidade. Não sem muitos questionamentos do ponto de vista social, político, arquitetônico, as intervenções na área central – inclusive, mas não somente no marco das Operações Urbanas – confirmam as práticas de monumentalização do patrimônio como estratégia de desenvolvimento econômico das áreas centrais degradadas. Neste contexto, a figura do turismo fica mais explícita. É inserção da cidade numa lógica passadista (na região central), mas sem desconsiderar a efervescência tão característica do setor imobiliário (ao longo do Vetor Sudoeste). Assim, a construção de um discurso de recuperação do centro e, ao mesmo tempo, a facilitação da especulação imobiliária, definem um contexto para que o turismo, na cidade, assuma outra orientação: não sendo somente cidade do trabalho, São Paulo poderá se valer de sua história, expressa no patrimônio material e imaterial, para o desenvolvimento do turismo. É a cidade terciária e as várias facetas do turismo (cultura, compras, gastronomia, etc.)

Levando em conta os atrativos prioritários e os perímetros destes projetos urbanos, podemos confirmar duas situações: não sendo objetivo das Operações Urbanas Consorciadas o desenvolvimento turístico (e não que não possa assim ser), as principais centralidades turísticas, definidas pela concentração de atrativos, não coincide com os perímetros delas. Contudo, a situação é diferente no Centro, o que explicita a segunda situação. Tanto a Operação Urbana Centro, quanto outras iniciativas incorporam, com diferentes ênfases, o turismo como estratégia – ainda que isso implique em visões superficiais, estereotipadas e parciais do turismo. Com efeito, os poucos atrativos sobre os quais tivemos informação de visitação estão localizados na região central.

Assim, inferimos que os projetos urbanos, nas versões paulistanas, não incorporam o turismo como aspecto fulcral, mas, assim sendo, não necessariamente impedem o desenvolvimento de certas sociabilidades que temos chamado de turismo urbano. Em outras palavras, é possível conceber o turismo sem projetos urbanos, vide toda a diversidade de bares, restaurantes, casas noturnas, etc. que segue os desdobramentos sobre Vetor Sudoeste não foram concebidas (ou previstas) como parte do acervo turístico paulistano. Mas, ao se multiplicar, acaba por alimentar a tão comentada diversidade de opções da cidade – seja para moradores, seja para turistas.

Disso, então, entendemos que a maior contribuição que esta pesquisa entrega é constatação de que os projetos urbanos, nos moldes em que são realizados, não são imprescindíveis para o turismo urbano, posto que a experiência urbana, em todas as suas variâncias, poderá ser suficiente para o desenvolvimento da atividade. E isso não é pouca coisa, vide o crescente entusiasmo por grandes intervenções urbanas que, atualmente, voltam a povoar a cena paulistana. Que, ao menos, não venham a ser justificadas para o turismo!

Especificamente sobre o que pudemos observar e analisar, a constatação é que, hoje, muito pouco se sabe sobre o turismo desta cidade. Portanto, são necessárias mais e melhores pesquisas sobre turismo urbano em grandes cidades, que reconheçam suas particularidades, especialmente se considerarmos que o Brasil tem mais de 10 cidades que já ultrapassam um milhão de habitantes e, nos próximos anos, o país receberá dois eventos esportivos de visibilidade mundial – que também movimentará significativos fluxos nacionais. Se esta pesquisa enfocou a questão dos projetos urbanos e, pelo lado do turismo, fez um recorte nos atrativos turísticos, múltiplas podem ser futuras abordagens, tais como tratar de setores específicos que compõem o turismo na cidade, como gastronomia, vida noturna e teatros, buscar leituras fenomenológicas sobre o turismo urbano, dando atenção para "tribos" ou certas áreas urbanas, entender a distribuição espacial dos fluxos turísticos em função das centralidades turísticas, etc.

Negligenciar o turismo urbano como um tema sério e específico, significa abandonar, por antecipação, possibilidades de um melhor entendimento sobre a realidade urbana contemporânea, em que turismo, lazer, cultura, compras, entretenimento serão atividades cada vez mais recorrentes. Por ora, acreditamos que esta pesquisa tenha trazido sua contribuição e, da mesma forma, sirva de inspiração para aqueles que queiram se aventurar nesta seara.

Referências bibliográficas

Livros, capítulos de livros e artigos científicos

ALLIS, T. "Projetos urbanos e turismo: o caso de Quito (Equador)". **Anais II Seminário de Preservação do Patrimônio SEMPRE**, Juiz de Fora, 2009

ALTSHUSER, A., LUBEROFF, D. **Mega-Projects**: The Changing Politics of Urban Public Investment. Washington: Brookings Institution, 2003.

ALVES, G. A. "São Paulo: uma cidade global". In: CARLOS, A. F. A., CARRERAS, C. (Orgs.). **Urbanização e mundialização**: estudos sobre a metrópole. São Paulo: Contexto, 2005 (Novas Abordagens, GEOUSP, v. 4), p. 137-149.

AMADIO, D. **Alguma coisa acontece...** uma investigação sobre o centro de São Paulo. Dissertação – (Estruturas Ambientais Urbanas), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

ANHEMBI TURISMO E EVENTOS DA CIDADE DE SÃO PAULO. **Plano Municipal de Turismo:** 1999-2001. Disponível em: <www.cidadedesaopaulo.com/comtur>. Acesso em: 5 out. 2010.

Plano Municipal de Turismo: 2002. Disponível em: www.cidadedesaopaulo.com/comtur . Acesso em: 5 out. 2010.	
Plano Municipal de Turismo: 2003. Disponível em: www.cidadedesaopaulo.com/comtur . Acesso em: 5 out. 2010.	
Plano Municipal de Turismo: 2003-2006. Disponível em: ARANTES, O. B. F. Urbanis em fim de linha e outros estudos sobre o colapso da modernização arquitetônica. São Pa EDUSP, 2001.	

ARANTES, O. "Berlim reconquistada: falsa mistura e outras miragens". **Revista Espaço & Debates**, São Paulo, v. 23, n. 43-44, 2003, p. 23-50.

ARANTES, O., VAINER, C., MARICATO, E. **A cidade do pensamento único**: desmanchando consensos. Petrópolis: Vozes, 2002.

ARANTES, O. "Berlim reconquistada: falsa mistura e outras miragens". **Revista Espaço & Debates**, São Paulo, v. 23, n. 43-44, 2003, p. 23-50.

ARANTES, P. F. **O ajuste urbano**: as políticas do Banco Mundial e do BID para as cidades latinoamericanas. Dissertação de Mestrado – (Estruturas Ambientais Urbanas), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 2004.

ARGAN, G. C. História da arte como história da cidade. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

ASHWORTH, G. J.; VOOGD, H. **Selling the city:** marketing approaches in public sector urban planning. Londres: Belhaven, 1990.

AUGÉ, M. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994.

BARANDIER, H. Projeto urbano no Rio de Janeiro e as propostas para a área central nos anos 1990. In: SILVA, R. C. M. **A cidade pelo avesso**: desafios do urbanismo contemporâneo. Rio de Janeiro: Viana & Mosley, PROURB, 2006, p. 145-167.

BARBOSA, A. C. M. M. **Masp**: um museu e seu público. Dissertação de Mestrado, Museu Nacional, Rio de Janeiro, 1994.

BARDI, P. M. História do MASP. São Paulo: Instituto Quadrante, 1992.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio d'água, 1991.

BAUMAN, Z. O mal estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Zahar, 1998 (1997).

BAILEY, N. "The challenge and response to global tourism in the post-modern era: the commodification, reconfiguration and mutual transformation of Habana Vieja, Cuba". **Urban Studies**, v. 45, n. 5 e 6, 2008, p. 1079-1096.

BALTIMORE TOURISM BAROMETER.**June 2011 in Review**.Sage Policy Group, Inc, 2011. Disponível em: < http://www.sagepolicy.com/wp-content/uploads/2009/03/visitbaltimore1106.pdf>. Acesso em: 30 set. 2011.

BARRETO, M. As ciências sociais aplicadas ao turismo. In: SERRANO, C.; BRUHNS, H. T.; LUCCHIARI, M. T. D. P. (Orgs.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. 3. ed. Campinas: Papirus, 2004 (2000), p.17-36.

BENHAMOU, F. A economia da cultura. São Paulo: Ateliê, 2007.

BELLEZA, A. R. B. P. **Arquitetura e cidade**: recuperação e requalificação urbana em São Paulo. Dissertação – (Estruturas Ambientais Urbanas), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

BENEVOLO, L. A história da cidade. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

BERMAN, M. **Tudo que é sólido desmancha no ar**: a aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

BESSA, A.; TEIXEIRA, L. A. "Planejamento e gestão de intervenções urbanas como estratégia de desenvolvimento dos grandes destinos turísticos". **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 2, n. 1, 2007, p. 1-19.

BRAGA, D. C. A margem das feiras de negócios: o uso do tempo livre do turista em São Paulo. Tese de doutorado – (Ciências da Comunicação), Escola de Comunicações e Artes, São Paulo, 2005.

BRENNER, N.; THEODORE, N. (Orgs.). **Spaces of neoliberalism**: urban restructuring in North America and Western Europe. 4a ed. Oxford: Blackwell, 2008 (2002).

BRUNO, E. S. **Memória da cidade de São Paulo:** depoimentos de moradores e visitantes, 1553-1958. São Paulo: Prefeitura do Município de São Paulo, Secretaria Municipal de Cultura, 1980 (Série Registros 4).

BUHALIS. D., MAITLAND, R., VIVEIROS, L. "Urban tourism: Madeira conference". **Annals of Tourism Research**, v. 27, n. 1, 1999, p.229-231. (*Research notes and key reports*)

BULL, P., CHURCH, A. "Understanding urban tourism: London in the early 1990s". **International Journal of Tourism Research**, v. 3, 2001, p. 141-150.

CANEVACCI, M. **A cidade polifônica**: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. 2. ed. São Paulo: Studio Nobel, 1997 (1993).

CANEVAGHI, A. J. "Hoteis paulistanos: das razões de hospedagem urbana na cidade de São Paulo e as notícias dos almanaques e memoriais do século XIX". **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 22 n.1, abr. 2011, p. 119-145.

CAPEL, H. El modelo Barcelona: un examen crítico. Barcelona: Ediciones del Serbal, 2009 (2005).

CARLOS, A. F. A. A cidade. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2001. (Coleção Repensando a Geografia).

