UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas
Departamento de Geografia

FÁBIO CÉZAR BRAZ

Eventos/feiras de negócios na (re)produção do espaço urbano da
metrópole: estudo de caso do Parque Anhembi e Centro de
Exposições Imigrantes

São Paulo - SP
2008

FÁBIO CÉZAR BRAZ

Eventos/feiras de negócios na (re)produção do espaço urbano da
metrópole: estudo de caso do Parque Anhembi e Centro de
Exposições Imigrantes

Dissertação apresentada ao Depto. de
Geografia da Universidade de São
Paulo como exigência do Curso de
Pós-graduação stricto sensu. Área de
concentração: Geografia Humana.

Orientador(a): Rita de Cássia Ariza
Cruz

São Paulo
2008

FÁBIO CÉZAR BRAZ

Eventos/feiras de negócios na (re)produção do espaço urbano da metrópole: estudo de caso do Parque Anhembi e Centro de Exposições Imigrantes

Dissertação apresentada ao Depto. de Geografia da Universidade de São Paulo como exigência do Curso de Pós-graduação stricto sensu. Área de concentração: Geografia Humana.

Orientador(a): Rita de Cássia Ariza Cruz

São Paulo, _____ de _____ de 2008.

Banca Examinadora.

Agradecimentos

Como disse certa vez Pitágoras, “[...] de tanto nos considerarmos sobrecarregados, acabamos por acreditar nisto e abrimos então a porta a todas as impaciências e fadigas nervosas”. Um trabalho de mestrado é realizado às custas de muitas noites de sono, dos momentos de descontração com os amigos e os familiares, mas ao seu término, vem o alívio de que tudo se fez em nome do crescimento pessoal e intelectual, ainda que nossa contribuição para com a academia seja uma gota no oceano. A fadiga nos consome e quem nos estende a mão para aliviar nosso estresse, os picos de desânimo ou festejar nossa realização, são aquelas pessoas que convivem com a gente e acompanham todo o processo esperando o nosso melhor. Lembro-me de Goethe, para o qual “[...] a amizade é como os títulos honoríficos: quanto mais velha mais preciosa”. A essas pessoas, que em muito colaboraram nesta arduosa caminhada (minha irmã Débora, meu irmão Junior, meu pai Osvaldo, meu grande amigo Sidney e meu primo Cesar), meu muito obrigado. Foram profícuos os inúmeros momentos de discussão entre meu primo e eu, os puxões de orelha de minha orientadora Rita de Cássia e as discussões no grupo da mesma (André, Fábio, Carolina, Écio, Rodolfo, Ronaldo, Édna) e também no GESP (Grupo de Estudo sobre São Paulo) sob a orientação da profa. Dra. Ana Fani. A finalização desta importante etapa em minha vida dedico a todos vocês.

À memória de minha querida Mãe
Maria L. Braz

Resumo

A produção do espaço urbano, no plano do espaço físico, é a materialização das intenções e determinações de múltiplos agentes, os quais conduzem os destinos da cidade pelos designios do capital, orientando-a para um planejamento autofágico que promove a “imagem da eficiência”, uma “representação do espaço” que produzida com o intuito de vender a cidade, reforça as características de “cidade global” e abre possibilidade para a atuação dos agentes econômicos que põem em prática suas “táticas-estratégias” de reprodução do capital no espaço. O conceito, o consenso que se produz sobre a cidade ou fragmentos dela, são induzidos e ao mesmo tempo indutores de estruturas, ritmos e de uma materialidade que se expressa no atual espaço capitalista, conformando os “espaços de representação”, que por sua vez potencializam a representação desse espaço. Tal representação reforça São Paulo como destino de eventos e de negócios. Uma lógica que revela um “empresariamento da gestão urbana”, um “neodirigismo” que aponta para a construção de uma cidade cada vez mais “estranha” aos que nela habitam. O capital é espacialmente seletivo e busca fixar-se nos centros mais dinâmicos da economia global. Produz-se, portanto, “espaços homogêneos”, “fragmentados” e “hieraquizados”. A competição mostra-se acirrada entre as cidades. O poder público, juntamente com a iniciativa privada, põem em prática diversas estratégias para a captação de grandes eventos e feiras de negócios, atraindo investimentos de toda ordem, fomentando o fluxo do turismo de negócios, segmento que corresponde ao sustentáculo de toda a cadeia de turismo da capital. Neste horizonte, estudar os grandes espaços de eventos/feiras de negócios na relação com o espaço urbano de São Paulo mostrou-se instigante. Na análise parte-se do processo de industrialização e de sua desconcentração do espaço urbano da cidade, sendo uma forma de situar o nascimento das feiras industriais. Estas feiras foram importantes para reforçar as marcas da indústria nacional, ampliando os negócios e contribuindo para inserir o Brasil no mercado mundial. O objeto da pesquisa compreende dois dos maiores recintos de eventos da cidade, o Parque Anhembi e o Centro de Exposições Imigrantes, cada um deles com suas particularidades e contexto. A análise mostra a relação desses recintos com o dinamismo da cidade em sua totalidade, envolvendo as dimensões econômica, política e social. E revela sua participação no processo de (re)produção do espaço urbano das regiões Norte e Sul, nas áreas que circundam o Parque Anhembi e o Centro de Exposições Imigrantes, respectivamente.

Palavras-chaves: Espaço, Representação, Turismo, Eventos/ Feiras de Negócios.

Abstract

The production of the urban space, in the plan of the physical space, is the materialization of the intentions and determination of agent multiples, which drive the destinies of the city for the purpose of the capital, guiding it for an autophagic planning that promotes "image of the efficiency", a "representation of the space" that produced with the intention of selling the city, reinforces the characteristics of "global city" and opens possibility for the economical agents' performance to put in practice "tactics-strategies" of reproduction of the capital in the space. The concept, the consensus that is produced on the city or its fragments, is induced and at the same time inductors of structures, rhythms and of a materiality that expressed itself in the current capitalistic space, conforming the "representation spaces", that for its time potentiates the representation of that space. Such representation reinforces São Paulo as destiny of events and businesses. A logic that reveals a "management of the urban administration", a "neodirigismo" that appears for the construction of a city more and more "finds strange" to the that inhabit in it. The capital is spatially selective and search to fasten in the most dynamic centers of the global economy. It produces, therefore, "homogeneous spaces", "fragmented" and "hierarchized." The competition is shown intransigent among the cities. The public power together with the private initiative put into practice several strategies for the reception of great events and businesses' fairs, attracting investments of every order, fomenting the flow of the tourism of businesses, segment that corresponds to the support of the whole chain of tourism of the capital. In this horizon, to study the great spaces of events / businesses' fairs in the relationship with the urban space of São Paulo shown itself instigate. In the analysis starts itself of the industrialization process and of its distract of the urban space of the city, being a form of placing the birth of the industrial fairs. These fairs were important to reinforce the marks of the national industry, enlarging the businesses and contributing to insert Brazil in the world market. The object of the research understands two of the largest enclosures of events of the city, the Parque Anhembi and the Centro de Exposições Imigrantes, each one of them with their particularities and context. The analysis shows the relationship of those enclosures with the dynamism of the city in its totality, involving the economical, political and social dimensions. And reveals its participation in the process of (re)production of the urban space of the North and South areas, in the areas that surround the Parque Anhembi and the Centro de Exposições Imigrantes, respectively.

Words-Keys: Space, Representation, Tourism, Events/Businesses Fairs.

Sumário

INTRODUÇÃO	01
1. São Paulo – destino de eventos/feiras de negócios	07
1.1 Do presente ao passado: contextualizando os eventos/feiras de negócios com o processo de concentração-desconcentração industrial no município de São Paulo	35
2. Grandes espaços de eventos e seu lugar na (re)produção do espaço metropolitano	49
2.1 <i>Casos analisados: o Parque Anhembi e o Centro de Exposições Imigrantes</i>	50
2.1.1 O Parque Anhembi	51
2.1.1.1 Usos e funções do Complexo Anhembi	68
2.1.2 O Centro de Exposições Imigrantes	73
2.2 Eventos, negócios e a hotelaria na metrópole: algumas considerações	92
3. Reflexões sobre produção-reprodução do espaço urbano metropolitano de São Paulo	113
CONSIDERAÇÕES FINAIS	132
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	141

Gráficos

Gráfico 1 – Ocupação Hoteleira na Cidade de São Paulo – 2006-2007 Base Comparável (%) _____	10
Gráfico 2 – Crescimento do Turismo de Negócios no Brasil _____	25
Gráfico 3 - Número de Eventos, Segundo as Regiões Brasileiras _____	32

Tabelas

Tabela 1 - Movimentação ¹ de Pessoal nos Setores de Atividade - Brasil (2000-2006) _____	12
Tabela 2 - Distribuição dos Ocupados, por Setor de Atividade Econômica do Trabalho Principal no Município de São Paulo 2000-2004 (%) _____	12
Tabela 3 – Situação da Oferta Turística na Cidade de São Paulo _____	17
Tabela 4 - Composição dos Turistas Internacionais que Visitam São Paulo _____	24
Tabela 5 - Motivo da Viagem ao Brasil _____	24
Tabela 6 – Objetivo da Viagem dos Turistas Estrangeiros à São Paulo _____	25
Tabela 7 - Tipos de Eventos Realizados em São Paulo e seu Percentual de Participação (2005) _____	26
Tabela 8 - Espaços para Feiras de Negócios na Cidade de São Paulo com mais de 20.000 M ² _____	27
Tabela 9 - Gasto dos Participantes de Eventos no Brasil _____	46

Figuras

Figura 1 – Parque Anhembi – Ala Oeste (Sambódromo e Arena Skol) _____	67
Figura 2 – Parque Anhembi – Ala Leste (Centro de Convenções, Hotel Holiday Inn. e Pavilhão de Exposições) _____	67
Figura 3 - Vista Panorâmica do Parque Anhembi às margens do rio Tietê _____	71
Figura 4 - Vista Panorâmica do Parque Anhembi : ao Fundo o Bairro da Casa Verde _____	71
Figura 5 - À frente a Arena Skol e ao fundo o Sambódromo _____	72
Figura 6 - Pólo Cultural e Esportivo Grande Otelo (Sambódromo) _____	72
Figura 7 - Hotel Holiday Inn _____	72
Figura 8 – Imagem de Satélite da Área Onde se Situa o Centro de Exposições Imigrantes _____	77

Figura 9 - Vista Aérea do centro de Exposições Imigrantes _____	77
Figura 10 - Vista Panorâmica do Centro de Exposições Imigrantes (ao fundo o Parque Estadual das Fontes do Ipiranga) _____	78
Figura 11 – Vista Aérea do Centro de Exposições Imigrantes _____	84
Figura 12 – Imagem de Satélite Centro de Exposições Imigrantes _____	84

Mapas

Mapa 1 - Distritos e Regiões do Município de São Paulo _____	14
Mapa 2 - Distribuição Equipamentos Culturais, Segundo Função - 2006 _____	16
Mapa 3 - Oferta e Diversidade de Equipamentos Culturais – 2006 _____	16
Mapa 4 - Distribuição Espacial dos Equipamentos Culturais na Cidade de São Paulo _____	18
Mapa 5 - Espacialização dos Grandes Recintos de Exposições em São Paulo _____	28
Mapa 6 - Distribuição Espacial dos Grandes Espaços de Eventos no Município de São Paulo _____	29
Mapa 7 - Planta das Áreas Adjacentes ao Parque Anhembi _____	52
Mapa 8 - Uso e Ocupação do Solo - Santana/Tucuruvi _____	57
Mapa 9 - Uso e Ocupação do Solo - Casa Verde/Cachoeirinha _____	58
Mapa 10 - Uso e Ocupação do Solo - Jabaquara _____	75
Mapa 11 – Estrutura Viária da Grande São Paulo _____	80
Mapa 12 – Áreas Administrativas nos Arredores do Centro de Exposições Imigrantes _____	84
Mapa 13 - Distribuição dos Hotéis e dos Flats pelo Tecido Urbano de São Paulo _____	99
Mapa 14 - Distribuição dos Hotéis em Operação e em Desenvolvimento _____	100
Mapa 15 - Representação Esquemática do Parque Anhembi e a Disposição da Hotelaria no seu Entorno _____	102
Mapa 16 – Renda Média por Área e Distribuição dos Hotéis _____	104
Mapa 17 - Distribuição dos Hotéis até 1950 _____	106
Mapa 18 - Distribuição dos Hotéis entre 1950-1960 _____	107
Mapa 19 - Distribuição dos Hotéis entre 1960-1970 _____	108
Mapa 20 - Distribuição dos Hotéis entre 1970-1980 _____	109
Mapa 21 - Distribuição dos Hotéis entre 1990-2000 _____	110

Lista de Siglas

ABAV - Associação Brasileira de Agências de Viagens
ABEOC - Associação Brasileira de Empresas de Eventos
ABIH - Associação Brasileira de Indústria Hoteleira
ABRACCEF - Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras
ADTP - Agência de Desenvolvimento Tietê Paraná
BM&F - Bolsa de Mercadorias & Futuros
Bovespa - Bolsa de Valores de São Paulo
CEI - Centro de Exposições Imigrantes
CEPAL - Comissão Econômica para América Latina e Caribe
CIFS - Centro Interamericano de Feiras e Salões S.A
CNAGA - Companhia Nacional de Armazéns Gerais Alfandegários
CNTur - Conselho Nacional do Turismo
COMBRATUR - Comissão Brasileira de Turismo
DERSA - Desenvolvimento Rodoviário S.A
DIEESE - Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos
DIPRO - Departamento de Estatística e Produção de Informação

DPH - Departamento do Patrimônio Histórico da Cidade de São Paulo
EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo
EMURB - Empresa Municipal de Urbanização
FBC&VB - Federação Brasileira de Convention & Visitors Bureau
FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas econômicas

FOHB - Fórum do Operadores Hoteleiros do Brasil
HIA – Hotel Investment Advisors
ICCA - International Congress and Convention Association
PEFI - Parque Estadual das Fontes do Ipiranga
PPP - Parceria Público Privada
SASP - Sindicato dos Arquitetos de São Paulo
SCP - Sociedades em Conta de Participação
SEADE - Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio à Empresa
SEHAB - Secretaria Municipal de Habitação e Desenvolvimento Urbano

SEMPPLA - Secretaria Municipal de Planejamento

SPCVB - São Paulo Convention & Visitors Bureau

SPTuris – São Paulo Turismo

SUDAM – Superintendência da Amazônia

SUDECO – Superintendência da Região Centro Oeste

SUDENE – Superintendência da Região Nordeste

UBRAFE - União Brasileira de Feiras

UH's – Unidades Habitacionais

Introdução

Perante a trama de relações que se faz presente na São Paulo contemporânea, tomei como objeto de estudo os eventos/feiras de negócios na sua relação com a (re)produção do espaço urbano da cidade. Embora focalize fragmentos do espaço, isto não nega sua totalidade, a qual se propõe a analisar sob os níveis da realidade: *econômica, política e social*.

Por esta leitura da realidade procura-se capturar o movimento entre o *Urbano, o Espaço e o Estado*, sendo este último o sujeito total, o mediador entre todos os processos. E como Estado e Mercado não são os pólos de uma relação dual, compreender as imbricações que os envolvem e a conjuntura histórica em que se intensificou o processo de produção do espaço que circunda o Parque Anhembi (Zona Norte) e o Centro de Exposições Imigrantes (Zona Sul) - via políticas públicas e/ou investimentos privados - pode ser revelador das táticas-estratégias dos agentes que atuam nesses fragmentos do espaço, possibilitando compreender como se dá a inserção dos mesmos na totalidade da cidade.

No plano do **espaço físico**, a materialidade surgida pelas obras do Estado ou pelo investimento privado, tornada visível na morfologia da cidade, se apresenta como induzida e indutora de novos processos que vão impactar a *forma, a estrutura e a função* do espaço como um todo, em um movimento de transformação contínua (dir-se-ia até autofágico).

A análise empreendida parte da premissa de que mediante o mundo da mercadoria, o pensamento economicista circunscreve a tudo e a todos, legitimando ações dos agentes de mercado e do Estado (em suas inúmeras instituições).

Compondo o plano de análise sobre o processo de (re)produção do espaço da metrópole, são considerados a *representação do espaço, o espaço de representação e a prática social*, elementos que orientam o desenvolvimento da pesquisa .

A representação se impõe como dado importante à análise do espaço urbano hoje. O conceito, o consenso que se produz sobre a cidade ou fragmentos dela são induzidos e ao mesmo tempo indutores de estruturas, ritmos e de uma materialidade que se expressa nesse *espaço capitalista*¹, potencializando ainda mais a representação desse espaço, que por sua vez atrai novos investimentos, em um *ciclo de reprodução ampliada do capital*. Fruto de uma relação conflitual, esse espaço capitalístico aprofunda o fosso entre dominantes e dominados, que se projeta na “cidade miragem”, onde a maneira posta para superação dessas contradições pode (e deve) ser vislumbrada pela prática social, ainda que o avançar neste horizonte seja muito árduo. Um projeto utópico, mas necessário.

No **plano do espaço social**, que tem sua realização através do vivido, da prática, vislumbra-se uma vida cotidiana desprendida da racionalidade imposta pelo plano do capital que se realiza no tempo-espaço da vida. Emerge no debate a idéia de turismo, por muito tempo associado ao lazer e/ou descanso; uma prática social na qual o indivíduo busca experienciar lugares diferentes, relacionar-se com outras pessoas, enfim, deixar a repetição do seu dia-a-dia. Mas essa maneira quase ingênua de pensar é rechaçada por teorias de base marxista, bem como pela releitura do pensamento marxista feita por Lefebvre (que soma ao debate Hegel e Nietzsche), que vêem o turismo como cooptado pelo capitalismo e como uma das cisões da vida cotidiana. Nessas cisões promoveu-se a alienação que se realiza na *cotidianeidade*, como um prolongamento da alienação que se manifesta na produção. Segundo Lefebvre, o conceito de alienação alargou-se ocupando a vida cotidiana, modificando as relações sociais que eram externas à produção. Deste ponto de vista, deverá existir algum espaço social de fuga ou de resistência, que disfarçadamente, terá seu lugar em uma vida que aparece seqüestrada, distanciada de seus direitos mais simples. O lazer, tornado uma prática turística, aparece assim como o não cotidiano dentro do cotidiano, sendo cooptado pelos desígnios econômicos.

¹ LEFEBVRE, H. *Tomo V – L’espace et l’État* In. **De l’État**. Paris: Union Générale d’Éditions, 1978. Tradução de José Augusto Martins Pessoa.

Quanto ao turismo de eventos/negócios, também denominado corporativo, a ilusão adquire outra qualidade, pois o indivíduo que está a trabalho no lugar pode, nos poucos momentos livres, entregar-se ao consumo do que a cidade lhe oferece. E é justamente por esta qualidade de *usuário* que os vários agentes produtores do espaço urbano apontam o turismo como um dado importante da reprodução do capital.

Soja (1993, p.147-148) alerta para a dificuldade em se definir as interligações entre os espaços físico, mental e social e acrescenta o perigo de autonomizá-los em investigações independentes. O caminho é sinuoso e o próprio debate histórico, no âmbito da teoria social contemporânea, tem sido monopolizado pelo dualismo físico-mental, quase excluindo o espaço social. Para o autor (ibidem), “A afirmação da espacialidade (social) despedaça o dualismo tradicional e obriga a uma grande reinterpretação da materialidade do espaço, do tempo e do ser, nexos construtivos da teoria social.”

Conforme Carlos (2001), o espaço como dimensão material da realidade social é produto e condição de reprodução da sociedade. E os agentes produtores do espaço projetam suas intenções neste via empreendimentos imobiliários e/ou obras que impactam na estrutura urbana em pontos fragmentados da cidade. E o Estado é um importante mediador neste processo. Uma abstração que se realiza no espaço pela concretude das políticas públicas (embora nem todas as políticas públicas apresentem concretude no espaço, situando-se no plano mental, das normatizações etc.), políticas que atendem a um projeto político, que no centro da atual crise da cidade, apresenta mascarado o seu real significado. Um projeto político que dissimula as estratégias do capital (mediante os agentes econômicos) e resulta na construção de um espaço cada vez mais fragmentado, hierarquizado e excludente.

Em São Paulo são promovidos, segundo dados do São Paulo *Convention & Visitors Bureau* (2005), aproximadamente 90 mil eventos ao ano (diferenciados em público alvo e magnitudes), atraindo por volta de 16 milhões de visitantes. Números que saltam aos olhos dos agentes econômicos, os quais vislumbram grandes lucros. A representação criada sobre a cidade coopera para tal,

e a coloca em vantagem hierárquica perante outras cidades, captando e orientando espacialmente os investimentos.

Seguindo os desígnios do capital, a cidade tem seu espaço físico constantemente preparado e dotado de equipamentos que reforcem sua imagem, especialmente a de “cidade global” (propalada pelos agentes que se valem dessa representação).

Contando com espaços de eventos muito diversificados em características e tamanhos, a cidade possui 6 grandes recintos, com áreas superiores a 20.000 m²: São eles: Parque Anhembi, Expo Center Norte, Centro de Exposições Imigrantes, ITM Expo Feiras e Convenções, Pavilhão Cicillo Matarazzo (Pavilhão Bienal), Transamérica Expo Center.

Delimitar o objeto de pesquisa é uma escolha difícil, mas partindo da idéia que as partes não formam o todo, mas sim o contém, expressando a totalidade em movimento, decidiu-se analisar os três maiores e mais importantes espaços de eventos da cidade (Parque Anhembi, Expo Center Norte e Centro de Exposições Imigrantes) na sua relação com o processo de (re)produção do espaço urbano da metrópole. Entretanto, no decorrer da pesquisa, os agentes responsáveis pela administração do Expo Center Norte – intitulado “Cidade Center Norte” recusaram-se a ceder qualquer tipo de informação ou dados sobre o mesmo, desconfiança que demonstra uma competitividade acirrada perante os outros recintos. Assim, a pesquisa transcorreu focando os outros dois maiores espaços em número de eventos e magnitude: um na Zona Norte (Parque Anhembi) e outro na Zona Sul (Centro de Exposições Imigrantes). Para esta definição utilizou-se como critérios básicos: a localização destes, as características locais (seu entorno) e também o contexto em que surgiram. O primeiro tem uma relação intrínseca com o processo de industrialização do país e de São Paulo, especificamente, e o segundo, com as características de um país agro-exportador, visto que fora construído para a realização de feiras agropecuárias somente, passando no correr das décadas a incorporar outros usos e funções, especialmente pela competitividade entre os recintos e a demanda atual.

Ao estudar os grandes espaços de feiras/eventos de negócios na relação com a cidade de São Paulo, partimos do processo de industrialização e de sua desconcentração do espaço urbano da cidade. Uma forma de situar o nascimento das feiras industriais, concebidas com a proposta de garantir no mercado a aceitação dos produtos expostos, assim como fazer a intermediação entre as escalas global e local, divulgando e trazendo ao país inovações produzidas em outras nações. Estas feiras foram importantes para reforçar as marcas da indústria nacional, ampliando os negócios e contribuindo para inserir o Brasil no mercado mundial (realizando o plano do capital em meio à mundialidade). Portanto, regressar às décadas de 1950, 1960 e 1970 não compreende uma simples história cronológica, mas sim um caminho metodológico que fornece fundamentos sobre a inserção do Brasil industrial no mercado global.

O conceito de feira não nasceu na década de 1950, mas a criação do Parque Anhembi é representativa de transformações importantes pelas quais passava a economia brasileira. Além disso, teve efeito importante sobre a produção do espaço da região Norte da cidade. Do mesmo modo, o Centro de Exposições Imigrantes – CEI foi também relevante para o processo de produção do espaço na região Sul da cidade, dinamizando a área, abrindo caminho para novos investimentos nesta. E seu nascimento, diferente do Parque Anhembi, esteve fortemente ligado ao setor agropecuário. Mas pela conjuntura histórica, o atual momento vivido pelas cidades, o apelo do mercado impulsionou sua mutabilidade.

Assim, propõe-se analisar e refletir sobre o lugar dos grandes espaços de eventos/feiras de negócios (Parque Anhembi e Centro de Exposições Imigrantes) na sua relação com (re)produção do espaço da metrópole. E neste horizonte, pensar criticamente sobre a sua mediação com o atual projeto político para a cidade, que sem querer ser generalista, aponta para um espaço vislumbrado como mercadoria ou mesmo como condição e meio à reprodução do capital.

Como procedimentos da pesquisa buscou-se: verificar a origem desses recintos de exposições; discutir a (re)produção do espaço na sua relação com os eventos e/ou feiras de negócios na cidade de São Paulo; analisar os grandes espaços de eventos e seu lugar na (re)produção do espaço urbano; relacionar a teoria da (re)produção do espaço nas ações e transformações

impulsionadas pelas grandes estruturas de eventos e/ou feiras de negócios; e, por fim, analisar como as diversas políticas públicas são induzidas/indutoras de uma reorganização espacial promovida pelos grandes eventos e/ou feiras de negócios na metrópole de São Paulo.

A proposição dessa pesquisa, mais que uma exigência à titulação de mestre, transcorreu de uma vontade particular em compreender a dinâmica de produção/reprodução do espaço urbano da cidade de São Paulo associado à indubitável característica desta como destino de eventos e de negócios.

1. São Paulo – destino de eventos/feiras de negócios

Quando estamos na cidade, divertimo-nos. Quando estamos no campo, divertimos outras pessoas. É muito tedioso.

[Oscar Wilde - A importância de ser prudente, 1895]

São Paulo é nacionalmente conhecida como a “capital do trabalho” e é desta sua característica que se abstrai a explicação para um dos mais importantes segmentos do turismo na metrópole, ou seja, o chamado turismo de negócios (Cruz, 2005, p.04). Essa premissa orienta a análise proposta e coloca grande importância na discussão por situar o turismo entre as principais atividades impactantes do processo de (re)produção do espaço da metrópole, e ainda por estabelecer uma relação intrínseca entre as estratégias dos agentes de mercado e a atuação do Estado, o qual se manifesta desigualmente em diferentes porções do território, dotando-as de serviços e infra-estruturas que materializam sua ação. Uma marca importante da cidade é reforçada pelo número de eventos, feiras de negócios e congêneres, a exemplo: pequenas reuniões, convenções, grandes exposições, congressos, seminários temáticos, feiras nacionais e internacionais. Eventos como: Carnaval, Grande Prêmio de Fórmula 1, Mostra Internacional de Cinema, o Tim Festival, a Semana Internacional de Moda, entre outros.

Em São Paulo, o calendário anual de eventos é extenso e diversificado, com eventos técnicos, científicos, culturais, religiosos, com diferentes fins, seja mercadológico ou de entretenimento. Todavia, adjetivar São Paulo como a “cidade dos negócios”, não se mostra equivocado, pois no seu espaço urbano está presente o comando de muitas empresas, onde grandes transações de capital são realizadas todos os dias e, por onde circulam enormes fluxos receptivos, características que requerem estruturas e equipamentos. Esta orientação da metrópole sugere uma *representação do espaço* forte o bastante para direcionar investimentos de um setor ao outro, especialmente para o terciário, que passa a se sobrepor aos demais. É justamente por este fato, que os planos político, econômico e social se relacionam de maneira a produzir e reproduzir os *espaços de representação* que convirjam com esta realidade.