- CARLOS, A. F. A. A cidade. 7. ed. São Paulo: Contexto, 2003. (Coleção Repensando a Geografia).
- CARLOS, A. F. A. Dinâmica do desenvolvimento socioeconômico de São Paulo: bases para análise. GONÇALVES, M. F., BRANDÃO, C. A.; GALVÃO, A. C. (Orgs.). **Regiões e cidades, cidades nas regiões**: o desafio urbano-regional. São Paulo: UNESP, ANPUR, 2003b, p. 439-448
- CARLOS, A. F. A. "A reprodução da cidade como 'negócio". CARLOS, A. F. A. e CARRERAS, C. (Orgs.). **Urbanização e mundialização:** estudos sobre a metrópole. São Paulo: Contexto, 2005, p. 29-37.(Novas abordagens. GEOUSP, v. 4).
- CARLOS, A. F. A. "Do capital industrial ao capital financeiro". In: CARLOS, A. F. A. e OLIVEIRA, A. U. de. (Orgs.). **Geografias de São Paulo**: a metrópole do século XXI. Vol. 2. São Paulo: Contexto, 2004, p. 51-83.
- CARLOS, A. F. A. "Do capital industrial ao capital financeiro". In: CARLOS, A. F. A. e OLIVEIRA, A. U. de. (Orgs.). **Geografias de São Paulo**: a metrópole do século XXI. Vol. 2. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2010, p. 51-83.
- CARMONA, M. (Org.). **Globalización y grandes proyectos urbanos**: la respuesta para 25 ciudades. Buenos Aires: Infinito, 2005, p. 27-46.
- CARVALHO, C. L. **Políticas públicas no turismo brasileiro**: a cidade de São Paulo e a construção de sua identidade turística. Tese de doutorado (Ciências da Comunicação), Escola de Comunicações e Artes, São Paulo, 2009.
- CASTELLO, L. **A percepção de lugar:** repensando o conceito de lugar em arquitetura-urbanismo. Porto Alegre: PROPAR-UFRGS, 2007.
- CASTRO, L. G. R. **Operações urbanas:** interesse público ou construção especulativa do lugar. Tese de doutorado (Estruturas Ambientais Urbanas), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 2006.
- CASTROGIOVANNI, A. C. Turismo urbano. São Paulo: Contexto, 2001.
- CASTROGIOVANNI, A. C.; GASTAL, S. **Turismo urbano**: cidades, sites de excitação turística. Edição dos autores, 1999.
- CÉSAR, R. de C.; FRANCO, L. R. C.; BRUNA, P. J. V. Área da Luz: renovação urbana em São Paulo. São Paulo: Perspectiva, Secretaria da Cultura, Ciência e Tecnologia, 1977.
- CHALKELY, B.; ESSEX. S. "Urban development through hosting international events: a history of the Olympic Games". **Planning Perspectives**, v. 14, 1999, p. 369-394.
- CHAVES, P. História, tradição, cultura e criatividade: trunfos da Estação das Docas de Belém. SCHWEIZER, P. J.; CESARIO, S. (Orgs.). **Revitalização de centros urbanos**: entre a renovação e a preservação do patrimônio histórico: as regiões portuárias de Hamburgo, Belém e Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: 7 letras, 2004, p. 48-51.
- CHESNAIS, F. A mundialização do capital. São Paulo: Xamã, 1996.
- CHIAS, J.**El negocio de la felicidad:** desarrrolo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares. Madrid: Pearson Educación, 2005.
- CHIAS MARKETING/São Paulo Convention and Visitors Bureau. Plano de Desenvolvimento do Marketing Turístico de São Paulo. São Paulo: 2002.
- CHOAY, F.**A alegoria do patrimônio**. Tradução Luciano Vieira Machado. São Paulo: Ed. UNESP, Estação Liberdade, 2001.

CHOAY, F.O urbanismo. 5. ed. 2. reimp. São Paulo: Perspectiva, 2003 (1965).

CLADERA, J. R. **Rehabilitación urbana**: análisis comparado de algunos países. Dirección General para la Vivienda, el Urbanismo y la Arquitectura. Madrid: MOPTMA, Centro de Publicaciones, 1995.

CLAVÉ, S.A. Turismo y ciudades: de la oportunidad del turismo urbano a los usos turísticos en las ciudades. In: VINUESA, M. Á. T., MARCHANTE, J. S. G., HERNÁNDEZ, M. G. (Orgs.). **Destinos turísticos**: viejos problemas, nuevas soluciones? 10° Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación (AGE) [2006]. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2008, p. 53-77.

COLES, T. "Urban tourism, place promotion and economic restructuring: the case of post-socialist Leipzig". **Tourism Geographies**, v. 5, n. 2, 2003, p. 190-219.

COMPANS, R. **Empreededorismo urbano**: entre o discurso e a prática. São Paulo: Edunesp, 2005.

CONFORTI, J. "Ghettos as tourist attractions". **Annals of Tourism Research**, v. 23, n. 4, 1996, p. 830-842.

SÂO PAULO (Prefeitura). **Nova Luz: Visão e Diretrizes Urbanísticas**. São Paulo: SP-Urbanismo, 2010. Disponível em: www.novaluzsp.com.br/files/20101117_NovaLuz_PMSP_SMDU.pdf. Acesso: 20 out. 2011.

COOPER, C.; FLETCHER, J.; WANHILL, S.; GILBERT, D.; SHEPPERD, R. **Turismo**: princípios e prática. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003 (2001).

COSTA, C. "An emerging tourism planning paradigm? A comparative analysis between town and tourism planning". International Journal of Tourism Research, v. 3, 2001, p. 425-441.

CRUZ, R. de C. A. Introdução à geografia do turismo. São Paulo: Roca, 2001.

CRUZ, Rita de Cássia A. Planejamento turístico e território. São Paulo: Contexto, 2002.

DUNNE, G.; FLANAGAN, S.; BUCKLEY, J. "Towards an understanding of international city break travel". International Journal of Tourism Research, v. 12, 2010, p. 409-417

DANTAS, E. W. C Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste Brasileiro (1995-2005): PRODETUR-NE, o divisor de águas. In: DANTAS, E. W. C.; FERREIRA, A. L.; CLEMENTINO, M. do L. M. (Orgs.). **Turismo e imobiliário nas metrópoles**. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2010 (Coleção Metrópoles), p. 35-54.

DAVIDSON, R.; COPE, B. **Business travel**: conferences, incentive travel, exhibitions, corporate hospitality and corporate travel. Edimburgo: Pearson Education, 2003 (1994).

DESTINO CIDADE MARAVILHOSA. 1 folheto. Rio de Janeiro: FGV/CPDOC, 2011

DOLLFUS, O.L'espace monde. Paris: Economica, 1994.

DUMAZZEDIER, J. **Sociologia empírica do lazer**. Tradução Silvia Mazza e J. Guinsburg. São Paulo: Perspectiva, Ed. SESC, 1999 (1974).

DUNE, G.; FLANAGAN, S.; BUCKLEY, J. "Towards an understanding of international city break travel". International Journal of Tourism Research, v. 12, 2010, p. 409-417.

EDWARDS, D.; GRIFFIN, T.; HAYLLAR, B. Darling Harbour: looking back and moving forward. In: HAYLLAR, B.; GRIFFIN, T.; EDWARDS, D.**City spaces, tourist places**: urban tourism precincts. Oxford: Elsevier, 2008.

EDWARDS, D.; GRIFFIN, T.; HAYLLAR, B. "Urban tourism research: developing an agenda". **Annals of Tourism Research**, v. 35, n. 4, 2008, p. 1032-1052.

EHRLICH, B.; DREIER, P. The new Boston discovers the old: tourism and struggle for a livable city. In: JUDD, D. R.; FAINSTEIN, S. S. (Orgs.). **The tourist city**. New Haven e Londres: Yale University Press, 1999, p. 155-178.

EUCHNER, C. C. Tourism and sports: the serious competition for play. In: JUDD, D. R.; FAINSTEIN, S. S. (Orgs.) **The tourist city.**New Haven: Yale University Press, 1999, 215-232

FAINSTEIN, S.S.; GLADSON, D. Evaluating urban tourism. In: JUDD, D. R.; FAINSTEIN, S.S. (Orgs.). **The tourist city**. New Haven: Yale University Press, 1999, p. 21-34.

FAINSTEIN, S. S.; JUDD, D. R. Global forces, local strategies and urban tourism.In: JUDD, D. R.; FAINSTEIN, S. S. (Orgs.). **The tourist city**. New Haven e Londres: Yale University Press, 1999a, p. 1-17.

FAINSTEIN, S. S.; JUDD, D. R. Cities as places do play.In: JUDD, D. R.; FAINSTEIN, S. S. (Orgs.). **The tourist city**. New Haven e Londres: Yale University Press, 1999b, p. 261-272.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 2007 (1995).

FERNANDES, A. C. "Da reestruturação corporativa à competição entre cidades: lições urbanas sobre os ajustes de interesses globais e locais no capitalismo contemporâneo". **Revista Espaço & Debates**, São Paulo, ano XVII, n. 41, 2001.

FERRAZ, V. S. **Turismo cultural na ZEPH-Ribeira**: possibilidades e limitações. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2008.b

FERREIRA, J. S. W. **O** mito da cidade global: o papel da ideologia na produção do espaço urbano. Petrópolis: Vozes, São Paulo: UNESP, Salvador: ANPUR, 2007.

BRASIL (Ministério do Turismo). **Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil** – 2007. São Paulo: FIPE, 2009. Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/domestica/downloads_domestica/Relatxrio_Executivo_Tur_Dom_2007.pdf. Acesso em: 30 set. 2011.

FIX, M. **São Paulo cidade global**: fundamentos financeiros de uma miragem. São Paulo: Boitempo, 2007.

FRATUCCI, A. C. "Os lugares turísticos: territórios do fenômeno turístico". **GEOgraphia**, n. 4, ano 2, 2000, p. 121-133.

FREITAG, B. Teorias da cidade. São Paulo: Papirus, 2006.

FRIEDEN, B. J.; SAGALYN, L. B. **Downtown, Inc:** How America rebuilds cities. Cambrigde: MIT Press, 1994.

FRIEDMANN, J.The world city hipothesis (Appendix).In: KNOX, P.; TAYLOR, P.J. (Orgs.). **World cities in a world system**.1.reimp. Cambridge:Cambridge University Press, 1996 (1995), p. 317-331

GARCÍA, B. "Urban regeneration, arts programming and major events: Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004". **International Journal of Cultural Policy**, v. 10, n. 1, 2004.