No plano da política, reconhecendo o peso dos eventos/feiras de negócios no fomento das atividades econômicas do país, capitaneando investimentos internacionais e ampliando o fluxo turístico, a Embratur, em consonância com o Ministério do Turismo, estabeleceu desde maio de 2004, um acordo de cooperação técnica com a Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), tendo como objetivo apoiar a divulgação no exterior de eventos internacionais já captados para o Brasil, que se enquadrem nos critérios da ICCA (*International Congress and Convention Association*). Neste acordo, a ABEOC avalia projetos conforme seu potencial gerador de negócios e os encaminha para o convênio a ser firmado entre a Embratur e a entidade de classe realizadora do evento. Os projetos aprovados recebem 35 mil reais, sendo que, como todo convênio, é exigida uma contrapartida mínima de 10%, que fica sob a responsabilidade do conveniado. Esta política enaltece a consonância das ações entre o poder público e a iniciativa privada para fortalecer a imagem do Brasil no exterior e por consequência, atrair mais investimentos.

Os eventos/feiras de negócios estão intimamente ligados à lógica do mercado, aos desígnios do econômico, o que não significa extrair desse jogo a dimensão do político, das ações do Estado, o sujeito total, que impõe limites e possibilidades, que coordena e dá suporte ao mercado. Nesta trama de relações, segundo Lefebvre (1978, p. 02), o Estado busca resolver o “[...] caos das relações entre os indivíduos, os grupos, as frações de classes e as classes, ele tende a impor uma racionalidade, a sua, que tem o espaço por instrumento privilegiado.” Conforme o mesmo autor, o Estado tende a controlar os *fluxos* e os *estoques*, o que nos termos de Milton Santos conceitua-se como fluxos e fixos no espaço.

Conforme dados disponibilizados pela Anhembi Turismo e a São Paulo *Convention & Visitors Bureau* (SPCVB), as feiras de negócios movimentaram, no ano 2000, cerca de 2,6 bilhões de reais e foram responsáveis por 60% da ocupação da rede hoteleira. Já em 2002, incorporadas às atividades econômicas de São Paulo, atraíram mais de 4,2 milhões de visitantes do Brasil e do exterior. Esses números só cresceram no decorrer dos anos, exigindo (conforme teorizam Carlos; Vainer; Harvey; Castells; Borja...) “preparar a cidade” para a ampliação dos negócios

e ainda atender bem aos visitantes, requerendo do poder público uma governança urbana que dê suporte a isso, um “neodirigismo” com *status* empresarial.

A capital paulista recebeu em 2006, segundo dados do SPCVB (2007), 10 milhões de visitantes. Destes, 73,5% desembarcaram na cidade a negócios, gerando uma receita de R\$ 8 bilhões. O SPCVB pretende, até 2010, elevar para 15 milhões o número de visitantes. Em 2006, o SPCVB apoiou a captação de mais de 100 eventos nacionais e internacionais, contra apenas 15 em 2004. O número de visitantes no período de 2006 chegou a mais de 590 mil. Os agentes que promovem a venda da cidade (instituições públicas, privadas, de economia mista - SPTuris, SPCVB, o empresariado em geral) planejam e desenvolvem estratégias para que este ano São Paulo salte para o “Top 20” no *ranking* da ICCA, entidade mundial que classifica os principais destinos para sediar eventos, conforme informações da SPCVB².

Segundo dados disponibilizados pela União Brasileira de Feiras (UBRAFE)³, as feiras de negócios brasileiras, sob a liderança desta instituição, cresceram 300% de 1992 a 2006, e consolidaram-se como os maiores e mais importantes encontros comerciais do Brasil para empresas de todos os portes: grandes, médias, pequenas e micro. Em 1992, eram 38 feiras de negócios associadas em uma área locada de 500 mil m². Em 2007, foram 125 feiras de negócios locadas em mais de 2 milhões de m².

Pesquisa realizada pela revista América Economia mostrou que 23,3% dos 500 executivos consultados de 11 países das Américas Central e do Sul, apontaram São Paulo como a melhor cidade para se fazer negócios na América Latina. Em seguida, vieram Cidade do México, com 12,9%, e Santiago do Chile, com 12,4%. Com a globalização, São Paulo firmou-se como o grande centro de negócios tanto do Brasil como da América Latina. Essa primazia tem uma explicação, pois a nova ordem econômica estabeleceu rotas de negócios globais que se estendem pelos países e seus grandes centros, os quais se capacitam a abrigar o conjunto das estratégias e se relacionam com outros grandes centros do mundo.

² Capturado no site: <http://www.visitesaopaulo.com/pdf/spcvb-portfolio.pdf> em 15/02/2008.

³ Capturado no site: <http://www.ubrafe.com.br> em 14/02/2008.

A mudança do perfil da cidade, aqui entendida também a Região Metropolitana, com a saída de indústrias e a expansão do setor de serviços, não arrefeceu o ímpeto de crescimento do turismo de negócios. Ao contrário, devido ao potencial local, o impulsionou.

Conforme informações da ADTP⁴ (Agência de Desenvolvimento Tietê Paraná) permanecem em São Paulo as atividades de maior valor agregado como consultorias especializadas e o mercado financeiro. Neste campo, inclusive, destacam-se os bancos nacionais e estrangeiros, quase todos com sede em São Paulo, e o bom movimento da Bolsa de Mercadorias & Futuros (BM&F), a sexta do mundo em volume de contratos negociados, com lances médios diários de US\$ 1,8 bilhão. Isso sem contar a Bolsa de Valores (Bovespa), uma das maiores da América Latina.

O fato de o poder de decisão concentrar-se na capital, principalmente na área comercial, onde os contatos pessoais continuam imprescindíveis, fez com que as empresas continuassem canalizando para a cidade parte dos seus investimentos, fornecendo importantes recursos para patrocínio, apoio, exposição ou apenas audiência em eventos paulistas, além, é claro, dos gastos de estadia e viagens de seus executivos e técnicos.

Para Simone Saccoman, presidente da ABEOC⁵, a estimativa de crescimento para o setor de turismo de negócios e eventos no Brasil é de 7% a 10% para 2008. Na especificidade de São Paulo, o crescimento do turismo de negócios tem sido em torno de 6% ao ano (dados da SPCVB), com isso os hotéis estão se movimentando para dar apoio logístico para as promotoras que alugam seus espaços e para os visitantes dos eventos. Esse setor, envolvendo locação de espaços e hospedagem, já em 1999 respondia por 45% do faturamento dos hotéis, que naquele ano atingiu R\$ 270 milhões. O turista de eventos e negócios é o sustentáculo de toda a cadeia de turismo da capital paulista. Nas “grandes redes” de

⁴ A Agência de Desenvolvimento Tietê Paraná (ADTP) - organização privada na qual as suas ações estão orientadas para identificar, criar e mapear oportunidades de negócios, mercados e regiões emergentes, bem como para assessorar futuros empreendimentos. Informações capturadas do site: <http://www.adtp.org.br/artigo> em 20/02/2008.

⁵ Associação Brasileira de Empresas de Eventos. Acesso pelo site: <http://www.abeoc.org.br>

hotéis a taxa de ocupação durante a semana chega a 80%, enquanto nos finais de semana não passa de 40%, segundo informações da ADTP.

Conforme dados apresentados em 2006 pela empresa de consultoria HIA⁶, o segmento de preço médio (hotéis de categoria econômica – 3 estrelas) tem se expandido pela cidade de São Paulo. As regiões Sul e Sudoeste têm demonstrado maior importância para a efetivação de novos empreendimentos. Jardins e Berrini, por exemplo, vêm obtendo boa performance, enquanto os bairros Moema e Chácara Santo Antônio vêm sofrendo com o excesso de hotéis, demonstrando vacância. A ocupação média no parque hoteleiro da cidade em 2005 foi de cerca de 53%, com poucos hotéis operando com 60% a 70% de ocupação e havendo também hotéis com taxa ocupacional beirando de 35% a 45%. Desta forma explicita-se que as taxas ocupacionais de uma mesma categoria hoteleira podem apresentar divergências quanto a sua distribuição espacial, havendo áreas com elevada ocupação e outras não. Isso explica as diferenças nos dados apresentados por organismos diversos.

Obs.: A pesquisa da FOHB apresentou dados de 2007 somente de jan-ago.

Fonte: Estatística do Fórum dos Operadores Hoteleiros do Brasil - FOHB (2007) - capturado do site: <http://www.fohb.com.br/>

Adaptação: Fábio C. Braz (2008)

A grande metrópole industrial brasileira tem assumido uma preponderante orientação para o desenvolvimento do setor terciário, trazendo consigo uma nova lógica para a reprodução do capital e a reprodução da vida. Mas esta característica não é apenas revelada por São Paulo, pois se mostra como

⁶ HIA – Hotel Investment Advisors. Capturado no site: <http://www.hia.com.br/artigos> em maio de 2008.

tendência para muitas cidades. É o que apresentam dados do DIEESE⁷ (anuário 2007) nas tabelas que seguem:

Tabela 1 - Movimentação¹ de Pessoal nos Setores de Atividade - Brasil (2000-2006)

Setores de atividade	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Extrativa mineral	3.394	2.451	5.583	6.605	10.337	9.530	12.052
Indústria de transformação	194.624	103.822	161.170	128.791	504.610	177.548	250.239
Serviços industriais de utilidade pública	-15.819	1.540	5.277	3.147	4.566	13.533	7.369
Construção civil	-3.471	-33.404	-29.425	-48.155	50.763	85.053	85.796
Comércio	178.446	209.805	283.261	225.908	403.940	389.815	336.794
Serviços	290.974	310.962	285.797	260.285	470.123	569.705	521.609
Administração pública	2.042	11.774	10.204	9.830	-382	21.599	8.253
Agropecuária, extrativa vegetal, caça e pesca	3.323	-17.128	40.579	58.198	79.274	-12.878	6.574
Outros	6.747	1.257	-32	824	45	76	-
TOTAL	660.260	591.079	762.414	645.433	1.523.276	1.253.981	1.228.686

Nota: (1) Saldo entre admitidos e desligados

Obs.: Dados referentes aos trabalhadores com vínculo empregatício com base na CLT

Fonte: MTE. Caged

Elaboração: DIEESE (Anuário 2007)

Adaptação: Fábio C. Braz (2008)

Analisando da tabela acima, observa-se que entre 2000 e 2006 a ocupação no setor de serviços manteve expressivo crescimento no país, mesmo sofrendo algumas flutuações. Somados o comércio, os serviços e a administração pública, na coluna do ano de 2006, setores de atividade compreendidos como o terciário, tem-se um total absoluto de 866.656 do pessoal ocupado, 70,5 % no universo de 1.228.686 do total que engloba todos os setores de atividades.

Tabela 2 - Distribuição dos Ocupados, por Setor de Atividade Econômica do Trabalho Principal no Município de São Paulo 2000-2004 (%)

Anos	Indústria	Construção Civil	Comércio	Serviços Domésticos	Serviços	Outros	Total
2000	17,8	2,1	15,6	8,4	55,6	0,5	100,0
2001	17,7	2,3	16,4	8,0	55,0	0,6	100,0
2002	17,6	2,3	16,2	8,3	55,0	0,6	100,0
2003	16,7	2,2	16,2	8,7	55,8	0,4	100,0
2004 (Jan. a Maio)	16,4	2,0	16,7	8,3	56,4	(1) -	100,0

(1) A amostra não comporta a desagregação para esta categoria.

Nota: Esta desagregação de Ramo de Atividade Econômica só é possível a partir de fevereiro de 1988.

Fonte: SEP. Convênio Seade-Dieese. Pesquisa de Emprego e Desemprego - PED. (capturado no <http://www.seade.gov.br> em fev. de 2008)

Adaptação: Fábio C. Braz (2008)

⁷ Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (capturado no <http://www.dieese.org.br/anu/anuario2007.pdf> em fev. de 2007)

Já em 2000, no município de São Paulo, segundo dados oficiais do SEADE⁸-DIEESE, dos empregos formais gerados, 55,6 % estavam no setor serviços (isso excluindo os serviços domésticos). O comércio, por sua vez, gerou, naquele ano, 15,6% dos empregos formais e a indústria de transformação 17,8%. Os dados da pesquisa para os primeiros meses de 2004 sugerem um crescimento do pessoal ocupado no setor de serviços, enquanto a indústria sofreu uma pequena queda. Já o comércio manteve-se estável, com ligeiro aumento.

Para o caso da região metropolitana de São Paulo, dos setores de atividade, o que mais gerou empregos em 2007, segundo dados da Pesquisa de Emprego e Desemprego (PED), divulgada em 30/01/2008 pela SEADE – DIEESE, foi o setor de serviços (124 mil), seguido por comércio (74 mil). A indústria teve uma desaceleração de cinco mil empregos. Os dados apontam que o segmento de serviços representa quase metade dos [postos] ocupados na região metropolitana.

Segundo análise da Secretaria de Planejamento sobre a distribuição dessas atividades no território da cidade de São Paulo, a região Leste concentra o maior número de áreas para uso industrial, com 23,8% do total do município, seguida da Norte (12,8%), Sudeste (12,7%), Oeste e Sul, cada uma com cerca de 10% dessa utilização. Já os setores de Serviços e Comércio estão preponderantemente situados no Centro, somando 20,6% dessas atividades no município. As regiões Leste e Sudoeste compartilham o segundo lugar do “*ranking*”, com 13% cada, embora predomine no Leste o comércio e serviços do tipo horizontal, enquanto no Sudoeste a grande concentração é de comércio e serviços vertical, somente superada pela região do Centro. Juntas, as regiões do Centro e Sudoeste somam 64% do total do município no uso para comércio e serviços, caracterizando-as como os grandes pólos geradores de emprego no setor terciário. Observou-se também que entre 1987 e 1997, houve a expansão de um novo pólo de empreendimentos em Serviços e Comércio, situado na região da Avenida Marginal do Rio Pinheiros, entre as pontes Morumbi e Transamérica, na região Sudoeste. (ver mapa 1).

⁸ Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE).

Mapa 1- Distritos e Regiões do Município de São Paulo

Fonte: SEMPLA. Capturado no site: <http://sempla.prefeitura.sp.gov.br>

No tocante à discussão sobre os eventos/feiras de negócios em São Paulo, sua captação e realização, é inquestionável a importância da metrópole paulista no contexto nacional e mesmo internacional para os grandes eventos/feiras, visto as estruturas disponíveis como seu parque hoteleiro (pela hospedagem e espaços para convenções e reuniões oferecidos) e equipamentos de entretenimento/lazer que colocam o espaço urbano da cidade no topo da hierarquia perante as outras cidades brasileiras, especialmente no que se refere ao mundo dos negócios.

As atratividades encontram-se dispersas sobre seu tecido urbano, embora algumas regiões concentrem mais hotéis e equipamentos de lazer e, em outras, grandes estruturas (pavilhão de exposições, centro de convenções...). Algo que o empirismo pode comprovar.

Os mapas que seguem revelam a concentração espacial de equipamentos de entretenimento e lazer nas regiões do Centro e adjacências (aqui compreendido como o Centro Histórico e o Centro Expandido – que chega à Av. Paulista), bem como no vetor Sudoeste da cidade. Nestas regiões concentra-se também a maior parte do parque hoteleiro de São Paulo.

Mapa 2 - Distribuição Equipamentos Culturais, Segundo Função - 2006

Fonte: Departamento de Estatística e Produção de Informação – DIPRO - Secretaria Municipal de Planejamento – SEMPLA.
Adaptação: Fábio C. Braz (2008)

Mapa 3 - Oferta e Diversidade de Equipamentos Culturais – 2006

Fonte: Departamento de Estatística e Produção de Informação – DIPRO - Secretaria Municipal de Planejamento – SEMPLA.
Adaptação: Fábio C. Braz (2008)

A partir de dados apresentados pelo SPCVB (*São Paulo Convention & Visitors Bureau*), elaborou-se a tabela que segue:

Tabela 3 – Situação da Oferta Turística na Cidade de São Paulo

Oferta turística	Quantidade
Restaurantes	12,5 mil
Hotéis	550
Salas de cinema	280
Teatros	120
Museus	71
Shoppings centers	72
Festas populares	41
Áreas de patrimônio	41
Parques	34
Postos de atendimento ao turista	16
Eventos permanentes	13
Casas de espetáculos	9
Parques temáticos	4

Fonte: <http://www.visitesaopaulo.com/acidade> - Plano de Marketing Turístico da Cidade de São Paulo -

Organização: por Fabio C. Braz (2008)

A gastronomia em São Paulo desponta em quantidade de estabelecimentos e destaca-se pela cozinha internacional, colocando-a em situação igualdade com outras grandes cidades do mundo. Há também uma rede hoteleira muito expressiva, que em 2005, segundo o SPCVB, já tinha 50 mil quartos para hospedagem - entre hotéis e *flats*. Em levantamento feito por Braga (2005, p.50), foram considerados 471 meios de hospedagem instalados na cidade de São Paulo, entre hotéis, *flats* e albergues. Um campo propício para investimentos de capitais no segmento (aspecto bem conhecido pelos agentes econômicos). São Paulo apresenta um parque hoteleiro repleto de bandeiras internacionais como: *Marriott (EUA)*, *Accor (França)*, *Choice Atlantic (EUA)*, *Bass (EUA)*, *Cendant (EUA)* entre outros grupos. Todavia, foi observado pela autora, que aproximadamente a metade dos empreendimentos hoteleiros da cidade são simples, considerados como uma estrela (49,7%), em sua maioria negócios familiares. Entretanto, o número de UH's⁹ dos hotéis de 3 e 4 estrelas destaca-se em quantidade, pois constituem grandes empreendimentos que apresentam maior oferta de apartamentos.

⁹ UH's – Unidades Habitacionais, que segundo normativa n.º 429 da EMBRATUR corresponde: “espaço que compreende as áreas principais de circulação comuns do estabelecimento destinado à utilização pelo hóspede, para bem estar, higiene e repouso.”

Vale lembrar que o entretenimento em São Paulo, muito variado, mostra-se permissível apenas a uma parcela da população solvável. Desses entretenimentos, observa-se uma concentração em áreas mais centrais. Essa distribuição espacial pode ser observada na planta abaixo.

Mapa 4 - Distribuição Espacial dos Equipamentos Culturais na Cidade de São Paulo

*Estão pontuados na planta os endereços correspondentes aos 201 programas de interesse cultural e de lazer para se fazer em São Paulo e que aparecem como sugestão aos paulistanos e aos visitantes no estudo elaborado pela prefeitura.

Fonte: Departamento de Estatística e Produção de Informação – DIPRO - Secretaria Municipal de Planejamento – SEMPLA. Adaptação: Fábio C. Braz (2008)

Conforme Braga (2005, p.40-48), ao apresentar a concentração de atrativos (compreendidos como equipamentos de lazer e entretenimento) na cidade, tem-se a seguinte seqüência em ordem decrescente (ver mapa 4).

Região Oeste, com uma área de 128km² compreendida pelos distritos: Alto de Pinheiros, Barra Funda, Butantã, Itaim Bibi, Jaguará, Jaguaré, Jardim Paulista, Lapa, Morumbi, Perdizes, Rio Pequeno, Vila Leopoldina, Pinheiros, Raposo Tavares e Vila Sônia. Região esta onde destacam-se as manifestações e usos populares (como os encontros nas ruas), com significativa participação da gastronomia, assim como a concentração de bares e casas noturnas. Há também os mais tradicionais *shoppings centers*, como Eldorado, Iguatemi e Morumbi.

Região Central, com uma área 26 km², é a segunda em concentração de atrativos, com predomínio dos históricos-culturais. Nesta região há muitos monumentos de valor histórico, museus e espaços religiosos. Sedia também um grande número de acontecimentos programados, como teatros e cinemas. Completam a região os inúmeros bares, restaurantes, casas noturnas e obras de valor arquitetônico. Composta pelos distritos: Bela Vista, Bom Retiro, Cambuci, Consolação, Liberdade, República, Santa Cecília e Sé. Segundo dados do SEADE, detêm a maior densidade populacional.

Região Sul, maior em área, 733km², composta por 22 distritos, é a terceira em número de atrativos. Sendo mais significativos os bairros de Moema, Campo Belo, Santo Amaro, Vila Mariana. Em quantidade predominam os estabelecimentos comerciais, os restaurantes e os parques, como o Ibirapuera, o Jardim Botânico, o Guarapiranga. Dentre todas as regiões do município esta apresenta o maior número de salas de cinema.

Região Leste, congrega 33 distritos em uma área de 327 km², caracteriza-se por ser a região mais populosa do município, com 37% do total de moradores. Apresenta poucos atrativos, destacando-se acontecimentos programados e alguns monumentos que constituem os atrativos histórico-culturais. Os bares também compõem os entretenimentos da região.

Região Norte, com área de 295km², sendo a região com menor número de atrativos, despontando as salas de cinema, os museus e o destaque para os parques com atrativos naturais, Parque Estadual da Cantareira e do Jaraguá.

A cidade de São Paulo, mantém-se incontestavelmente, em disparada no *ranking* da captação de eventos no país, o que vem de encontro com sua imagem propagandeada pelo Brasil e pelo mundo. Uma representação do espaço que orienta o destino de eventos de negócios entre outros.

As ações dos agentes da iniciativa privada, em consonância com o Estado, têm demonstrado eficiência na venda da cidade no mercado mundial. Tem-se produzido um *slogan* que ressoa fetichizando a cidade. Dois exemplos dessa publicidade que corre o mundo foram publicados em 2007 na revista **Travel+Leisure** e no **The New York Times**. A revista **Travel+Leisure**¹⁰, uma das mais conceituadas publicações mundiais de Viagens de Turismo, sugere que “São Paulo passa de capital cultural da América Latina a capital mundial pela diversidade de culturas, sabores e ritmos.”

[...] São Paulo is closer to being a world capital than a Latin American one, thanks to the cross-pollination of cultures and lifestyles.

De maneira semelhante, o jornal **The New York Times**¹¹ publicou poucos meses depois uma reportagem intitulada “36 hours in São Paulo”, um giro pela cidade consumindo o que ela oferece de melhor (e mais caro). Ambas as matérias exaltaram a face opulenta da cidade, o luxo, os refinados restaurantes e os belos bairros, criando uma falsa imagem da cidade e “pondo debaixo do tapete”, suas contradições e contrastes.

Pela ênfase da pesquisa sobre os eventos e feiras na cidade, cabe aqui um parêntese no intuito de esclarecer algumas definições. Sobre a definição de “evento”, cita-se a de Meirelles (2003, p.21), que o considera:

¹⁰ Reportagem publicada por Alexandra Marshall em abril de 2007. “High Voltage Brazil - creativity—fashion is hot, food makes headlines, and art charges into new territory”. In **Travel + Leisure**. Capturada no site: <http://www.travelandleisure.com/articles/high-voltage-brazil> em março de 2008.

¹¹ Reportagem publicada por Seth Kugel em outubro de 2007. “36 Hours in São Paulo” In **The New York Times**. Capturada no site: <http://travel.nytimes.com/2007> em março de 2008.

Um instrumento institucional, promocional, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de pessoas físicas, jurídicas, de produtos, serviços, idéias, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia.

Já pelo conceito de Zanella (2004, p.24), “evento” é entendido como:

[...] uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades, realizado em data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos de natureza comercial, esportiva, social, familiar, religiosa, científica etc.

Segundo Zanella (op.cit), “evento” é tido como uma reunião com objetivo, local e tempo programado, envolvendo desde uma reunião familiar ao grande evento profissional, de natureza mercadológica. Todavia, na análise proposta, o foco por-se-á sobre o Parque Anhembi e o Centro de Exposições Imigrantes, que em seus calendários apresentam, majoritariamente, eventos de caráter comercial e/ou técnico-científico. Eventos muito distintos, como: o Salão do automóvel, o Salão Duas Rodas, a Bienal do Livro, a GEOBrasil, o Super Casas Bahia, a UD, Fenit, Couromoda, entre muitos outros.

Partindo do pressuposto de que eventos “[...] são acontecimentos planejados que reúnem pessoas em um determinado espaço e tempo” (Braga, 2005), a primeira consideração a se fazer sobre a espacialidade do chamado “turismo de eventos” é seu aspecto difuso pelo território, conforme aponta Cruz (2005, p.10).

Considerando São Paulo como importante destino de eventos (em geral) e eventos e feiras de negócios, em particular, faz-se uma diferenciação entre esses conceitos. Segundo Alaby (1986, p.15), o conceito de feiras pode ser compreendido como: “[...] o ponto de encontro entre interessados em vender e interessados em comprar”. Por uma visão mais atualizada, há o conceito de Matias (2001, p.66-67), para o qual, as feiras conceituam-se como uma “[...] exibição pública com o objetivo de venda direta ou indireta, constituída de vários estandes montados em lugares especiais onde se colocam produtos e serviços”.

As feiras são hoje relevantes na divulgação de marcas e produtos. Criam desejos e “vendem necessidades” (as quais, muitas vezes, verdadeiramente nem se precisa).

A promoção de eventos e feiras de negócios estabelece íntima relação com a prática turística (mesmo que a maior parte dos visitantes seja do mesmo local), e é desta constatação, que Airtton Pereira Nogueira Junior¹²- explica que para o ano de 2008, intensificar-se-ão as parcerias entre a UBRAFE, o Ministério do Turismo e a EMBRATUR na expectativa de captar grandes eventos e feiras (de nível internacional), além de ampliar o fluxo de visitantes e investidores. Conforme o secretário, a força das feiras mostrará que o país está preparado para a atividade turística.

Segundo a Federação Brasileira de Convention & Visitors Bureau (FBC&VB)¹³, a ICCA, acabou de divulgar a lista de países e cidades que mais receberam eventos internacionais em 2007. O Brasil conquistou o 8º lugar no *ranking* geral. Os dez primeiros países, de acordo com a ICCA, no turismo de negócios são respectivamente: Estados Unidos, Alemanha, Espanha, Reino Unido, França, Itália, Japão, Brasil, Áustria e Canadá. Segundo a pesquisa encomendada pela Embratur à Fundação Getúlio Vargas (FGV), apenas seis eventos trouxeram 8,5 milhões de dólares em divisas para o Brasil, entre setembro de 2007 e janeiro de 2008. Vale ressaltar que deste *ranking* o Brasil é o único país subdesenvolvido.

Em 2007, conforme a mesma instituição, a cidade de São Paulo sediou 61 eventos internacionais, posicionando-se em 23º lugar no *ranking* mundial, e é, pela segunda vez consecutiva, a cidade das Américas que mais recebeu eventos internacionais, ficando à frente de Nova York, Vancouver, Montreal, Chicago e Buenos Aires.

A “indústria de eventos”, como muitos denominam, tem um papel importante no estímulo às micro e pequenas empresas, assim como na re-organização espacial da cidade. Um organizador-promotor de eventos, no seu papel de montagem de um evento, terceiriza, nessa localidade, uma infinidade de itens

¹² Secretário nacional de políticas de turismo do Ministério do Turismo

¹³ Capturado no site: <http://www.fbcvb.com.br/noticias>. Acessado em maio de 2008.

(recepção, decoração, limpeza, segurança, *buffet*, produção de faixas, *banners*, locação de equipamentos audiovisuais, serviços de tradutor e intérprete, serviços gráficos etc.). Por tudo isso, além dos fluxos de pessoas e capital que gera, assume uma posição estratégica dentro das políticas públicas, como também da iniciativa privada. Verifica-se, portanto, conforme Santos (2004a), uma relação de horizontalidade que se insere no projeto político da cidade, pois há uma contigüidade das atividades, uma cooperação entre elas.

A associação entre eventos/feiras de negócios e o turismo interno e externo, salta aos olhos. Há inúmeros exemplos, no mundo, de cidades que competem no mercado internacional e fazem seu *city marketing* com base em grandes feiras, caso de Atlantic City e Chicago (EUA), Milão (Itália), Frankfurt (Alemanha) etc, cujas paisagens urbanas não diferem muito de São Paulo (grandes avenidas, edifícios por todos os lados e gente com ritmo apressado o tempo todo). Todavia, essas cidades são campeãs em recepção de turistas, especialmente no segmento de negócios. Muitos visitantes se entregam ao consumo e à descoberta da cidade, usufruindo o entretenimento e do lazer que estas oferecem. Pensando no retorno econômico que isso vem a trazer, os agentes de mercado e poderes públicos, conjuntamente, produzem “cenários” via prática urbanística, legitimados pelo discurso de uma “cidade global”, de forte apelo simbólico, que remete à atração de investimentos de todos os tipos, conformando o espaço urbano da cidade.