BRIDGE, G.; WATSON, S. (Orgs.). A companion to the city. Oxford: Blackwell, 2003, p. 505-516.

GOMEZ JR., J. E. A. Waterfront tie- entice in design without policy? The actual uses of Manila's Baywalk. **Cities**, v. 28, 2008, p. 86-106.

GORELIK, A.The Puerto Madero competition and urban ideas in Buenos Aires in the 1980s.In: LIERNUR, J. F. (Org.) **Puerto Madero Waterfront.** Munique: Prestel, 2007, p. 62-73.

GOSPODINI, A. "Urban design, urban space morphology, urban tourism: an emerging new paradigm concerning their relationship". **European Planning Studies**, v. 9, n. 7, 2001, p. 925-933.

GOTHAM, K. F. "Tourism gentrification: the case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter)". **Urban Studies**, v. 42, n. 7, 2005, p. 1099-1121.

GOTHAM, K. F. "Theorizing urban spectacles: festivals, tourism, and the transformation of urban space". **American Sociological Association** (Conference Papers).

GOTHAM, K. F. "Tourism gentrification: the case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter)". **Urban Studies**, Vol.42, n. 7, 2005, p. 1099-1121.

GREENBERG, M. "Urban restructuring and tourism marketing: the dual transformation of New York, 1970-2002". Encontro Annual da Associação Americana de Sociologia, Montreal, 10 Aug. 2006. Disponível em: http://www.allacademic.com/meta/p104582_index.html. Acesso em 20 fev. 2011.

GÜELL, J. M. F. **Planificación estratégica de ciudades**. Barcelona: Gustavo Gilli (Proyecto & Gestión), 1997.

GURSOY, D.; KENDALL, K.W. "Hosting mega events: modeling locals' support". **Annals of Tourism Research**, vol. 33, n. 3, 2006, pp. 603–623.

HALL, P. "Urban development and the future of tourism". **Tourism Management**, 1987, p. 129-130.

HAMMET, C., SHOVAL, N.Museums as flagships of urban development.In: HOFFMANN, L.; FAINSTEIN, S., JUDD, D. (Eds.). **Cities and visitors: Regulating people, markets and city space**. Malden, MA: Blackwell, 200. p. 217-236.

HANNAGAN, J. **Fantasy city**: pleasure and profit in the postmodern metropolis. Abingdon, Rouledge, 2006 (1998).

HARVEY, D. "Do gerenciamento ao empresariamento: a tranformação da administração urbana no capitalismo tardio". **Revista Espaço & Debates**, n. 16, 1996, p. 45-64.

HARVEY, D. A produção capitalista do espaço. São Paulo: Annablume, 2005 (2001).

HARVEY, D. A condição pós-moderna. São Paulo: Loyola, 2005 (1992).

HÄUSSERMANN, H., COLOMB, C. The new Berlin: marketing the city of dreams. In: HOFFMANN, L.; FAINSTEIN, S., JUDD, D. (Eds.). **Cities and visitors**: regulating people, markets and city space. Oxford: Blackwel, 2003, p. 200-218.

HAYLLAR, B.; GRIFFIN, T.; EDWARDS, D. (Orgs.). City spaces, tourist places: urban tourism precincts. Oxford: Elsevier, 2008.

HAYLLAR, B.; GRIFFIN, T.; EDWARDS, D. Urban tourism precincts: engaging with the field. In: HAYLLAR, B.; GRIFFIN, T.; EDWARDS, D. (Orgs.). **City spaces, tourist places**: urban tourism precincts. Oxford: Elsevier, 2008, p. 3-18.

HIERNAUX-NICOLAS, D. Cancún bliss. JUDD, D. R.; FAINSTEIN, S. S. (Orgs.). **The tourist city**. New Haven e Londres: Yale University Press, 1999, p. 124-139.

HOFFMAN, L. M. Revalorizing the inner city: tourism and regulation in Harlem. HOFFMAN, L. S.; FAINSTEIN, S. S.; JUDD, D. R. (orgs.). Cities and visitors: regulating people, markets and city space. Oxford: Blackwel, 2003, 91-112.

- HOFFMAN, L. M.; MUSIL, J. Culture meets commerce: tourism in postcommunist Prague. In: JUDD, D. R.; FAINSTEIN, S. S. (Orgs.). **The tourist city**.New Haven e Londres: Yale University Press, 1999, 179-197.
- HOYLE, B. "Urban waterfront revitalization in developing countries: the example of Zanzibar's Stone Town". **The Geographical Journal**, v 168, n. 2, June 2002, pp. 141-162
- IANNI, O. A era do globalismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.
- IGLESIAS, E. V. Al servicio de algo más que un banco. Washington: BID, 2006.
- IGNARRA, L. R. **Dinâmica dos eventos turísticos e seus impactos na hotelaria paulistana**. Tese de doutorado (Ciências da Comunicação), Escola de Comunicações e Artes, São Paulo, 2007.
- INNOVAR.UIO. Fortalecimiento de centralidades urbanas de Quito: una estrategia de desarrollo urbano para el DMQ. Empresa de Desarrollo Urbano de Quito: Alcaldía de Metropolitana de Quito, 2009a.
- INNOVAR.UIO. **Gestión 2000-2008**. Quito: Empresa de Desarrollo del Centro Histórico, Empresa de Desarrollo Urbano de Quito, 2009b.
- JACOB, S. C. Hotel como agente indutor de expansão urbana e desenvolvimento imobiliário. In: Seminário Internacional da LARES, VI, 2006, São Paulo. **Anais**... São Paulo: Latin American Real State Society,2006. p. 1-10.
- JAMESON, F. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. 2. ed. São Paulo: Ática, 2007 (1991).
- JORGE, J. Tietê, o rio que a cidade perdeu: São Paulo, 1890-1940. São Paulo: Alameda, 2006.
- JUDD, D. R. Constructing the tourist bubble. In: JUDD, D. R.; FAINSTEIN, S.S. (Orgs.). **The tourist city**. New Haven: Yale University Press, 1999, p. 35-53.
- KARA J., B. **Políticas culturais e negócios urbanos**: a instrumentalização da cultura na revitalização do Centro de São Paulo: 1975-2000. São Paulo: Annblume, FAPESP, 2007.
- KASIMATI, E. "Economic aspects and the Summer Olympics: a review of related research". **International Journal of Tourism Research**, v. 5, 2003, p. 433–444.
- KAVARATZIS, M., ASHWORTH, G. J. "City branding: an effective assertion of identity or a transitory marketing trick?" **Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie**, 2005, v. 96, n. 5, p. 506–514.
- KELLNER, A.Desenvolvimento urbano sustentável com o aproveitamento do potencial existente na Cidade de Hamburgo.In: SCHWEIZER, P. J.; CESARIO, S. (Orgs.). **Revitalização de centros urbanos**: entre a renovação e a preservação do patrimônio histórico: as regiões portuárias de Hamburgo, Belém e Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: 7 letras, 2004, p. 13-22.
- KNAFOU, R. Turismo e território: para um enfoque científico do turismo. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: HUCITEC, 2001, p. 62-74.
- KNOX, Paul. World cities in a world system.In: KNOX, P.; TAYLOR, P.J. (Orgs.). World cities in a world system. 1.reimp. Cambridge University Press, 1996 (1995).
- LAW, C. M. **Urban tourism**: the visitor economy and the growth of large cities. 2. ed. Londres: Continuum, 2002.

LAWS, E.; LE PELLEY, B. "Managing complexity and Change in tourism: the case of a historic city". **International Journal of Tourism Research**, v. 2, 2000, p. 229-246.

LE PETIT, B. Por uma nova história urbana. São Paulo: EDUSP, 2001 (1996).

LEFEBVRE, H. A revolução urbana. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2001 (1970).

LEFEBVRE, H. O direito à cidade. São Paulo: Centauro, 2004 (1968).

LEES, L.; SLATER, T.; WYLY, E. Gentrification. Nova lorgue: Routledge, 2008.

LEITE, R. P. **Contra-usos da cidade**: lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea. Campinas: Ed. UNICAMP; Aracaju: Ed. UFS, 2004.

LERNER, J. Acupuntura urbana. Rio de Janeiro: Record, 2003.

LISBOA, V. S. **Eventos programados e suas dinâmicas espaciais**: São Paulo em foco. Dissertação de Mestrado – (Planejamento Urbano e Regional), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

LOHMANN, G.; PANOSSO NETO, A.**Teoria do turismo**: conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Aleph, 2008.

LUCCHIARI, M. T. D. P. Urbanização turística: um novo nexo entre o lugar e o mundo. In: SERRANO, C.; BRUHNS, H. T.; LUCCHIARI, M. T. D. P. (Orgs). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. 3. ed. Campinas: Papirus, 2004 (2000), p. 105-130

LUNGO, M. Globalización, grandes proyectos y privatización de la gestión urbana. In: CARMONA, M. (Org). **Globalización y grandes proyectos urbanos**: la respuesta para 25 ciudades. Buenos Aires: Infinito, 2005, p. 47-56.

LYNCH, K. **A imagem da cidade**. 2. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010. (Coleção mundo arte).

LYOTARD, J.. A condição pós-moderna. 12a ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009 (1979).

MAITLAND, R. "Everyday life as a creative experience in cities". International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, v. 4, n. 3, 2010, p. 176-185.

MALERONKA, C.**Projeto e gestão na metrópole contemporânea**: um estudo sobre as potencialidades do instrumento 'operação urbana consorciada' à luz da experiência paulistana. Tese de doutorado – (História e Fundamentos da Arquitetura e Urbanismo), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

MARINS, P. C. G. Do Luz Cultural ao Monumenta: sobre a opção pela escala monumental na preservação de uma área de São Paulo (Mimeo).

MARTIRE, A. Waterfront retrieved: Buenos Aires contrasting leisure experience. In: MACIOCCO, G.; SERRELI, S. (Orgs.). **Enhancing the city**. Urban and Landscape Perspectives, 6.2009.

MATTOS, C. de. Globalización, negocios inmobiliarios y mercantilización del desarrollo urbano. MONTÚFAR, M. C. (Org.). **Lo urbano en su complejidad**: una lectura desde América Latina. Quito: FLACSO, 2008, p. 35-62.

MENERO, E. M. O. Geografía del turismo en Valencia: notas históricas. In: La ciudad de Valencia: geografía y arte. Valencia: Universitat de València, 2010, p. 91-102.

METZGER, J.T. "The failed promise of a festival marketplace: South Street Seaport in lower Manhattan". **Planning Perspectives**, v. 16, 2001, p. 25-46.

- MOESCH, M. M. A produção do saber turístico. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002.
- MOLINA, S. Pós-turismo: novas tecnologias e novos comportamentos sociais. In: MOESCH, M. M.; GASTAL, S. (Orgs.). **Um outro turismo é possível.** São Paulo: Contexto, 2004, p. 25-31.
- MÖLLER DE ARAÚJO, C. R. A participação societal na concepção das políticas públicas de turismo no Brasil: o caso do Conselho Municipal de Turismo de São Paulo no período de 1991 a 2006. Tese de Doutorado, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2005.
- MONGIN, O. **A condição urbana**: a cidade na era da globalização. São Paulo: Estação Liberdade, 2009.
- MONCLÚS, F. "The Barcelona model: an original formula? From 'reconstruction' to strategic urban projects (1979-2004)". **Planning Perspectives**, v. 18, 2003, p. 399-421.
- MONTEIRO, A. C. C. A. "Evolução e história dos hoteis da cidade de São Paulo". **Arquitextos Vitrúvius**, ano 06, jul 2005. Disponível em: http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/06.062/444>. Acesso em: 20 nov. 2011.
- MORSE, R. M. **From community to metropolis**: a biography o São Paulo, Brazil. Gainesville: University of Florida Press, 1958.
- MOURA, R. "Efeitos simbólicos do Museu Oscar Niemeyer na internacionalização de Curitiba". **Arquitextos**, v. 8, ano 11, n. 125, 2010. Disponível em: http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/11.125/3567>. Acesso em: 4 dez. 2011.
- MULLINS, P. "Tourism urbanization". **International Journal of Tourism Research**, v. 14, n. 3, 1991, p. 326-342.
- MULLINS, P. International tourism and the cities of Southeast Asia.In: JUDD, D. R.; FAINSTEIN, S. S. (Orgs.). **The tourist city**. New Haven e Londres: Yale University Press, 1999, p. 245-260.
- MULLINS, P.The evolution of Australian tourism urbanization.ln: HOFFMAN, L. S.; FAINSTEIN, S. S.; JUDD, D. R. (Orgs.). **Cities and visitors**: regulating people, markets and city space. Oxford: Blackwel, 2003, p. 126-142.
- MUÑOZ, F. **Urbanalización**: paisajes comunes, lugares globales. Barcelona: GG Mixta, 2008.
- MUXÍ, Z.La arquitectura da la ciudad global. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
- NEGRELLOS, E.P. **Técnica e estratégia política**: grandes projetos urbanos na Região Metropolitana de São Paulo. Tese de doutorado (Estruturas Ambientais Urbanas) Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.
- NOBRE, E. A. C. Towards a better approach to urban regeneration: defining strategies for intervention in the central area of São Paulo. Dissertação de Mestrado, Master of Arts em Desenho Urbano. Oxford University, 1994.
- NOBRE, E. A. C. Reestruturação econômica e território: expansão recente do terciário na marginal do rio Pinheiros, vol. 1. Tese de doutorado (Estruturas Ambientais Urbanas), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 2000.
- NOBRE, E. A. C. "Urban regeneration experiences in Brazil: historical preservation, tourism development and gentrification in Salvador da Bahia". **Revista Urban Design International**, Palgrave Macmillan Ltd., 2002. v. 7, n. 2, pp. 109-124.
- NOGUERO, F. T. El concepto del turismo según la OMT. In: NECHAR, M. C.; PANOSSO NETO, A. **Epistemología del turismo**: estudios críticos. México: Trillas, 2010, p. 174-201.

- NORDCLIF, G.; BASSET, K.; HOARE, T. "The emergence of postmodernism on the urban waterfront". **Journal of Transport Geography**, v. 4. n. 2. pp. 123-134.
- OLIVEIRA, D. de. Curitiba e o mito da cidade modelo. Curitiba: UFPR, 2000.
- ORTIZ, R. Mundialização e cultura. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- ORUETA, F. D.; FAINSTEIN, S. S. "The new mega-projects: genesis and impacts". **International Journal of Urban and Regional Planning**, 2009 (Symposium), p. 759-767
- ORUM, A. M.; CHEN, X. **The world of cities**: places in comparative and historical perspective. Oxford: Blackwell, 2005.
- PAGE, S. **Urban tourism**. Londres: Routledge, 1995.
- PAGE, S.; HARDYMAN, R. "Place marketing and town centre management: a new tool for urban revitalization". **Cities**, v. 12, n. 3, p. 153-164, 1996.
- PEARCE, D. G. "Tourism in Paris: studies at the microscale". **Annals of Tourism Research**, v. 26, n. 1, p. 77-97, 1999.
- PEARCE, D. G. "An integrative framework for urban tourism research". **Annals of Tourism Research**, v. 28, n. 4, p. 926-946, 2001.
- PEARCE, D. G. **Geografia do turismo**: fluxos e regiões no mercado de viagens. São Paulo: Aleph, 2003. (Série Turismo).
- PEARCE, P. L; FAGENCE, M. "The legacy of Kevin Lynch: research implications". **Annals of Tourism Research**, v. 23, n. 3, 1996, p. 576-598, 1996.
- PEREIRA, R. M. Washington Luis na administração de São Paulo (1914-1919).
- PEREIRA, V. **São Paulo e Rio de Janeiro**: hipermetrópoles: turismo e moda como economias culturais do espaço. Tese de Doutorado (Projeto, Espaço e Cultura), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 2010.
- PINE II, J.; GILMORE, J. H. **The experience economy**: work is theatre & every business a stage. Boston: Harvard Business School Press, 1999.
- PINTO, M.F.; GALVANESE, H. C. Requalificação do centro de São Paulo: Projeto Corredor Cultural. In: VARGAS, H. C.; CASTILHO, A. L. H. **Intervenções em centros urbanos**: objetivos, estratégias e resultados. Barueri: Manole, 2006, p. 101-125.
- PIRES, M. J. Raízes do turismo noBrasil. Barueri: Manole, 2001.
- PLAZA, B. "Guggenheim museum's effectiveness to attract tourism".In: **Annals of Tourism Research**, v. 27, n. 4, p. 1055-1058,2000.
- PONCE, P. S. "Finaciamiento de centros históricos: el caso del centro histórico de Quito". In: CARRIÓN, F. M. (Org.). El financiamento de los centros históricos de América Latina y el Caribe. Quito: FLACSO Equador, Lincoln Institute of Land Policy, INNOVAR.UIO, 2007, p. 203-243.
- RABAHY, W. A. **Turismo e desenvolvimento**: estudos econômicos e estatísticos no planejamento. Barueri: Manole, 2003.
- REIS, N. G. **São Paulo e outras cidades**: produção social e degradação dos espaços urbanos. São Paulo: HUCITEC, 1994.
- REIS, N. G. **Notas sobre urbanização dispersa e novas formas de tecido urbano.** São Paulo: Via das Artes, 2006.

REIS, N. G. **Dois séculos de projetos no Estado de São Paulo**: grandes obras e urbanização. São Paulo: EDUSP, Imprensa Oficial, 2010.

REJOWSKI, M. Enseñanza e investigación en turismo: revelación inicial de estudios sobre la producción científica en Brasil. In: NECHAR, M. C.; PANOSSO NETO, A. **Epistemología del turismo**: estudios críticos. México: Trillas, 2010, p. 113-128.

RITZER, G. La McDonaldización de la sociedad: un análisis de la racionalización en la vida cotidiana. Tradução para español Ignacio Hierro e Ricard Hierro. 3. reimp. Barcelona: Ariel, 2005 (1993).

ROCHE, M. "Mega events and micro-modernization: on the sociology of the new urban tourism". **BJS**, v. 4, n. 43, p. 563-599, 1992.

RODRIGUES, A. B.**Águas de São Pedro**: estância paulista. Uma contribuição a Geografia da Recreação. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, 1985.

ROGERSON, C. M. "Urban tourism in the developing world: the case of Johannesburg". **Development Southern Africa**, v. 19, n. 1, p. 169-189, 2002.

ROGERSON, C. M.; VISSER, G. "International tourist flows and urban Tourism in South Africa". **Urban Forum**, v. 17, n. 2, p. 199-213, April-June 2006.

ROJAS, A.V. La investigación empírica del turismo: método científico y proceso de investigación. In: BRITO, J. G. (Org.). La investigación social del turismo: perspectivas y aplicaciones. Madri: Thomson, 2007, p. 3-14.

ROMERO, J. L. América Latina: a cidades e as idéias. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004 (1999).

RYKWERT, J.A sedução o lugar: história e futuro da cidade. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

SABATÉ, J. Luces y sombras en el proyecto urbanístico reciente de Barcelona. In: CARMONA, M. (Org). **Globalización y grandes proyectos urbanos**: la respuesta para 25 ciudades. Buenos Aires: Infinito, 2005, p. 57-68.

SÁNCHEZ, F.A reinvenção das cidadespara um mercado mundial. 2. ed. Chapecó: Argos, 2010.

SANSON, L. R. "Contribuição para o estudo do aproveitamento da zona dos lagos de São Paulo" **Revista Anhembi**, n. 1, v.1, p. 117-124, [195-].

SANTOS, G. E. O. **Modelo gravitacional do turismo**: proposta teórica e estudo empírico dos fluxos turísticos no Brasil. Dissertação de Mestrado – (Relações Públicas, Propaganda e Turismo), Universidade de São Paulo, 2004.

SANTOS, A. C. M.; KESSEL, C.; GUIMARAENS, C. (Orgs.). **Seminário InternacionalMuseus e cidades** (livro do seminário internacional). Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2004.

SANTIAGO, A. M. **The restoration of historic Intramuros**: a case study in Plan Implementation. Quezon: University of the Philippines Diliman, PLANADES, 2003.

SÃO PAULO O Livro da Cidade. Edição de Roberto Muylaert. São Paulo: Ed. Três, 1994.

SARTOR, C. E. "Imagem da cidade: cidade da imagem: o modelo de intervenção urbana do Rio Cidade". **Cadernos da Metrópole**, n. 4. p. 65-91, 2000.

SÃO PAULO TURISMO S/A. **Plano Municipal de Turismo: 2007-2010**. Disponível em: www.cidadedesaopaulo.com/comtur>. Acesso em: 5 out. 2010.

SÃO PAULO TURISMO S/A. **Plano Municipal de Turismo: 2011-2014**. Disponível em: www.cidadedesaopaulo.com/comtur>. Acesso em: 20 nov. 2011.