Segundo a fundação SPCVB (2005), “[...] o setor turístico gera, anualmente, cerca de R\$ 70 milhões só em Impostos Sobre Serviços (ISS) para a cidade de São Paulo; e proporciona, por ano, cerca de 500 mil empregos diretos e indiretos”. São Paulo recebe por volta de 16 milhões de turistas por ano – entre os que vêm a negócios e/ou lazer e que se hospedam na rede hoteleira da cidade. Desses, 16,54% são estrangeiros e 83,46% são brasileiros (SPCVB, 2005); sobre o perfil dos turistas estrangeiros, a tabela a seguir destaca a composição dos turistas internacionais.

Tabela 4 - Composição dos Turistas Internacionais que Visitam São Paulo

País de origem	%
Europa	38
EUA e Canadá	30
Mercosul	21
América Latina	7
Ásia	4

Fonte: SPCVB - Plano de Marketing Turístico da Cidade de São Paulo – 2005.

Adaptação: Fabio C. Braz (2008)

Pela tabela apresentada, observa-se uma predominância de turistas europeus, seguida por norte-americanos, especialmente dos EUA e Canadá. Da América Latina, há expressividade dos turistas provenientes dos países membros do Mercosul. Da Ásia, o número percentual ainda permanece pequeno, todavia as relações brasileiras com este continente têm se estreitado economicamente, especialmente com a China, o que pode, tendencialmente, elevar esse número.

São Paulo tem vôos diretos para mais de 25 países pelo Aeroporto Internacional de Cumbica – Guarulhos. Além disso, a cidade está conectada a todas as regiões do país pelos aeroportos de Congonhas e Campo de Marte. O primeiro realiza vôos domésticos e o segundo opera com aviação executiva, táxi aéreo e abriga a maior frota de helicópteros do Brasil.

No caso do turismo internacional, dos motivos da viagem ao Brasil segue uma tabela ilustrativa.

Tabela 5 - Motivo da Viagem ao Brasil

Motivo	2004	2006
Turismo/Lazer	70%	70%
Eventos/congressos/ convenções	6%	12%
Negócios	16%	9%
Visitar amigos/parentes	5%	5%
Estudo/ensino/pesquisa	2%	3%
Religião	1%	1%

Fonte: Embratur/Vox Populi.

(capturado no site: http://institucional.turismo.gov.br/arquivos_open/doc/PLANO_AQUARELA2_SITE em março de 2008

Segundo o Plano de Marketing Turístico Internacional do Brasil (2007-2010)¹⁴, apesar da participação de negócios como uma das motivações do turista para a viagem ao Brasil ter diminuído em 2006, o número absoluto aumentou

¹⁴ Capturado no site:

http://institucional.turismo.gov.br/arquivos_open/doc/PLANO_AQUARELA2_SITE. em fev. de 2008.

no período 2003 a 2005, com um incremento de 484.687 visitantes para realizar atividades de negócios. Este segmento cresceu aproximadamente 28% de 2003 para 2004 e 13% de 2004 para 2005, índices superiores ao crescimento total do turismo no Brasil que foram de cerca de 16% e 12%, respectivamente, para os períodos.

Gráfico 2– Crescimento do Turismo de Negócios no Brasil

Fonte: Embratur / FIPE

(capturado no site: http://institucional.turismo.gov.br/arquivos_open/doc/PLANO_AQUARELA2_SITE em março de 2008)

No que se refere à cidade de São Paulo, o principal objetivo das viagens de turistas estrangeiros são os negócios. É neste sentido que atuam em consonância os agentes de mercado e os gestores/administradores públicos, visando conceber planos de marketing para a cidade “eficiente”, o que significa na prática “vender bem a cidade” para a captação de feiras de negócios e eventos diversos, além de atrair investimentos de toda ordem.

Tabela 6 – Objetivo da Viagem dos Turistas Estrangeiros à São Paulo

Objetivo	%	Absoluto
Negócios	57	4,7 milhões
Lazer	39	3,2 milhões
Outros	4	329 mil

Fonte: SPCVB - Plano de Marketing Turístico da Cidade de São Paulo – 2005.

Adaptação: Fabio C. Braz (2008)

Segundo o SPCVB, “São Paulo é sede de 25% de todos os eventos que acontecem no país” e “[...] tem em média uma feira de negócios a cada três dias (UBRAFE¹⁵)”. Dotada de ampla infra-estrutura, a cidade apresenta grandes pavilhões e centros de convenções espalhados em pontos estratégicos quanto à facilidade de circulação, distância dos aeroportos, rede hoteleira etc. “Das 160

¹⁵ Ubrafe – União Brasileira dos Promotores de Feiras, informações capturadas no site: <http://www.ubrafe.com.br/2007> acessado em 25/01/ 2007

principais feiras que acontecem por ano no Brasil, 140 são realizadas em São Paulo”. Baseado nos levantamentos realizados pelo SPCVB (2005), segue a tabela :

Tabela 7 - Tipos de Eventos Realizados em São Paulo e seu Percentual de Participação (2005)

Tipos de eventos	%
Reuniões	22
Sócio-culturais	21
Convenções	20
Congressos	15
Exposições/leilões	8
Feiras comerciais	8
Esportivos	5
Outros	1

Fonte: SPCVB - Plano de Marketing Turístico da Cidade de São Paulo – 2005.

Adaptação: Fabio C. Braz (2008)

Dados estatísticos compilados pela UBRAFE sobre o balanço de 2006¹⁶ para as feiras de negócios mostram que mais de 31 mil empresas de todos os portes e 5 milhões de visitantes, entre compradores nacionais, estrangeiros, fornecedores, gestores e profissionais de 30 macro-segmentos da indústria marcaram presença nas 122 principais feiras de negócios associadas à UBRAFE em 2006 no país. Participaram das feiras de negócios associadas a esta instituição, conforme dados disponibilizados pela mesma, 45 mil compradores estrangeiros de mais de 60 países.

Segundo a UBRAFE, a cidade de São Paulo representa 75% do mercado de feiras de negócios do país, correspondendo a R\$ 2,8 bilhões de receita ao ano; R\$ 700 milhões em locação de áreas para exposições; R\$ 700 milhões em serviços nos pavilhões e R\$ 1,4 bilhões em viagens, hospedagem, transporte, alimentação entre outros, movimentando 29 mil empresas expositoras.

¹⁶ Capturado no site: <http://www.ubrafe.com.br/2007/portugues/>

Conforme dados da SPTuris¹⁷, São Paulo conta com 400mil m² de espaços para a realização de eventos variados. São cerca de 20 centros de feiras e convenções de grande porte entre outras dezenas de espaços menores. Só o Parque Anhembi tem em torno de 360 mil m². Para atender à demanda por espaços para a realização de feiras e eventos diversos a cidade possui: Parque Anhembi, Expo Center Norte, Centro de Convenções Rebouças, ITM Expo, Pavilhão Ciccillo Matarazzo (Pavilhão Bienal), Frei Caneca Convention Center, Transamérica Expo Center e o Centro de Exposições Imigrantes, além dos espaços destinados a eventos culturais e esportivos e a rede hoteleira. Toda essa estrutura proporciona suporte para atingir o maior mercado consumidor do país e realizar o “plano do capital”, em que as ações dos agentes produtores do espaço urbano visam intencionalmente a reprodução do capital.

Segundo Braga (2005, p.76), diversos novos espaços para feiras e exposições foram criados, nos últimos cinco anos, para atender à demanda crescente, caso do Expo Center Transamérica, o ITM Expo e o Frei Caneca Convention Center. Conforme a autora, São Paulo possui no total mais de 250 mil metros quadrados de áreas destinadas a feiras e exposições – considerando-se apenas os grandes espaços.

Tabela 8 - Espaços para Feiras de Negócios na Cidade de São Paulo com mais de 20.000 M²

Espaço	Área total em m²
Pavilhão de Exposições do Anhembi	75.600
Expo Center Norte	60.596
Centro de Exposições Imigrantes	50.000
ITM Expo Feiras e Convenções	38.000
Pavilhão Ciccillo Matarazzo (Pavilhão Bienal)	30.000
Transamérica Expo Center	22.000

Fonte: Braga, D. (2005, p.76)

Conforme dados apresentados por Braga (2005), entre as estruturas destinadas a grandes eventos em São Paulo, seis apenas oferecem uma área superior a 20.000 m², na seqüência decrescente: Parque Anhembi, Expo Center Norte, Centro de Exposições Imigrantes, ITM Expo Feiras e Convenções, Pavilhão Ciccillo Matarazzo (Pavilhão Bienal), Transamérica Expo Center. (ver mapas 5 e 6)

¹⁷ Capturado no site: <http://www.cidadedesaopaulo.com> em março de 2008.

Para Cruz (2005), “[...] a ocupação antiga das regiões mais centrais da cidade somada ao preço da terra e dificuldades de circulação por automóvel em função do trânsito freqüentemente intenso, indica uma tendência dessas grandes estruturas de localização marginal às áreas centrais da cidade e lindeiras aos seus grandes eixos viários”. Para esses grandes recintos de exposições os fluxos são imprescindíveis, fator que se reforça pela sua localização no espaço urbano da cidade.

Mapa 5 – Espacialização dos Grandes Recintos de Exposições em São Paulo

Fonte: <http://maps.google.com.br/maps/>

Adaptação: Fábio C. Braz (2008)

Mapa 6 – Distribuição Espacial dos Grandes Espaços de Eventos no Município de São Paulo

Fonte: <http://earth.google.com>. Adaptação: Fábio C. Braz (2008)

A UBRAFE estima que as empresas prestadoras de serviços para eventos/feiras movimentaram em 2006 no país cerca de R\$ 3,2 bilhões nas diversas atividades de viabilização e operação das feiras de negócios, como a locação de área para exposições, a montagem dos estandes, a instalação de infra-estrutura nos pavilhões e o transporte de equipamentos e materiais de exposição. Além da recepção e transporte dos participantes das feiras, feito pelas empresas de receptivo turístico que atuam fora dos pavilhões como hotéis, companhias aéreas, agências de viagens, operadores de turismo, entre outros serviços. É importante considerar que grande parte destes eventos/feiras foram realizados no município de São Paulo.

Segundo levantamento realizado pela São Paulo Turismo¹⁸, os centros de convenções em todo o país faturaram mais de R\$173 milhões em 2005, sendo o que apontou pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Centros de

¹⁸ Extraído do site: www.anhembi.com.br

Convenções e Feiras (ABRACCEF) durante o primeiro semestre daquele mesmo ano, junto aos 53 principais centros de convenções e pavilhões de exposições brasileiros. O Parque Anhembi, o maior em metros quadrados e em quantidade e versatilidade de espaços locáveis da América Latina, foi responsável por nada menos do que 30% desse total. Foram 43 grandes eventos entre feiras e congressos e centenas de outros eventos, como shows, pequenas feiras, exposições e reuniões dos mais diversos portes, que garantiram ao Complexo, segundo dados da SPTuris (em dez. de 2006), a visita de mais de 11 milhões de pessoas dos mais diversos pontos do Brasil e do restante do planeta.

Localizado na Zona Norte da cidade, o complexo de eventos do Anhembi dispõe de uma área total de 75.600 m², divididos entre um pavilhão de exposições (57.600m²) e um Palácio de Convenções (com 18.000 m²)¹⁹, dentre outras estruturas, como o Auditório Elis Regina, o Pólo Cultural e Esportivo Grande Otélo (Sambódromo) e a Arena Skol. Próximo do maior terminal rodoviário da América Latina e às margens de uma via expressa interligada a diversas rodovias que conectam São Paulo a todas as regiões do país. Sua localização estratégica somada às dimensões e infra-estruturas faz do Pavilhão do Anhembi o mais importante espaço de eventos da metrópole. O complexo Anhembi foi idealizado em 1958 pelo empresário Caio Alcântara Machado, que formou uma sociedade anônima com o investimento de mais de 2000 empresas.

Não por acaso, o segundo maior hotel da América Latina, com 780 apartamentos, situa-se a seu lado, focado na captura da demanda atraída por este conjunto de estruturas. Mas esse hotel já constava no projeto do Parque Anhembi desde 1968. Por diversos percalços no decorrer da história, o mesmo permaneceu inacabado (em seu esqueleto) por 25 anos, passando a operar somente em 2004, com a marca *Holiday Inn*.

Na zona Norte da cidade localiza-se também, o segundo maior espaço de eventos de São Paulo, *Expo Center Norte*, com uma área total de 60.596 m², distribuídos por cinco pavilhões e alguns auditórios e distante cerca de um quilômetro, em linha reta, do Pavilhão de Exposições do Anhembi, conformando

¹⁹ Cf. Braga (2005).

juntamente com este, uma espécie de “pólo territorial de grandes eventos”, como sugere Cruz (2005).

Na análise da mesma autora (ibidem), a localização privilegiada do *Complexo Anhembi* se aplica também ao *Expo Center Norte*, cabendo ressaltar, para ambos os casos, a facilidade do acesso com relação ao Aeroporto Internacional de Cumbica, além do Terminal Rodoviário do Tietê. Tais fatores explicam, ainda, o surgimento, nas proximidades deste centro de exposições, de diversos hotéis, como o hotel da rede francesa *Accor*, da marca *Novotel* (com 402 apartamentos)²⁰. Outro hotel da mesma rede, mas com a marca *IBIS* (hotel categoria econômica) surge do outro lado do Rio Tietê, atento às expressivas demandas mobilizadas por essas estruturas de eventos. Cabe salientar, todavia, que a zona norte, região em que se situam os dois maiores espaços de eventos da cidade e os hotéis ora mencionados, abriga apenas 3,8% dos meios de hospedagem da cidade.