- SÃO PAULO TURISMO S/A. **Projeto de Desenvolvimento Turístico do Centro de São Paulo**. Disponível em: < www.spturis.com/turismocentro>. Acesso em: 20 ago 2011.
- SASSEN, S.**The global city**: New York, London and Tokyo. Princeton: Princeton University Press, 1991.
- SAVAGE, V. R; HUANG, S.; CHANG, T. C. "The Singapore River thematic zone: sustainable tourism in an urban context". **The Geographical Journal**, v. 170, n. 3, p. 212–225, 2004.
- SHAW, S.; BAGWELL, S.; KARMOWSKA, J. "Ethnoscapes as spectacle: reimaging multicultural districts as new destinations for leisure and tourism consumption". **Urban Studies**, v. 41, n. 10, p. 1983-2000, 2004.
- SIMÕES JUNIOR, J. Revitalização de centros urbanos. Revista Polis, v.19, p. 5-69, 1994.
- SIMÕES JUNIOR, J. **Anhangabaú**: história e urbanismo. São Paulo: SENAC São Paulo, Imprensa Oficial, 2004.
- SCHLÜTER, R.El turismo en Argentina: del balneário al campo. Buenos Aires: CIET, 2001.
- SELBY, M. "Consuming the city: conceptualizing and researching urban tourist knowledge". **Tourism Geographies**, v. 6, n. 2, p. 186-207, 2004a.
- SELBY, M. **Understanding urban tourism**: image, culture & experience. Londres, Nova Iorque: I. B. Tauris & Co Ltda, 2004b.
- SHIBAKI, V. V. **Ícones urbanos na metrópole de São Paulo**. Tese de Doutorado (Geografia Humana), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.
- SHUKLA, P.; BROWN, J.; HARPER, D. "Image association and European Capital of Culture: empirical insights through the case study of Liverpool". **Tourism Review**, v. 61, n. 4, p. 6-12, 2006.
- SILVA, C. H. C. A reprodução do espaço urbano de São Paulo na perspectiva da hotelaria de alto padrão. Tese de doutorado (Geografia), Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2008.
- SILVA, M. da G. L. **Cidades turísticas**: identidades e cenários de lazer. São Paulo: Aleph, 2004. (Série Turismo).
- SIMÕES JÚNIOR, J. G.**Anhangabaú**: história e urbanismo. São Paulo: SENAC São Paulo, Imprensa Oficial, 2004.
- SIMÕES JÚNIOR, J. G.**Revitalização de centros urbanos**. São Paulo: Instituto Pólis, 1994. (Publicações Pólis, n. 19).
- SMITH, N. A gentrificação generalizada: de uma anomalia local à "regeneração" urbana como estratégia urbana global. In: BIDOU-ZACHARIESEN, C. (Org.) **De volta à cidade**: dos processos de gentrificação às políticas de "revitalização" dos centros urbanos. São Paulo: Annablume, 2006, p. 59-85.
- SOLÀ-MORALES, M.De cosas urbanas. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.
- SOUZA, C. D. C. Planejamento urbano e políticas públicas em projetos de requalificação de áreas portuárias: Porto de Santos: desafio deste novo século. Dissertação de Mestrado (Estruturas Ambientais Urbanas), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.
- SOUZA, J.**Os batalhadores brasileiros**: nova classe média ou nova classe trabalhadora. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2010, p. 45-6.
- SPIROU, C. **Urban tourism and urban chance:** cities in a global economy. Nova lorque, Abindgon: Routeledge, 2011.

- SPOLON, A. P. G. **Chão de estrelas**: hotelaria e produção do espaço urbano em São Paulo, 1995-2005. Dissertação de Mestrado (História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 2006.
- SUDJIC, D. **Arquitectura del poder:** como los ricos y poderosos dan forma a nuestro mundo. Barcelona: Ariel, 2007.
- SWARBROOK, J.; HORNER, S. **Business travel and tourism**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2001.
- SWYNGEDOUW, E.; MOULAERT, F.; RODRIGUEZ, A..Neoliberal urbanization in Europe: Large-scale urban development projects and the new urban policy. In: BRENNER, N.; THEODORE,N. (Orgs). **Spaces of neoliberalism**: urban restructuring in North America and Western Europe. 4. ed. Oxford: Blackwell, 2008 (2002), p.195-229.
- TALESNIK, D.; GUTIERREZ, A. "Transformaciones de frentes de agua: la forma urbana como producto estándar". **EURE**, Santiago, v.28, n.84, sep. 2002.
- TELES, R. M. S. **Turismo urbano na cidade de São Paulo**: o deslocamento do CBD e seus reflexos na hotelaria paulistana. 2006. Tese de doutorado (Relações Públicas, Propaganda e Turismo) Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.
- TEO, P.; YEOH, Br. S. A. "Remaking local heritage for tourism". **Annals of Tourism Research**, v. 24, n. 1, p. 192-213, 1997.
- TIESDEL, S. "Tensions between revitalization and conservation: Nottingham's Lace Market". **Cities**, v. 12, n. 4, p. 231-241, 1995.
- TOLEDO, B. L. São Paulo: três cidades em um século. São Paulo: Duas cidades, 1981.
- TOZI, D.R. Primavera de estações: o Programa Monumenta e as políticas de preservação do patrimônio cultural na região do bairro da Luz, São Paulo. Dissertação (História Social), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. São Paulo, 2007.
- TREW, J.; COCKERELL, N. "The European market for UK city breaks". Insights, v. 14, n. 58, p. 85–111, 2002.
- TUFTS, S.; MILNE, S. "Museums: supply-side perspective". **Annals of Tourism Research**, v. 26, n. 3, p. 613-631, 1999.
- TYLER, D. Introduction: policy, process and practice in urban tourism.In:VAN DEN BORG, J.**Tourism and urban development**: the impact of tourism on urban development: towards a theory of urban tourism, and its application to the case of Venice, Italy. Londres, 1996.
- TRIGO, L. G. G. Viagem na memória: guia histórico das viagens e do turismo no Brasil. 2. ed. São Paulo: SENAC SP, 2001.
- ULTRAMARI, Clovis e REZENDE, Denis Alcides. Grandes projetos urbanos: conceitos e referenciais. **Ambiente Construído**, Porto Alegre, v. 7, n. 2, p. 7-14, abr./jun. 2007.
- URRY, J. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel; SESC, 2001. (Coleção Megalópolis).
- VANDERMEY, A. "Assessing the importance of urban tourism: conceptual and measurement issues". **Tourism Management**, 1984, p. 123-135.
- VAQUERO, M. La ciudad histórica como destino turístico. Barcelona: Ariel, 2002.

- VARGAS, H. C."Turismo urbano: uma nova indústria motriz". **Boletim de Turismo e Administração Hoteleira**, Faculdade Ibero Americana, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 38-46, 1996.
- VARGAS, H. C. "Turismo urbano: a cidade enquanto produto". In: Encontro Nacional da ANPUR, VII, 1997, Recife. Anais... Recife: ANPUR, 1997.
- VARGAS, H. C. "O turismo e a valorização do lugar". **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 9, n.1, p. 136-144, 1998.
- VARGAS, H. C. "Turismo nos grandes centros urbanos". In:Encontro Nacional de Turismo de Base Local, IV, 2000, Joinville (SC). **Anais**... Joinville: ENTBL, novembro 2000.
- VARGAS, H. C. **Espaço terciário**: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: Senac SP, 2001.
- VARGAS, H. C. "O comércio e os serviços varejistas: principais agentes e sua inserção urbana". **Revista GEOUSP**, n. 8, p. 77-87, 2000.
- VARGAS, H. C.; CASTILHO, A. L. H. **Intervenções em centros urbanos**: objetivos, estratégias e resultados. Barueri: Manole, 2006.
- VASCONCELLOS, L. M., MELLO, M. C. F. Re: atrás de, depois de... In: VARGAS, H. C.; CASTILHO, A. L. H. (Orgs.). **Intervenções em centros urbanos**: objetivos, estratégias e resultados. Barueri: Manole, 2006, p. 53-66.
- VAZ, L., F.; JACQUES, P. B. "A cultura na revitalização urbana: espetáculo ou participação". **Revista Espaço & Debates**, São Paulo, v. 23, n. 43-44, p. 129-140, 2003.
- VÁZQUEZ, J. I. V. Une analyse critique des "flagship projects" urbains: le cas de la biblioteque national d France. In: PIÑEIRA, MANTIÑAN, M. J., MOORE, N. (Orgs.). **New trends in the renewal of the city.** Santiago de Compostela: IDEGA, 2011, p. 105-122.
- VENTURI, R.; BROWN, D. S.; IZENOUR, S.**Aprendendo com Las Vegas**:o simbolismo (esquecido) da forma arquitetônica. São Paulo: Cosac & Naif, 2003 (1977).
- VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Stúdio Nobel, FAPESP, Lincoln Institute, 2001.
- VUKONIČ, B.; TKALAC, D. "Tourism and urban revitalization a case study of Pore, Yugoslavia". **Annals of Tourism Research**, v. 11, n. 4, p. 591-605, 1984.
- WAITT, G. "Consuming heritage: perceived historical authenticity". **Annals of Tourism Research**, v. 27, n. 4, p. 835-862, 2000.
- YÁZIGI, E. A. **Civilização urbana, planejamento e turismo**: discípulos do amanhecer. São Paulo: Contexto, 2003.
- YÁZIGI, E. A. **Saudades do futuro**: por uma teoria do planejamento territorial do turismo. São Paulo: Plêiade, 2009.
- YUEN, B.; HOCK, N. T. "Urban Conservation in Singapore: Tradition or Tourist Bane?" **Planning Practice & Research**, v. 16, n. 1, pp. 39–50, 2001.
- WAITT, G. "Social impacts of the Sydney Olympics". **Annals of Tourism Research**, v. 30, n. 1, pp. 194–215, 2003.
- WEBER, R. Extracting value from the city: neoliberalism and urban redevelopment. In: BRENNER, N.; THEODORE,N. (Orgs). **Spaces of neoliberalism**: urban restructuring in North America and Western Europe. 4. ed. Oxford: Blackwell, 2008 (2002), p.172-193.

WILLIAMS, A. Consuming hospitality: learning from post-modernism? In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. **In search of hospitality**: theoretical perspectives and debates. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2000, p. 217-234.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC). **Annual Review**. Disponível em: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/traveltourism2011.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2011.

ZUKIN, S.The culture of cities.Oxford: Blackwell, 1995.

Sites

@22Barcelona: www.22barcelona.com

AECOM: www.aecom.com

Alegra Centro: www.portal.santos.sp.gov.br/alegra/alegra.htm

AMT FÜR TOURISMUS BERLIN-BRANDENBURG: www.statistik-berlin-brandenburg.de

ANTAq: www.antaq.gov.br

CHICAGO OFFICE OF TOURISM: www.chicagoofficeoftourism.org

Fodor's: www.fodors.com

Frommer's: www.frommers.com

Guia Quatro Rodas: www.guia4rodas.com.br/

Lonely Planet: www.lonelyplanet.com

Ministério do Turismo: <u>www.turismo.gov.br/dadosefatos</u>

Nova Luz: www.novaluzsp.com.br

Oficina del Historiador de la Ciudad de la Habana: www.habananuestra.cu

Observatório do Turismo de São Paulo: http://www.observatoriodoturismo.com.br/

Projeto Porto Maravilha: www.portomaravilha.com.br

São Paulo Turismo: www.spturis.com

São Paulo Urbanismo: www.spurbanismo.sp.gov.br

World Travel & Tourism Council: www.wttc.org

Zuidas Amsterdam: www.zuidas.nl

Legislação

SÃO PAULO (Município). Lei n° 13.430, de 13 de setembro de 2002. **Lex**: legislação municipal, São Paulo, set 2009.

SÃO PAULO (Município). Lei n°14.917, de 7 de maio de 2009. **Lex**: legislação municipal, São Paulo, maio 2009.

SÃO PAULO (Município). Lei n°14.918, de 7 de maio de 2009. **Lex**: legislação municipal, São Paulo, maio 2009.

BRASIL. Lei n° 10.257, de 10 de julho de 2001. **Lex**: legislação federal, Distrito Federal, jul. 2009.

RIO DE JANEIRO (Estado). Lei n° 5.128, de 16 de dezembro de 2009. **Lex**: legislação municipal, Rio de Janeiro, dez. 2009.

Bibliografia consultada

- ABDAL, A. **Desenvolvimento e espaço**: a formação da macrometrópole paulista. São Paulo: Papagaio, 2009.
- ACKEL, L.; CAMPOS, C. M. Antecedentes: a modernização de São Paulo. In: CAMPOS, C. M.; SOMEKH, N. (Orgs.). **A cidade que não pode parar:** planos urbanísticos de São Paulo no século XX. 1. ed., 1. reimp. São Paulo: Mackepesquisa, 2008, p. 13-32.
- ACKEL, L.; CAMPOS, C. M. Freire e Bouvard: a cidade europeia. In: CAMPOS, C. M.; SOMEKH, N. (Orgs.). **A cidade que não pode parar:** planos urbanísticos de São Paulo no século XX. 1a. ed., 1a. reimp. São Paulo: Mackepesquisa, 2008, p. 33-54.
- ALLIS, T. "Notas sobre projetos urbanos e turismo: o caso de Rio Branco, AC, Brasil". **Revista Turismo e Sociedade**, v. 2, n. 2, p. 144-165, 2009.
- ALLIS, T. Considerações sobre turismo de compras nas fronteiras brasileiras: o caso de Pacaraima (RR) e Santa Elena de Uairén (Venezuela). In: Seminário de Pesquisa em turismo do Mercosul (SEMINTUR), V, 2008, Caxias do Sul. **Anais**... Caxias do Sul: UCS, 2008.
- ALMEIDA, M. G. A produção do ser e do lugar turístico. In: SILVA, J. B.; LIMA, L. C.; ELIAS, D. **Panorama da Geografia Brasileira**. São Paulo: Annablume, 2006, 1 v., p. 109-122.
- ALMEIDA, W. dos S. de. **Revitalização de centros históricos através da recuperação do patrimônio arquitetônico e cultural**: a experiência de Cachoeira. Dissertação de Mestrado (Análise Regional), Salvador, UNIFACS, 2008.
- ALVES, G. A. "O papel do patrimônio nas políticas de revalorização do espaço urbano". In: Coloquio Internacional de Geocritica, X,**Anais...** Disponível em: http://www.ub.edu/geocrit/-xcol/226.htm. Acesso em: 26 dez. 2010.
- ANTONUCCI, D. O Plano Diretor de 1991: a revolução conceitual. In: CAMPOS, C. M.; SOMEKH, N. (Orgs.). **A cidade que não pode parar:** planos urbanísticos de São Paulo no século XX. 1. ed., 1. reimp. São Paulo: Mackepesquisa, 2008, p. 161-176.
- ANTONUCCI, D. SAGMACS: o estudo que fez escola. In: CAMPOS, C. M.; SOMEKH, N. (Orgs.). **A cidade que não pode parar:** planos urbanísticos de São Paulo no século XX. 1. ed., 1. reimp. São Paulo: Mackepesquisa, 2008, p. 95-108.
- ARAGÃO, R. F. Das práticas marítimas modernas à elaboração da imagem turística de Fortaleza/Ceará. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Ceará, Ceará, 2005.
- ARAUJO, C. P. **Terra à vista!** O litoral brasileiro na mira dos empreendimentos turísticos imobiliários. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.
- BARBOSA, Y. M. **História das viagens e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002. (Coleção ABC do Turismo).
- BARRETO, M. Produção científica na área do turismo. In: MOESCH, M. M.; GASTAL, S. (Orgs). **Um outro turismo é possível.**São Paulo: Contexto, 2004, p. 83-88.
- BELL, D. "The hospitable city: Social relations in commercial settings". **Progress in Human Geography**, v. 31, pp. 7-22, 2007.
- BENI, M. C. **Política e planejamento do turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006. (Série Turismo).

BOTELHO, A. **Do fordismo à produção flexível**: o espaço da indústria num contexto de mudanças das estratégias de acumulação do capital. São Paulo: Annablume, 2008.

BRAMBATTI, L. E. B. **Trens e turismo**: a origem dos Veraneios Hampel e Desvio Blauth. Caxias do Sul: Meridiano, 2010.

BRAMBATTI, L. E.. Racionalização, cultura e turismo em meio rural na Serra Gaúcha. Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2008.

CAMARGO, L. O. de. Hospitalidade. São Paulo: Contexto, 2004. (Coleção ABC do Turismo).

CAMPOS, C. M.; SOMEKH, N. (Orgs.). **A cidade que não pode parar:** planos urbanísticos de São Paulo no século XX. 1. ed., 1. reimp. São Paulo: Mackepesquisa, 2008.

CAMPOS, J. R. V. Introdução ao universo da hospitalidade. Campinas: Papirus, 2005.

CANO, W. **Desconcentração produtiva regional do Brasil 1970-2005**. São Paulo: Ed. UNESP, FAPESP, 2008.

CANTON, M. A. Eventos: um potencializador de negócios. In: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. R. G. (Orgs.). **Segmentação do mercado turístico**: estudos, produtos e perspectivas. São Paulo: Manole, 2009, p. 197-212.

CAPEL, H. El modelo Barcelona: un examen crítico. Barcelona: Ediciones del Serbal, 2009 (2005).

CARMONA, M. Globalización cambios conceptuales en el desarrollo urbano. In: CARMONA, M. (Org.). **Globalización y grandes proyectos urbanos**: la respuesta para 25 ciudades. Buenos Aires: Infinito, 2005, p. 27-46.

CARVALHO, C. L. "Desafios para consolidar um destino turístico: estudo preliminar do caso da cidade de São Paulo". **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 17, número especial, p. 24-35, 2006.

CÉSAR, P. A. B.; STIGLIANO, B. V. "Planificación turística en áreas urbanas: la implementación de turismo cultural en el centro de São Paulo, Brasil". **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires, v. 19, n. 5, p. 722-739, 2010.

COELHO, T. (Org.). A cultura pela cidade. São Paulo: Iluminuras, 2008.

COOPER, C.; FLETCHER, J.; WANHILL, S.; GILBERT, D.; SHEPPERD, R. **Turismo**: princípios e prática. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003 (2001).

COSTA, E. B. da. **A** dialética da construção destrutiva na consagração do patrimônio mundial: o caso de Diamantina (MG). Dissertação de Mestrado – (Geografia Humana), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

DE MASI, D. (Org.). A economia do ócio. Rio de Janeiro: Sextante, 2001.

DEÁK, C.; SCHIFFER, S. T. R. **O** processo de urbanização no Brasil. 1. reimp. São Paulo: EDUSP, 2004, p. 73-110.

DEBORD, G. **Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DENCKER, A. F. M.; BUENO, M. S. **Hospitalidade**: cenários e oportunidades. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

DERRIDA, J.; DUFOURMANTELLE, A.. De l'hospitalité. Paris: Calman-Lévy, 1997.

DIAS, C. M. de M. **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. Barueri: Manole, 2002.

DOMINGUES, V.Turismo e automobilismo: efeitos da Fórmula 1 em São Paulo. Tese de Doutorado – (Relações Públicas, Propaganda e Turismo), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