Inúmeras pesquisas divulgadas por órgãos públicos, instituições privadas e centros de pesquisa destacam a relevância de São Paulo no contexto nacional quanto à realização de grandes eventos/feiras de negócios, mostrando que a cidade é um pólo atrativo para investimentos de todas as ordens. Isto cria um forte discurso ideológico sobre a cidade, uma *representação do espaço* que justifica a atração do capital, que por sua fluidez se desloca de um ponto ao outro buscando as melhores condições à sua reprodução. Um jogo de palavras pode fazer muita diferença na produção desse consenso. Dados estatísticos compilados e apresentados não objetivam fazer apologia ao turismo ou a importância dos investimentos a ele atrelados, mas sim enfatizar a dimensão econômica do setor, o que na relação Estado e Mercado, faz grande diferença, já que se está produzindo um espaço em que diferentes lógicas se sobrepõem.

²⁰ Embora sua localização tenha íntima relação com a proximidade dos dois grandes centros de eventos até aqui citados, o Novotel não deixa de contemplar em suas estruturas espaços destinados à realização de eventos menores, dispondo de 19 salas voltadas a este fim.

Gráfico 3 - Número de Eventos, Segundo as Regiões Brasileiras

Fonte: Pesquisa FBC&VB/SEBRAE/CTI - maio/2001.

Como já fora mencionado, o sudeste brasileiro desponta como a região com maior número de eventos (em geral) realizados, e também figura como a região de maior número de participantes. Estima-se que em média 67,2% dos participantes dos eventos sejam pessoas residentes no próprio local onde se realiza o evento. Assim, os turistas representam, teoricamente, 32,8% deste universo.

Quanto à organização dos eventos, mais de 40% das empresas promotoras do país atuam em São Paulo. Segundo Braga (2005, p.75), “[...] são 31 empresas organizadoras de eventos associadas à União Brasileira de Promotores de Feiras (UBRAFE), que têm sede na região da Grande São Paulo, sendo que, uma análise preliminar sobre as feiras que aconteceram no segundo semestre de 2004 mostra que 10% dessas empresas são responsáveis por, aproximadamente, 80% das grandes feiras de negócios realizadas na cidade de São Paulo”. Conforme a autora, destacam-se as feiras de negócios, geralmente com visitaço de mais de 20 mil pessoas, e com duraço mdia de 4 dias.

Segundo Braga (2005), os organizadores de eventos no valorizam, no geral, os atrativos tursticos de So Paulo ou a promoço de passeios opcionais para expositores ou visitantes. E tambm so reduzidas as agncias de receptivo que se utilizam deste canal de informaço diretamente voltado para o turista de negcios. Na pesquisa realizada pela autora, um grande percentual dos entrevistados desconheciam totalmente os atrativos tursticos da cidade de So Paulo. Mas a explicaço bastante simples, pois esses visitantes vm cidade objetivando expr/observar os produtos e as tendncias mostradas nas feiras, fechar negcios, participar de reunies..., remetendo a uma viagem estritamente de negcios, o que no significa anular a possibilidade desses visitantes conhecerem e consumirem o que a cidade pode lhes oferecer. E isto requer da iniciativa privada e

do poder público preparar a cidade para atender este segmento do turismo, que aliás apresenta a maior média de gasto por dia, se comparado com os outros segmentos do turismo.

Esta análise sobre o turismo de negócios na sua relação com o espaço remete a uma articulação entre os níveis político, econômico e social, considerando, especialmente, políticas públicas específicas para o setor, visto que o turismo movimentava “[...] 56 setores da cidade [...]”²¹, e exerce grande impacto sobre o espaço da metrópole de São Paulo. A demanda por serviços diversos, a necessidade de locomoção, o uso da indústria do entretenimento, do setor gastronômico, da hospedaria..., o consumo em si, são algumas das facetas deste processo.

Difuso pelo espaço da metrópole, o turismo de eventos/negócios não está presente em todos os locais da cidade. Os fluxos de turistas de eventos/negócios são por outro lado, imprecisos e muito difíceis de quantificar.

Mensurar os impactos da prática turística em São Paulo é pôr em evidência os aspectos econômicos, sendo este mais visível e desejado aos tecnocratas e empresários que se aproveitam da produção, circulação e trocas envolvidas com a atividade. O Estado “prepara o terreno” para receber o maior número de investimentos possível, isso significa dizer, conforme Damiani (2005, p.42-43), que nunca houve uma separação entre o político e o econômico. O Estado sempre esteve ligado à base econômica. O novo, é que esse “consórcio” entre o político e o econômico se estreitou.

Um exemplo disso é o Plano Nacional de Turismo (2003-2007), que segundo Cruz (2006, p.211), “[...] mais parece um plano de negócios do que um plano de governo voltado para o ordenamento de seu território para o turismo, entendido como fenômeno multifacetado e reconhecidamente desarticulador de lógicas de uso do espaço histórica e socialmente construídas”.

A metrópole como lócus de negócios adquire uma forte conotação na reprodução do capital, e sua integração ao “[...] processo de mundialização dá-se

²¹ Dados apurados por estudos de Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos em São Paulo e no Brasil - SPCVB/Sebrae, Capturado do site <http://www.visitesaopaulo.com/acidade> em 07/09/2006

pelo movimento dialético entre *integração* de São Paulo ao capitalismo internacional – centralização financeira, com o crescimento do setor bancário e dos serviços modernos; pela *desintegração* do modo de vida tradicional, da organização do trabalho, das relações de vizinhança; pela *deterioração* dos espaços públicos, do centro histórico, das condições de vida na metrópole” (Carlos, 2005, p.36). Assim, o espaço urbano dessa cidade vai sendo (re)produzido, seguindo lógicas estranhas aos seus habitantes, reforçando uma *representação do espaço* que retro-alimenta todo o processo de dominação do tempo-espaço na/da metrópole, conformando a morfologia desse espaço (os *espaços de representação*), atribuindo novas *formas, estruturas e funções*, cada vez mais orientadas aos desígnios do capital e aos desejos dos grupos hegemônicos.

1.1 Do presente ao passado: contextualizando os eventos/feiras de negócios no processo de concentração-desconcentração industrial no município de São Paulo

O nascimento das feiras de negócios não se desassocia de um contexto amplo em que se insere a economia nacional. Os fatos ocorridos em nível mundial, ao longo da história, cooperaram para o crescimento e o fortalecimento das bases da economia brasileira, que até o início do século XX, esteve predominantemente calcada na produção de gêneros primários, sendo a agropecuária o sustentáculo dessa economia. De um país eminentemente agrário a um país industrial, houve um processo de transformação tardio, visto que a indústria nacional galgou seus primeiros passos na década de 1930, com o fortalecimento da intervenção do Estado na economia, principalmente na implementação de infra-estruturas como, por exemplo, transporte e geração de energia, vindo a favorecer o mercado nacional e intensificar o processo de integração regional.

Retomar o passado industrial da cidade de São Paulo contribui para a compreensão do contexto em que surgiram o complexo de exposições Anhembi (região Norte da cidade) e o Centro de Exposições Imigrantes (região Sul), visto que ambos possuem forte relação com as estratégias de reprodução do capital e de uma financeirização²² da economia.

O Parque Anhembi e o Centro de Exposições Imigrantes correspondem hoje a dois dos maiores espaços de eventos/feiras de negócios na cidade de São Paulo. Ambos com um calendário sempre preenchido reforçam o caráter da cidade de centro econômico do país. A cidade mostra-se, nesta perspectiva, como uma vitrine comercial para o mundo.

Nas primeiras décadas do século XX, e com mais intensidade na segunda metade do século, a “metrópole do café” experimentou um surto de industrialização que a transformou por completo, avançando as décadas como uma dinâmica e movimentada “metrópole industrial”, posicionando São Paulo como a cidade de maior peso econômico do país, e dentre as mais importantes metrópoles

²² O desvio do capital do setor produtivo para o financeiro, em busca de maiores taxas de lucro, em que este capital deixa o campo somente das opções de produção para atividades de índole rentista/especulativa no campo financeiro.

da América Latina. Uma convergência de fatores e eventos cooperou para tornar São Paulo uma metrópole pujante e de forte centralidade econômica e cultural. Mas a metrópole se desenvolveu de maneira visivelmente contraditória, ostentando riqueza e exibindo uma miséria que demonstra uma *inclusão precária* de uma enorme soma de sujeitos sociais.

Eventos históricos associados à industrialização do país, tendo na década de 1950 o seu grande alavancar, também foram responsáveis pelo surgimento das grandes feiras de negócios, pois estas vinham a reboque da indústria nascente. A relação indústria-feiras é intrínseca, na qual o crescimento de uma se faz em decorrência da outra, pois a indústria, como lócus da produção, primeiro produz e em seguida vende, ou seja, coloca no mercado seu produto, transformando o capital investido em capital realizado, adicionado de lucro. Com as feiras, ocorre um processo inverso, pois elas visam divulgar, expor o produto ao mercado, isto é, vendê-lo antes da realização da sua produção, sem esquecer que as feiras apresentam novas experiências, a divulgação da marca, oportunidades de negócios e tecnologias que passarão a ser incorporadas pela própria indústria.

Segundo o DPH²³, em 1917, inaugurava-se a I Exposição Industrial da Cidade de São Paulo no então suntuoso *Palácio das Indústrias*, que ainda estava inacabado. Houve a participação das principais indústrias do município, que tiveram grande desenvolvimento no período da Primeira Guerra Mundial.

Já em 1920, na III Exposição Industrial de São Paulo, com a presença de importantes empresas da cidade, houve uma visita superior a 100.000 pessoas, inaugurando a iluminação elétrica interna e externa do edifício, anteriormente iluminado por lampiões a gás. A evolução progressiva do mercado automobilístico paulista, iniciada nesse período, também se fez presente em cinco exposições no Palácio, de 1923 a 1927. Na II Exposição de Automobilismo e Rodoviação do Brasil, realizada em 1924 no Palácio das Indústrias, a Ford exibiu ao vivo uma linha de montagem, de onde saíam montados em poucos minutos os famosos "fordecos de bigode". Na década de 1930, com o desmembramento da Secretaria da Agricultura, Indústria e Comércio, o Palácio, passou a ser ocupado

²³ Departamento do Patrimônio Histórico da Cidade de São Paulo. Informações capturadas no site: <http://www.prodham.sp.gov.br/dph/historia>. Acesso em nov. De 2007.

pelo Departamento Estadual do Trabalho, abrigando suas repartições, enquanto as exposições passaram a ocupar toda a área do Parque visto que o espaço interno do Palácio, já não comportava o crescente número de expositores. E devido ao crescimento da produção no setor pecuarista, as exposições e mostras de animais deixaram definitivamente o Palácio das Indústrias, para ocupar instalações do Parque da Água Branca, inaugurado em 1929.

Com o fim do Estado Novo, o Palácio passou, a partir de 1947, a abrigar a Assembléia Legislativa, sendo rebatizado como *Palácio 9 de Julho*, perdendo todas as características arquitetônicas internas de um edifício para exposições. Os estábulos foram destruídos e surgiram as divisórias etc²⁴.

O processo de industrialização do Brasil, especialmente de São Paulo, teve ao longo das décadas diferentes interpretações e explicações, até mesmo divergentes. Conforme Mamigonian (2000), a industrialização pode ser pensada sob três perspectivas: A “*teoria da CEPAL*” (Comissão Econômica para América Latina e Caribe), que atribuía grande peso à substituição das importações, por conta das crises econômicas e guerras, o que impulsionou a produção nacional mediante um estímulo governamental. A “*teoria da Dependência*”, com grande aceitação no período seguinte ao golpe militar, enfatizou a subordinação da industrialização aos interesses do centro do sistema capitalista, ganhando força nas décadas de 1950 e 1960. O Brasil como país predominantemente agrário, exportava gêneros primários aos países centrais, enquanto estes abasteciam o Brasil de produtos industrializados, prejudicando a incipiente industrialização do país. E a produção de café, dada sua valorização, gerava excedentes que passaram a ser aplicados na construção de infra-estruturas e posteriormente na própria indústria. Esta teoria reforçava a presença do capital internacional, via multinacionais, na economia brasileira, criando uma situação de dependência.

E há também, a “*teoria dos Ciclos Econômicos*” (de Ignácio Rangel), com grande aceitação recente, que reconhece o dinamismo do processo de acumulação capitalista brasileiro. Esta teoria passou a ser aceita em meados da década de 1970, quando a teoria da dependência começou a entrar em crise,

²⁴ Informações obtidas a partir do site: <http://www.prodham.sp.gov.br>

principalmente pelo “milagre econômico” que revelou o dinamismo industrial brasileiro. O ponto de partida que fundamentou esta teoria foi a constatação de que o sistema capitalista viveu e continua vivendo, momentos de expansão e de depressão. Para Rangel, há ciclos longos (Kondratieff - 50 anos) e curtos (juglariano - 10 anos) que provocam grandes transformações no sistema capitalista mundial, influenciando nos destinos particulares de cada país ou região. Pensando por esta perspectiva, a revolução de 1930 e a industrialização brasileira têm relação direta com o período depressivo de 1920-1948 (o chamado 3.º kondratieff) e com o fim da hegemonia industrial britânica e da economia agro-exportadora brasileira, inaugurando o período de expansão da economia nacional sob dinamismo próprio, que interessava tanto às oligarquias rurais regionais voltadas ao mercado interno, como aos industriais que puderam acelerar o processo de substituição de importações. Essa teoria não reduz a complexidade da industrialização nacional à mera transferência de capitais da cafeicultura para a indústria.