- EDWARDS, D.; DICKSON, T.; GRIFFIN, T.; HAYLLAR, B. Tracking the urban visitor: methods for examining tourists' spatial behavior and visual representations. IN: RICHARDS, G.; MUNSTERS, W. **Cultural tourism research methods**. CAB International, 2010, p. 104-114.
- EDWARDS, D.; GRIFFIN, T.; HAYLLAR, B.; DICKSON, T. **Understanding tourist 'experiences' and 'behaviour' in cities:** an Australian case. Goald Coast: CRC for Sustainable Tourism, 2009.
- FERNANDES, A. C. "Da reestruturação corporativa à competição entre cidades: lições urbanas sobre os ajustes de interesses globais e locais no capitalismo contemporâneo".**Revista Espaço & Debates**, São Paulo, n. 41, p. 26-45, 2001.
- FERNANDES, F. R. C. **Transformações espaciais no centro de Fortaleza**: estudo crítico das perspectivas de renovação urbana. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Ceará, Ceará, 2004.
- FERREIRA, J. "Políticas espaciais de requalificação urbana na área central do Rio de Janeiro: nova estética da desintegração local e espetáculo da projeção global". **Revista Scripta Nova**. Universidad de Barcelona, Barcelona, v. IX, n 194 (43), ago. 2005. Disponível em: http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-194-43.htm>. Acesso em: 27 set. 2008.
- FLORIDA, R. **The rise of the creative class** and how it's transforming work, leisure, community & everyday life.Nova lorque: Basic Books, 2004 (2002).
- FORD, L. R. **The spaces between buildings**. Londres, Baltimore: The John Hopkins University Press, 2000.
- CANCLINI, N. G. A globalização imaginada. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- GASTAL, S. "Projeto Monumenta: filosofia e práticas em interface com o turismo". **Turismo em Análise**, São Paulo, v.14, n.2, p.77-89, nov. 2003.
- GONÇALVES, T. G. "A urbanização turística de Florianópolis: o papel das redes hoteleiras nacionais e internacionais". In: **Encontro Nacional da Associação Nacional de Planejamento Urbano e Regional**, 2011, Rio de Janeiro. **Anais**... Rio de Janeiro: ANPUR, 2011.
- GRINOVER, L. A hospitalidade, a cidade e o turismo. São Paulo: Aleph, 2007 (Série Turismo).
- GUNN, P. A mídia cearense na guerra dos lugares: a experiência tucana no Ceará. In: DEÁK, C.; SCHIFFER, S. T. R. **O processo de urbanização no Brasil.** 1. reimp. São Paulo: EDUSP, 2004, p. 144-168.
- HALL, P. Cidades do amanhã. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- HALL, P. Urban development and the future of tourism. **Tourism Management**, p. 129-130, 1987.
- HANNIGAN, J. **Fantasy city:** pleasure and profit in the postmodern metropolis. Londres: Routledge, 2006 (1998).
- HENRIQUE, W. "A instalação da UFRB, a ação do Programa Monumenta e o turismo étnico na reestruturação urbana e no quotidiano de Cachoeira-BA". **GeoTextos**, Salvador, v. 5, n. 1, p. 89-112, jul. 2009.
- HOFFMAN, L. S.; FAINSTEIN, S. S.; JUDD, D. R. (Orgs.). Cities and visitors: regulating people, markets and city space. Oxford: Blackwel, 2003.
- HUTTON, T. A. **The new economy of the inner city**: restructuring, regeneration and dislocation in the twenty-first-century metropolis. Nova lorque: Routledge, 2010.
- JEUDY, H. P. Espelho das cidades. Rio de Janeiro: Duas Cidades, 2005.

JUDD, D. R.; FAINSTEIN, S. S. Global forces, local strategies, and urban tourism. In: JUDD, D. R.; FAINSTEIN, S.S. (Orgs.). **The tourist city**.New Haven: Yale University Press, 1999, p. 1-17.

JUDD, D. R. Visitors and the spatial ecology of the city. In: HOFFMAN, L. S.; FAINSTEIN, S. S.; JUDD, D. R. (Orgs.). **Cities and visitors**: regulating people, markets e o espaço da cidade. Oxford: Blackwel, 2003, p. 23-38.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2000.

LASH, S.; URRY, J. Economies of symbols and space.Londres: Sage, 2002 (1994).

LASHLEY, C.; LYNCH, P.; MORRISON, A. Hospitality: a social lenses. Oxford: Elsevier, 2007

LASHLEY, C.; MORRISON, A. (Orgs.). **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri: Manole, 2004 (2000).

LEFEBVRE, J. E. de A. São Paulo de vila a metrópole. 1 folheto. São Paulo: MASP, 2000.

LÉVI-STRAUSS, C. Tristes trópicos. 5. reimp. São Paulo: Companhia das Letras, 2004 (1955).

LOPES JÚNIOR, E. Sombras sobre o reino tropical de Dionísio: população, meio ambiente e urbanização turística no litoral do Rio Grande do Norte. In: SERRANO, C.; BRUHNS, H. T.; LUCCHIARI, M. T. D. P. (Orgs.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. 3. ed. Campinas: Papirus, 2004 (2000), p.131-150.

LYNCH, K. **A imagem da cidade**. 2.. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010 (Coleção Mundo Arte).

MABIN, A. Varied legacies of modernism in urban planning.In: WATSON, Sophie et al. (Orgs.). **A companion to the city**. Oxford: Blackwell, 2003, p. 555-566.

MARICATO, E. **Brasil, cidades**: alternativas para a crise urbana. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2008 (2001).

MARICATO, E. As ideias fora do lugar e o lugar fora das ideias. In: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. **A cidade do pensamento único**: desmanchando consensos. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 121-192.

MARICATO, E. Brasil, cidades. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2008 [2001].

MARRAS, S. **A propósito de águas virtuosas**: formação e ocorrências de uma estação balneária no Brasil. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2007.

MASANO, I. R. **A gastronomia paulistana**: o local e o global no mesmo prato. Dissertação de Mestrado – (Planejamento Urbano e Regional), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

MATZKIN, K. I. **Cidades latino-americanas**: convergência ou diversidade no processo de produção contemporânea do espaço. Tese de doutorado – (Planejamento urbano e regional), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

MEYER, R. M. P.; GROSTEIN, M. D.; BIDERMAN, C. **São Paulo metrópole**. São Paulo: EDUSP; Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2004.

MOLINA, S.; RODRIGUEZ, S. **Planejamento integral do turismo**: um enfoque para América Latina. Bauru: Edusc, 2001 (1987) (Coleção Turis).

MONTANDON, A. **Hospitalités**: hier, aujourd'hui, ailleurs. Clermond Ferrand: Presses Universitaires Blaise Pascal, 2004.

MONTANDON, A. L'hospitalité: signes et rites. Clermond Ferrand: CRLMC, 2001.

MONTANDON, A. **Mythes et représentations de l'hospitalité**. Clermond Ferrand: Presses Universitaires Blaise Pascal, 1999.

MONTENEGRO JÚNIOR, I. R. P. **Turismo e urbanização**: gestão de impactos no litoral de Aquiraz-CE. Dissertação de Mestrado – (Desenvolvimento e Meio Ambiente) ,Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2004.

MOTA, L. A apropriação do patrimônio urbano: do estético-estilístico nacional ao consumo visual global. ARANTES, A. A. (Org.). **O espaço da diferença**. Campinas: Papirus, 2000, p. 271-2.

MOTODA, M. **Empreendimentos de uso misto:** os hotéis e a interação urbanística. Dissertação de Mestrado – (Estruturas Ambientais Urbanas), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

NICOLÁS, D. H. Elementos para un análisis sociogeográfico del turismo. In: RODRIGUES, Ad. B. (Org.). **Turismo e geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: HUCITEC, 2001, p. 39-54.

O CENTRO DA METRÓPOLE: reflexões e propostas para a cidade democrática do século XXI. São Paulo: Ed. Terceiro Nome, Viva o Centro, Imprensa Oficial do Estado, 2001.

OLIVEIRA, D. A. N. Hotel design: o novo segmento hoteleiro de luxo. In: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. R. G. (Orgs.). **Segmentação do mercado turístico**: estudos, produtos e perspectivas. São Paulo: Manole, 2009, p 227-239.

OLIVEIRA, M. R. da S. **Gestão patrimonial em Ouro Preto**: alcances e limites das políticas públicas preservacionistas. Dissertação de Mestrado – (Geografia), Unicamp, Campinas, 2005.

PAIVA, R. A. **A metrópole híbrida**: o papel do turismo no processo de urbanização da Região Metropolitana de Fortaleza. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

PALLAMIN, V. (Org). **Cidade e cultura**: esfera pública e transformação urbana. São Paulo: Estação Liberdade. 2002.

PEREIRA, V. M. "Gestão democrática do patrimônio cultural em São Francisco do Sul (SC)". **Revista CPC**, São Paulo, v.1, n.2, p.119-128, maio/out. 2006.

PICANÇO, V. M. P. A.. **Preservação patrimonial X qualidade de vida**: avaliação pós-ocupação no programa Monumenta, centro histórico de Natividade, TO. Dissertação de Mestrado – (Arquitetura e Urbanismo), Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

RAFFESTIN, C. "Reinventer l'hospitalité". **Communications**, Paris, v. 65, 1997.

RIBEIRO, M. A atratividade dos centros urbanos e o turismo. In: GASTAL, S. (Org.). **Turismo**: 9 propostas para um saber fazer. Porto Alegre: EDIPUCRS, p. 145-150. (Coleção Comunicação 4).

ROBERTS, P.; SYKES, H. (Orgs.) **Urban regeneration**: a handbook. Londres: Sage, 2000.

ROCHA JÚNIOR, A. M. **O** turismo globalizado e as transformações urbanas no litoral de **Fortaleza:** arquitetura e estetização da Praia de Iracema. Dissertação de Mestrado, Universidade Federa do Ceará, Fortaleza, 2000.

SANOVICZ, E. "Gestão do turismo em Barcelona". **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 67-83, 1997.

SANTOS, M. H. M. B. Programa Monumenta:a relação dos centros históricos com os fluxos de capital internacional e o turismo. In: Seminário CICOPCentros Históricos: centralidades urbanas,