Tudo leva a crer que nos anos de 1950, reagindo às crises internacionais e se aproveitando da reconstrução econômica mundial, como aponta Cleps (2003, p.66)²⁵, o Brasil, através da participação do Estado promotor e coordenador da nova estratégia de crescimento, impulsionou e diversificou a sua estrutura industrial. Nesse sentido, vários fatores históricos e econômicos levaram à concentração da atividade industrial brasileira na região sudeste, principalmente no estado de São Paulo. O surto de industrialização, que por sua vez trouxe concomitantemente a expansão da urbanização, criou condições para que já em 1960 a cidade de São Paulo se tornasse a maior cidade brasileira, com cerca de 3,3 milhões de habitantes. Neste processo verificou-se uma concentração espacial da atividade econômica e industrial, aprofundando as desigualdades regionais e intra-urbanas em São Paulo, que, ao apresentar elevados índices de crescimento populacional requeria do poder público medidas que dotassem a cidade de infra-estruturas necessárias à economia pujante, bem como criar condições para a reprodução da força produtiva.

²⁵ CLEPS, Geisa D. G. *A Desconcentração Industrial no Estado de São Paulo e a Expansão do Comércio e do Setor de Serviços* In. **Caminhos da Geografia - Revista on line**. 4(9)66-89, jun/ 2003. capturado do site www.ig.ufu.br/caminhos_de_geografia

A partir de meados do século XX, transformações vão se processar no cenário econômico, político e social do país, principalmente por uma mudança que vai ocorrendo tanto nas relações sociais quanto na morfologia espacial, em que um novo modo de vida vai sendo suplantado e uma nova matriz econômica vai adquirindo vulto. Destaca-se assim, um processo irreversível e tendencialmente dominante, no qual o país, essencialmente agrário, vai se tornando urbano. Sobre esta relação, Schiffer (2004, p.83) afirma: “O próprio crescimento e concentração demográfica em São Paulo vai impulsionando o aumento das atividades comerciais, bem como de uma demanda geral por imóveis.”

Neste contexto histórico e econômico nacional verificado na década de 1950, foi impactante a política desenvolvimentista, proposta pelo governo federal, baseada na industrialização. Ao assumir a presidência, Juscelino Kubitschek estabeleceu um plano ambicioso de realizações prometendo “cinquenta anos de progresso em 5 de governo”. JK procurou atrair o capital estrangeiro, e a situação internacional favorecia esses investimentos, como por exemplo uma boa reserva de capitais disponíveis nos EUA.

No plano político, foi de suma importância ao desenvolvimento da industrialização brasileira, que toma a cidade de São Paulo como “menina dos olhos”, a participação dos governos Getúlio Vargas (especialmente em seu segundo mandato eleito, 1951-1954) e Juscelino Kubitschek (de 1956 a 1961).

Na segunda metade do século XX, São Paulo já possuía um tecido urbano denso, com uma infra-estrutura bem disposta sobre seu espaço, reforçando-o como *condição* e *meio* à reprodução do capital pautado na produção industrial, que demandava estradas de ferro, boas rodovias, energia e uma complementaridade de atividades nos setores secundário e terciário, que se concentravam na cidade. Na análise de Schiffer (2004, p.83),

[...]São Paulo apresentava-se como o *lôcus* natural da industrialização brasileira, já que registrava a existência de relações de produção com base no interior paulista, graças ao traçado e abrangência de sua rede ferroviária. Essa rede possibilitava um conjunto de cidades interligadas entre si e com a capital, propiciando o escoamento sem entraves da produção interiorana e favorecendo o alargamento do mercado regional. Fatores esses que seriam significativos no processo de industrialização que se aceleraria a partir dos anos de 1930.

Schiffer (ibidem, op.cit) destaca a participação do capital proveniente da cafeicultura para o desenvolvimento da indústria assim como a facilidade de circulação e fluidez de mercadorias pelo território paulista em decorrência da construção e ampliação das vias de deslocamento. Fatores estes que propiciaram, no correr das décadas, uma cada vez maior concentração espacial da atividade industrial, levando a “cidade do café” a configurar-se como uma grande metrópole industrial no final dos anos 1960. A cafeicultura beneficiou a industrialização? Sim e não. Tanto o capital proveniente da venda do café quanto a infra-estrutura disposta sobre a cidade para dar suporte ao seu deslocamento foram importantes para a indústria, entretanto também havia um grupo na oligarquia cafeeira que não via potência na industrialização e muito menos queriam perder seus privilégios e *status* na sociedade.

Dean (1991) explica que o comércio do café não gerou apenas a procura da produção industrial, mas também custeou grande parte das despesas gerais, econômicas e sociais necessárias a tornar proveitosa a manufatura nacional. O autor cita, por exemplo, a malha ferroviária e a expansão da energia elétrica que foram impulsionadas, ou seja organizadas por cafeicultores desejosos por “adornar” suas cidades do interior com inventos modernos. As usinas que proporcionaram a maior cota de energia (empresas européias e norte-americanas) já visavam lucros a partir do crescimento urbano fundamentalmente dependente do comércio do café.

Assim como as feiras industriais de negócios tiveram grande dificuldade de se consolidar e adquirir a confiabilidade dos brasileiros em geral, a própria indústria nacional sofreu resistência, seja por políticas públicas que não a privilegiavam ou mesmo pela mentalidade dos negociantes e do mercado consumidor que viam com desconfiança a qualidade do produto nacional. Soma-se a isso a oligarquia cafeeira, que foi ao mesmo tempo um entrave e em certo modo a incentivadora da industrialização brasileira. Como escreveu Dean (1991, p.22), “[...] Que o industrial tenha o poder de reestruturar completamente a sociedade talvez seja alguma coisa que nem ele mesmo é capaz de compreender”.

No curso de sua urbanização, a cidade de São Paulo, em seu processo de *implosão-explosão*²⁶ vai tendo seu espaço produzido, notadamente, atrelado ao desenvolvimento industrial. Em meio à implosão-explosão a cidade vai desencadear outros processos como a metropolização, a suburbanização²⁷ e a periferização²⁸, entre outros.

A morfologia do seu sítio urbano foi adquirindo novos contornos e a cidade polarizando toda a região, atraindo pessoas de lugares diversos do país. A cidade passou a ter “*status* de moderna” e isso também atraiu intelectuais e artistas vanguardistas. Mas as contradições sociais e espaciais, sendo marcantes, foram reforçadas por um desenvolvimento profundamente desigual, o que se observou nas condições de vida da maioria da população paulistana. Os conflitos coexistiam com a opulência exaltada pela elite e ascendia uma São Paulo empresarial. Conforme explica Fontes²⁹, um exemplo do otimismo gerado pela industrialização de São Paulo pode ser visto na exagerada frase pronunciada pelo prefeito Washington Luis ao inaugurar o Palácio das Indústrias: “[...] A cidade é hoje alguma coisa como Chicago e Manchester juntas”. O mesmo autor menciona o fato de São Paulo ter triplicado de tamanho entre 1950 e 1970 devido ao processo de industrialização corrente.

No movimento de estruturação urbano-industrial ocorrida nas décadas de 1950 e 1970, há uma necessidade da indústria nacional de inserir-se, progressivamente, no mercado mundial, visto que a dependência de uma estrutura

²⁶ [...] a implosão-explosão (metáfora emprestada da física nuclear), ou seja, a enorme concentração (de pessoas, de atividades, de riquezas, de coisas e de objetos, de instrumentos, de meios e de pensamento) na realidade urbana, e a imensa explosão, a projeção de fragmentos múltiplos e disjuntos (periferias, subúrbios, residências secundárias, satélites etc.).

²⁷ Processo de crescimento das cidades para fora dos seus limites urbanos, expandindo seu tecido urbano. Verifica-se a descentralização de pessoas, indústrias e serviços das áreas centrais da cidade para a periferia, processo que leva ao crescimento dos subúrbios.

²⁸ Periferização é “(...) o crescimento rápido e desordenado das franjas metropolitanas a partir de processos de parcelamento do solo levados a cabo por pequenos e médios agentes imobiliários que se especializaram em “driblar” a legislação urbanística, criando loteamentos irregulares, muitas vezes clandestinos. Periferização refere-se também ao processo de segregação espacial da classe trabalhadora, empurrada cada vez mais para longe da área central da cidade, confinada em espaços marcados pela escassez de serviços urbanos e equipamentos de uso coletivo.” (Valladares, 1994, p.102)

²⁹ FONTES, Paulo. Mapeando o patrimônio industrial em São Paulo. capturado no site <http://www.revista.iphan.gov.br/materia> em 10/10/2007

econômica sustentada pela agropecuária dava sinais de desgaste. O mundo se industrializava e o Brasil seguia no mesmo rumo, passando a produzir aqui o que outrora era importado. Para tanto, foi preciso que o Estado criasse condições para tal desenvolvimento, seja em obras infra-estruturais ou em incentivos e mecanismos financeiros que amparassem o alavancar da industrialização e, por certo, conquistar a modernização do aparato produtivo, visando atingir níveis de competitividade internacional. Esboçava-se uma nova realidade urbano-industrial respaldada pela aplicação de novas tecnologias. Segundo Damiani (1999, p.51-52), “[...] A lógica da tecnocracia, do Estado, tenta reduzir e filtrar os conteúdos históricos, enfraquecendo-os. Ela completa a lógica do mercado, e a partir da redução que cria, torna possível o império, crítico é verdade, mas ainda império, do mercado”. É justamente neste momento, década de 1950 e 1960, por força de um processo de internacionalização do capital e das imposições de uma “ordem distante” que o Brasil viverá uma conjunção de esforços entre Estado e mercado para a consolidação do parque industrial nacional. É também neste momento que será exigido um novo mecanismo para viabilizar novas oportunidades de negócios e uma maior ampliação do setor, as chamadas FEIRAS DE NEGÓCIOS.

O crescimento do setor terciário e por consequência a ampliação do segmento de eventos e feiras de negócios (associado a um turismo de negócios) vem a reboque da desconcentração industrial no município de São Paulo. Mas a crescente industrialização do interior do estado e a conseqüente queda no número de indústrias na cidade de São Paulo não podem ser explicadas unicamente por um processo de reestruturação produtiva baseada na localização e seus benefícios, pois se assim for pensado reduz-se a questão. Ocorre um duplo processo em que se verifica a desconcentração industrial na cidade e uma centralização do capital, assim como a permanência do poder de comando.

A produção capitalista do espaço mantém um duplo sentido, ao mesmo tempo concreto e abstrato em um mundo de abstrações concretas, abstrações que se materializam no espaço mediante a lógica do mundo da mercadoria. Um processo que adquire contornos amplos, pois o espaço compreendido como a mediação entre os processos econômicos, políticos e sociais

vai se metamorfoseando, e consigo a sociedade, denominada por muitos de pós-industrial (Bell, 1973).

O movimento de transformação do espaço e da sociedade em meio a uma reorganização produtiva e sua espacialidade adquire vulto “graças aos progressos da ciência e da técnica e a circulação acelerada de informações”, conforme apontam Santos & Silveira (2004c, p.105). Para os autores, “[...] quanto mais dinâmicos são os territórios, mais aptos são às exigências do chamado mercado mundial”.

À luz desse processo que se apresenta como totalizante surgem múltiplas determinações que remetem à internacionalização do capital, pressupondo uma reestruturação econômica envolta pelo plano da mundialidade. Mesmo na esfera local põem-se como tendência profundas mudanças na *governança urbana*, cada vez mais confundida com um *empreendedorismo* que segue os ditames da iniciativa privada, um *neodirigismo* que segue modelos homogeneizantes de uma ordem global. Nas palavras de Santos & Silveira (2004c, p. 256), “[...] o território de um país pode tornar-se um espaço nacional da economia internacional.” O conceito de *território* pressupõe relações de poder sobre o espaço. Um espaço delimitado com este sentido e que passa a ser manipulado sob os desígnios de quem o comanda, o domina.

À medida que a mundialidade vai se impondo, há um aprofundamento da centralização do capital e a concentração social e espacial de sua reprodução, uma vez que este é espacialmente seletivo e busca melhores condições de realização. É por esta razão que São Paulo concentrava, até a década de 1960, grande parte do aparato produtivo do país. Já na década de 1970 inicia-se um processo de “desconcentração industrial” do município, em que as indústrias se dirigiam para as cidades vizinhas ou para outras regiões do estado, transferência esta que foi exercendo impacto sobre o crescimento do setor terciário na cidade, onde permaneceu a função de comando de muitas empresas, assim, como o comércio, os serviços e as finanças. Desdobramento da divisão territorial do trabalho, a desconcentração industrial gerou uma nova organização espacial na cidade e também mudanças nos planos político, econômico e social. Esboçou-se uma nova realidade urbano-industrial, operando-se no plano do espaço físico (sua

morfologia), do espaço mental (com sua representação, o discurso anunciado) e do espaço social (com mudanças no cotidiano, nas relações de trabalho etc.).

Santos & Silveira (2004c, p.106), ao discutir a descontração industrial da região sudeste, expõem dados que reforçam essa tese, pois de 62,32% dos estabelecimentos da indústria de transformação do país em 1970, a região sudeste passou, dez anos mais tarde, a ter apenas 48,75% do total. Os autores apresentam também que em 1970 o estado de São Paulo concentrava 50,97% do emprego industrial, e vinte anos depois, o estado reunia 35,35% do emprego no setor.

Desde a década de 1970, o estado e o município de São Paulo vêm vivenciando esse processo de desconcentração industrial, fato este explicitado por Santos & Silveira (ibidem, p.108), pois “[...] enquanto a região metropolitana reunia 36,09%, o município de São Paulo **28,94%** e o interior apenas 6,95% do total nacional de estabelecimentos industriais, duas décadas mais tarde as participações respectivas eram de 21,95%, **9,23%** e 15,26%.”[grifo nosso]

Torna-se mais claro, a partir dos dados acima expostos, um processo de expansão das indústrias pelo território brasileiro, por conta de uma melhoria na integração nacional dada pelo desenvolvimento do sistema viário, pela melhoria das comunicações, pelo avanço da urbanização ou mesmo por uma acirrada competição entre os estados da federação e/ou municípios pela instalação de novas fábricas ou a transferência das já existentes. Isso, numa relação de reciprocidade, provoca a valorização/desvalorização/re-valorização de porções do espaço, determinando novos conteúdos, usos e funções.