- 2010, Buenos Aires. **Anais**... Buenos Aires: CICOP, 2010. Disponível em: www.cicopar.com.ar/ponencias.html. Acesso em: 30 jun. 2011.
- SÃO PAULO OUTLOOK. **Metrópole global**. São Paulo: Prefeitura Municipal de São Paulo, São Paulo Turismo S/A, Editora Análise, 2010. (bilíngüe).
- SASSEN, S. As cidades na economia mundial. São Paulo: Studio Nobel, 1998.
- SASSEN, S.; ROOST, F. "A cidade: local estratégico para a indústria global do entretenimento". In: **Revista Espaço & Debates**, São Paulo, v. 17, n. 41, p. 66-74, 2001.
- SCHERER, R. Paisagem urbanística, urbanização pós-moderna e turismo. In: YÁZIGI, E. (Org.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002, p. 83-105. (Turismo Contexto).
- SCHERER, R. "Cosmopolitisme et hospitalité". **Communications**, Paris, v. 65, 1997.
- SHOVAL, N. "Tracking Technologies and urban analysis". Cities, v. 25, p. 21-28, 2008.
- SHOVAL, N.; MCKERCHER, B.; NG, E.; BIRENBOIM, A. "Hotel location and tourist activities in cities". **Annals of Tourism Research** (2011). No prelo.
- SILVA, C. H. C. A reprodução do espaço urbano na cidade de São Paulo na perspectiva da hotelaria de alto padrão. Tese de Doutorado, Universidade Estadual Paulista, Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Rio Claro, 2008.
- SINGER, P. **Desenvolvimento econômico e evolução urbana**: análise da evolução econômica de São Paulo, Blumenau, Porto Alegre, Belo Horizonte e Recife. 2. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, [?].
- SMITH, A. "Assessing the Contribution of Flagship Projects to City Image Change: a Quasi-Experimental Technique". **International Journal of Tourism Research**, v. 8, p. 391-404, 2006.
- SMITH, N. A gentrificação generalizada: de uma anomalia local à "regeneração" urbana como estratégia urbana global. In: BIDOU-ZACHARIESEN, C. (Org.) **De volta à cidade**: dos processos de gentrificação às políticas de "revitalização" dos centros urbanos. São Paulo: Annablume, 2006, p. 59-85.
- SMITH, N.New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy. In: BRENNER, N.; THEODORE,N. (Orgs.). **Spaces of neoliberalism**: urban restructuring in North America and Western Europe. 4a ed. Oxford: Blackwell, 2008 (2002), p. 80-103.
- SOMEKH, N.; CAMPOS, C. M. (Orgs.). **São Paulo que não pode parar**: planos urbanísticos de São Paulo no século XX. 1. reimp. São Paulo: Mackpesquisa, 2008.
- SPURBANISMO. **Cartilha da Área Central, Operação Urbana Centro.** 2a. ed. São Paulo: SP Urbanismo, 2010. Disponível em: www.prefeitura.sp.gov.br/.../sp_urbanismo/.../cartilha_ouc_versao_abr_2011.pdf>. Acesso em: 20 set. 2011.
- TALLON, A. **Urban regeneration in the UK.** Londres: Routledge, 2010.
- TAYLOR, P. et al. Measuring the world City network: new results and developments. In: GaW.**GaWC Research Bulletin 300**, 2009 (revisado em 2010). Disponível em: http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb300.html#tab1>. Acesso em: 13 set. 2011.
- VAZ, L. F.; JACQUES, P.B. "A cultura na revitalização urbana: espetáculo ou participação". In: **Revista Espaço & Debates**, São Paulo, v. 23, n. 43-44, p. 129-140, 2003.

- VAZ, L. F.; SILVEIRA, C. B. A Lapa boêmia na cidade do Rio de Janeiro: um processo de regeneração cultural? Projetos, intervenções e dinâmicas do lugar. In: VARGAS, Heliana C.; CASTILHO, Ana Luísa H. (Orgs.). **Intervenções em centros urbanos**: objetivos, estratégias e resultados. Barueri: Manole, 2006, p. 67-100.
- WADA, E. K. Turismo de negócios: viagens corporativas, eventos e incentivos. In: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. R. G. (Orgs.). **Segmentação do mercado turístico**: estudos, produtos e perspectivas. São Paulo: Manole, 2009, p. 213-225.
- WAINBERG, J. Cidades como *sites* de excitação turística. In: CASTROGIOVANNI, A. C. (Org.). **Turismo urbano**. 2.. ed. São Paulo: Contexto, 2001, p. 11-23.
- WALKER, J. R. Introdução à hospitalidade. 2. ed. Barueri: Manole, 2002(1996).
- YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. C. A. (Orgs.). **Turismo**: espaço, paisagem e cultura. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999
- YÁZIGI, E. O mundo das calçadas. São Paulo: Humanitas/FFLCH-USP, Imprensa Oficial, 2000.
- YÁZIGI, E. (Org.). A alma do lugar:turismo, planejamento e cotidiano. São Paulo: Contexto, 2001.
- YÁZIGI, E. (Org.). Turismo e paisagem. São Paulo: Contexto, 2002. (Turismo Contexto).
- YÁZIGI, E. A importância da paisagem. In: YÁZIGI, E. (Org.). **Turismo e paisagem**. São Paulo: Contexto, 2002, p. 11-28. (Turismo Contexto).
- YÁZIGI, E. **Civilização e turismo**: planejamento e turismo: discípulos do amanhecer. São Paulo: Contexto, 2003.
- YÁZIGI, E. **Civilização urbana, planejamento e turismo**: discípulos do amanhecer. São Paulo: Contexto, 2003.
- ZUKIN, S. "Aprendendo com Disney World". **Revista Espaço & Debates**, São Paulo, v. 23, n. 43-44, p. 11-27, 2003.

APÊNDICE A

Listagem e controle de resposta ao formulário eletrônico

Atrativo	Retorno da consulta online
Aquário	Contato feito e sem resposta
Bovespa	Resposta completa
Casa das Rosas	Negativa
Catavento Cultural Educacional	Negativa
Catedral da Sé (visita monitorada)	Resposta completa
Catedral Ortodoxa	Sem resposta ao contato
Centro Cultural Banco do Brasil	Resposta completa
Centro Cultural FIESP Ruth Cardoso	Resposta parcial
Centro Cultural São Paulo	Resposta completa
Edif. Banespa/Altino Arantes (Mirante Santander)	Resposta completa
Edif. Copan	Resposta parcial
Edif. Itália	Resposta parcial
Edif. Martinelli	Resposta Parcial
Estação Ciência	Resposta parcial
Estação Pinacoteca	Resposta parcial
Sala São Paulo/Est. Júlio Prestes (visita)	Resposta completa
Museu do Futebol/Estádio do Pacaembu	Resposta completa
Fund. Maria Luísa e Oscar Americano	Contato feito e sem resposta
Horto Florestal	
Igreja São Francisco de Assis	Contato feito e sem resposta
Instituto Butantã	Resposta completa
Instituto Tomie Ohtake	Resposta completa
Itaú Cultural	Contato feito e sem resposta
Jardim Botânico	Contato feito e sem resposta
Jardim Zoológico	Sem contato
Memorial da América Latina	Resposta completa

Atrativo	Retorno da consulta online
Memorial do Imigrante	Contato feito e sem resposta
Mercado Municipal Paulistano	Resposta parcial
Igreja/Mosteiro de São Bento	Contato feito e sem resposta
Museu da Casa Brasileira	Sem resposta ao contato
Museu da Imagem e do Som	Resposta completa
Museu da Imigração Japonesa	Resposta completa
Museu da Língua Portuguesa / Estação da Luz	Resposta completa
Museu de Arte Brasileira	Resposta completa
Museu de Arte Contemporânea (MAC-USP)	Resposta completa
Museu de Arte de São Paulo (MASP)	Negativa
Museu de Arte Moderna	Resposta completa
Museu de Arte Sacra/Mosteiro da Luz	Negativa
Museu do Ipiranga (Paulista)	Resposta completa
Museu Lasar Segall	Resposta completa
Oca	Sem resposta ao contato
Palácio dos Bandeirantes	Resposta completa
Parque da Luz	Resposta completa
Parque do Ibirapuera	Resposta completa
Parque Estadual da Cantareira	Sem contato
Parque Trianon	Resposta completa
Pateo do Colegio	Resposta parcial
Pinacoteca do Estado de São Paulo	Resposta parcial
Planetário do Ibirapuera (Prof. Aristóteles Orsini)	Resposta parcial
Playcenter	Resposta parcial
Solar da Marquesa de Santos (Museu da Cidade)	Resposta parcial
Teatro Municipal de São Paulo	Resposta parcial

APÊNDICE B

Formulário eletrônico utilizado na pesquisa com os gestores dos atrativos turísticos

Pesquisa sobre								le São P	aulo		
Paramana da Rás O		onsável: T	_				•	Di	1)		
Programa de Pós-G Faculdade d									onai)		
r acuidade c	ie Arquitet	tura e Orba	ailioi	110 - 0	iliversida	ide de Sai	or auto (i A	0031)			
1. CARACTERIZAÇÃO DO ATRATIVO											
1.1. Nome do atrativo											
1.2. Entidade/empresa gestora	a .										
	1.3.1. G	eral									
1.3. Telefone de contato	1.3.2. Ad	dministraç	ão								
	1.4.1. G	eral									
1.4 Email de contate		1.4.2. Administração									
1.5. Gestor responsável pelo atrativo	-	.T.E. Administração									
1.6. Nome e contato do respondente											
1.7. Cargo do respondente	-										
1.7. Cargo do respondente	•										
2. INFORMAÇÕES SOBRE VISITAÇÃO											
2.1. Possui co	ontagem (de visitant	tes?	(s	im 🔘 N	ão					
2.2. Através de quais formas é feita a conta	gem de vi	isitantes?	[res	posta	múltipla						
Livro de visitas (assinatura opcional pelo	visitante))		E	stimativa	aproxima	da (sem co	ontagem e	xata)		
Contagem dos bilhetes de entrada		Formulários de entrevista com vis					visitantes	(CONSTAI	NTE)		
Catraca na entrada e/ou saída		Formulários de entrevista com visit					visitantes	(EVENTU	\L)		
Contagem visual (por funcionário)		Outra (especifique):									
2.3. No controle de visitação, é possível iden	itificar o l	ocal de re	sidê	ncia d	los visita	ntes?					
Não											
◎ Sim											
S. CONTABILIZAÇÃO DE VISITANTES (2006-2)	010) (7) 20	06		20	0.7	-	008	2/	009	20	10
s.1. Região de procedência / ano	Pessoas	%	Pes	soas	%	Pessoa		Pessoas		Pessoas	%
ŝão Paulo (Capital)		%	Г		%		%		%		%
Região Metropolitana de São Paulo 🎱		- %			%		%		%		- %
Outras cidades do Estado São Paulo		- %	<u></u>	_	, %		- %		- %		- %
Outros Estados do Brasil		- %		=	- %		%		- %		- %
Outros países		%			- %		%		%		%
otal (Volume absoluto e/ou %)		- %	Ė	-	96		, A		70		70
otal (volume absoluto e/ou %)		70			70		70		70		70
. IMPRESSÕES SOBRE A CIDADE DE SÃO PA	AULO										
.1. Enumerar três palavras-chave (ou expre	ssões-cl	have) que,	, na s	sua op	oinião, re	sumem <u>S</u>	ão Paulo E	M GERAL.			
)											
(1)											
.2. Aponte três cidades no Brasil e no mund	lo que se	parecem	com	São I	Paulo en	ı termos t	<u>urísticos.</u> I	Explique o	porquê.		
.2.1. BRASIL		Razõe	es								
cidade 1											
Cidade 2											
Cidade 3										_	
.2.2. MUNDO		Razões									
Cidade 1											
cidade 2											
Cidade 3											
. COMENTÁRIOS GERAIS	ita a li a da	etretive e				ásia a tau a	-1°			ão de eue	
Caso tenha outras informações relativas à vis linâmica de visitação, por favor, use este esp		attativo ot	ı qua	ısque	coment	arios/Sugi	ssides para	a meinor C	uripreens	ao de Sua	
											A
			_		_						T
			E	Enviar							