Segue pelas décadas de 1980 e 1990 a aceleração das transformações, e em meio a este *espaço capitalista*³⁰ adquire potência a *representação* como momento necessário da reprodução do capital. É produzido um consenso de que a indústria deixa a cidade, que o terciário aqui se consolida e principalmente, reforçar a imagem de cidade global, com filiais de importantes bancos e empresas relevantes nas transações mundiais, com entretenimento

³⁰ LEFEBVRE, H.(1978)

diversificado, cosmopolita, trabalhando, eficientemente, o imaginário coletivo, vendendo a cidade para o mercado mundial e captando investimentos de todas as ordens, ampliando cada vez mais a necessidade das grandes eventos e feiras de negócios (o espetáculo em si) para garantir elevadas taxas de lucro. Uma sobre-determinação do econômico, ocultando uma sobre-determinação do Estado, que se dissolve em inúmeras instituições, mas que não deixa de coordenar o processo geral de reprodução do capital. É neste momento de passagem da ênfase do secundário ao terciário que se vislumbrou um novo filão no mercado, o chamado **turismo de negócios**, conceito que se propagou há menos de 20 anos.

Partindo da idéia de um Estado cada vez mais forte e atuante, ao contrário dos que apregoam sua falência e enfraquecimento, acredita-se que o crescimento vertiginoso do turismo de negócios se deve a uma política governamental que lhe dá respaldo, um suporte necessário ao seu desenvolvimento. A própria legislação favoreceu este segmento de turismo, já na expedição do Decreto Federal nº 89.707, de 25 de maio de 1984, reconhecendo como de interesse turístico a prestação de serviços remunerados para a organização de congressos, convenções, seminários e eventos congêneres. Isto, na prática, segundo Válio (2004)³¹, redundou na Resolução do Conselho Nacional de Turismo nº 14/84, que, de certa forma, “protege” a realização dessas atividades, inclusive com apoio técnico e financeiro da Embratur, e até algumas isenções fiscais, desde que a empresa prestadora dos serviços esteja devidamente registrada e preencha os requisitos exigidos pela lei.

É inegável a atração exercida por São Paulo por conta dos eventos diversos e das feiras de negócios promovidas na cidade. Mas vale ressaltar, que esses eventos têm dimensões distintas: há pequenos e grandes eventos, assim como negócios, envolvendo grupos sociais distintos, desde a sacoleira que vem a 25 de Março ou Brás realizar suas compras até os grandes empresários que se envolvem em transações milionárias, em grandes feiras ou fora delas. Eventos como um casamento, um velório, o Grande Prêmio de Fórmula I, a Bienal, a Fashion Week, o Carnaval ou uma Parada Gay, dentre muitos outros.

³¹ VÁLIO, Mara I. L. *Turismo de Negócios ou Negócios de Turismo?* In Revista de Turismo. Abr. de 2004. capturado do site <http://www.revistaturismo.com.br/artigos/turneg.html> em 15/11/2007.

Como nesta pesquisa o foco são os grandes espaços de eventos (Parque Anhembi e Centro de Exposições Imigrantes), é lícito afirmar que nesses espaços os eventos realizados são majoritariamente aqueles com fins mercadológicos. “Negócios gerando negócios, esta é a imagem da grande metrópole”. No plano do espaço mental, esta *representação do espaço* criou uma competição desenfreada entre as cidades (as quais, metaforicamente, deixaram de ser passivas e tornaram-se sujeitos ativos, como uma empresa), cada uma com suas singularidades. São Paulo, por introjetar o mito da cidade global está à frente neste *ranking* de competitividade.

Sobre os eventos realizados no país, a pesquisa da FBC&VB (Federação Brasileira de *Convention & Visitors Bureau*)³² informa que o preço diário médio de locação do espaço para o evento situa-se em R\$ 3,19 (US\$ 1,54) por assento e R\$ 2,09 (US\$ 1,01) por metro quadrado. Assim, os 1.732.204 assentos, e 1.350.555 metros quadrados disponíveis diariamente nos 1.664 espaços para eventos pesquisados geram uma receita anual com locações de R\$ 1,5 bilhão (US\$ 710,4 milhões). A receita das reuniões e afins contribui com R\$ 983,2 milhões (US\$ 474 milhões) e a receita das exposições e afins contribui com R\$ 490,3 milhões (US\$ 236,4 milhões). Já o preço do metro quadrado para feiras e exposições, situa-se em média R\$ 305,07 ou US\$ 147,09. Em média 15,7% do faturamento destina-se ao pagamento de impostos diversos e 7,2% correspondem a taxas diretamente relacionadas à realização do evento.

Conforme dados da FBC&VB, o maior gasto do turista de eventos/negócios no Brasil reside na hospedagem, como aponta a tabela a seguir.

Tabela 9 - Gasto dos Participantes de Eventos no Brasil

A que se destina	%
hospedagem	43,2
transporte	30,9
alimentação	21,3

Fonte: Elaborado por Fabio C. Braz a partir dos dados da FBC&VB (2001)

³² Pesquisa sobre o dimensionamento do setor de eventos a nível nacional – FBC&VB, dez/2000-maio/2001, capturado do site <http://www.fbcvb.org.br/pesquisa12.asp> . Acesso em 20/11/2006.

Essa constatação potencializa a discussão sobre os espaços de representação e o parque hoteleiro da cidade, haja vista que esses objetos técnicos são importantes à prática social do turismo de negócios. Compreender essa dinâmica e conhecer seu eixo de expansão permite analisar a rota de uma grande parcela dos investimentos na cidade, tanto da iniciativa privada, quanto do poder público, partindo da premissa de que o Estado é o sujeito total, aquele que organiza e coordena o processo de produção/reprodução do espaço.

Em pesquisa realizada por Mastrobuono (2003), consta um estudo comparativo da realidade do segmento de hospedagem entre São Paulo e Nova Iorque entre 2000-2002, realizado por organismos ligados ao setor turismo; neste levantamento, verificou-se que em 2000, Nova Iorque teve aproximadamente 37 milhões de visitantes, havendo na cidade uma oferta de 67 mil UH's, com uma taxa de ocupação de 84%. Enquanto no Brasil, especificamente São Paulo, no mesmo ano, houve aproximadamente 5 milhões de visitantes, e uma oferta até 2002 de 44 mil UH's, passando de 66 mil UH's em dezembro de 2003, demonstrando uma taxa média de ocupação de 40%. Tais dados levam a duas possíveis hipóteses: a primeira, de que São Paulo tem uma rede de hospedagem em larga expansão, superando muito a demanda; e a segunda, a captação e a promoção de eventos (beirando 90 mil ao ano) estão muito aquém de sua capacidade receptiva, isto é, ainda "é pouco na mentalidade de muitos agentes econômicos", visto que a competição entre cidades tem se tornado muito acirrada, mesmo para uma cidade como São Paulo, dotada de ampla infra-estrutura.

A desconcentração de indústrias não enfraqueceu a capital paulista no cenário econômico. Ao contrário, abriu caminho para que ela seja, cada vez mais, a "capital da gestão", onde se concentra o comando das indústrias instaladas em outras regiões e para onde afluem os que buscam informação e conhecimento para gerir negócios.

Mediante uma *hierarquia espacial*, a cidade desponta como um "ponto luminoso", apresentando além de um forte discurso ideológico, os equipamentos e objetos técnicos que dão suporte ao que esse espaço capitalista pede, possibilitando não apenas os fluxos de mercadorias, informações, capitais e

pessoas, como também a fixação de capital, sob a forma de investimentos nacionais e estrangeiros, que em conjunto vão conformando esse *espaço de representação*.

2. Grandes espaços de eventos e seu lugar na (re)produção do espaço metropolitano

Como destino de eventos de negócios, a cidade de São Paulo dá conformidade aos *espaços de representação* da mesma, visto o surgimento de inúmeros centros de convenções, grandes recintos de exposições e diversos equipamentos urbanos que foram produzidos de forma desconcentrada por seu tecido urbano. É inegável na atualidade uma expansão dos edifícios corporativos, com centros de convenções, no vetor sudoeste da cidade, mas no tocante aos grandes espaços de eventos, não demonstram a mesma dinâmica, mesmo porque requerem uma localização junto a entroncamentos rodoviários ou grandes marginais, além de demandarem áreas (terrenos) demasiadamente amplos. Entre esses grandes recintos estão (retomar os mapas 5 e 6):

- A) Centro de Convenções Rebouças: Espaço para 1.200 participantes e aproximadas 50 empresas expositoras. São 9 ambientes dimensionados com recursos de comunicação a distância e multimídia. Está localizado na Zona Oeste da cidade, próximo a estação Clínicas do metrô (linha verde) e situa-se dentro de um grande complexo hospitalar de São Paulo (Hospital das Clínicas).
- B) Pavilhão da Bienal: Situado na Zona Sul da cidade, tem proximidade com o aeroporto de Congonhas. Possui 24 mil m² em 3 pavimentos e abriga de 2 em 2 anos a Bienal de Artes de São Paulo, um dos principais eventos mundiais no segmento. Foi um dos primeiros recintos de exposições da cidade.
- C) Transamérica Expo Center: Situado na Zona Sul, à beira da marginal do rio Pinheiros. Localizado próximo ao aeroporto de Congonhas. Tem anexo ao pavilhão de exposições o Hotel Transamérica e o Teatro Alfa. Ocupa uma área total de 100 mil m², com 27 mil m² de área construída e 20 mil m² de área para exposições divididas em 3 pavilhões interligados e um mezanino com 9 salas de auditório componíveis. Possui estacionamento para 2.500 veículos.
- D) ITM Expo: Situado na Zona Oeste, próximo às marginais Tietê e Pinheiros. Apresenta áreas de exposição de 1.760 m² á 20.000 m², possibilitando a

realização de eventos de pequeno a grande porte, oferecendo flexibilidade comercial devido aos seus muitos auditórios. Conta com um estacionamento coberto com aproximadamente 1.700 vagas + 1.500 vagas externas. Apresenta elevador panorâmico e escadas rolantes para acesso.

E) Expo Center Norte: Localizado próximo à estação Armênia do metrô (linha azul) e do terminal Rodoferroviário do Tietê. O complexo apresenta área superior a 60 mil m², com 6 pavilhões e 9 auditórios. Todo o espaço é climatizado em todas as suas dependências. Faz parte do complexo um dos maiores um dos maiores *shoppings* da América Latina, com 475 lojas. Há também o *Lar Center*, um *shopping* do lar com 160 lojas. E o *Novotel*, um hotel com 402 suítes. O complexo todo é denominado de “Cidade Center Norte”, assim é promovida a imagem de um “centro completo de oportunidades e bons negócios”.

F) Centro de Exposições Imigrantes (objeto da pesquisa)

G) Parque Anhembi (objeto da pesquisa)

A passagem de uma economia primordialmente industrial a uma supremacia do terciário, tendencialmente impõe sobre a cidade de São Paulo uma reestruturação produtiva do espaço. E isso dá abertura para a expansão e/ou ampliação dos espaços de eventos na cidade. Assim vai se configurando uma nova morfologia no plano do espaço físico e a cidade cada vez mais se consolida como centro de negócios, projetando-se perante o mundo.

2.1 Casos analisados: O Parque Anhembi e o Centro de Exposições Imigrantes

Ao se levantar a problemática da produção do espaço urbano, isto é, de fragmentos deste, faz-se menção à formação das novas áreas de centralidade, o que traz a participação do turismo neste processo. O que ocorre, segundo Cruz (2006), é que o turismo não criou novas centralidades na metrópole, circunscrevendo sim seu papel neste processo ao reforço de centralidades pré-existentes ou em construção, tal como ocorrido com o entorno dos aeroportos internacionais de Congonhas e de Cumbica, com a região da Av. Luiz Carlos Berrini e com o bairro do Itaim, dentre outros.

Um regresso à história (décadas de 1950 e 1960), foi o caminho metodológico seguido para esclarecer a especificidade da área na qual se localiza o Parque Anhembi (Zona Norte) e o Centro de Exposições Imigrantes (Zona Sul), método que oferece os fundamentos para a análise da relação desses *objetos técnicos*³³ (grandes estruturas arquiteturais) com a produção-reprodução desses fragmentos do espaço, no contexto da totalidade da cidade. Dessa relação espacial e as interações com os planos político, econômico e social, um primeiro questionamento que se coloca é sobre o o porquê da localização desses espaços de eventos nos seus respectivos fragmentos do espaço urbano de São Paulo. Uma segunda questão se põe sobre a situação geográfica desses objetos técnicos, e a terceira foca-se no papel do Estado e sua confluência com agentes da iniciativa privada (os atores econômicos), desvelando as *táticas-estratégias* destes e, mostrando a articulação dos mesmos na (re)produção desse espaço.

³³ SANTOS, M. (2004a).

2.1.1 O Parque Anhembi

A construção de um grande espaço para eventos/feiras de negócios só pode ser pensado em uma cidade que permita se explorar o máximo disso, e São Paulo como cidade de grande dinamismo, e concentrando a maior parte das indústrias, do capital e da população (vislumbrada como mercado potencial) reunia os quesitos fundamentais.

Mapa 7- Planta das Áreas Adjacentes ao Parque Anhembi

Fonte: <http://earth.google.com>, acessado em out. de 2007. Adaptação: Fábio C. Braz (2008)

O Parque Anhembi nasce na década de 1950 para reforçar o desenvolvimento industrial de São Paulo, promovendo eventos/feiras de grande porte, que vinham de encontro ao interesse de expandir os negócios do setor secundário na região. O Parque Anhembi sinaliza um processo de globalização que avançava pelo país, mediante a internacionalização do capital, e a ampliação dos mercados.

Os ditames globais mostravam modelos vivenciados por outros países e inspiravam o Brasil a seguir o mesmo rumo, reforçando sua “mundialidade”, por meio da construção de um espaço mundial. Um exemplo disso foi a realização de grandes feiras de negócios no país nos moldes das feiras que se realizavam em

países como Estados Unidos, Alemanha e França. A indústria brasileira dava sua arrancada e a não realização de grandes feiras, por um certo prisma (o dos agentes econômicos), limitava as oportunidades de ampliação dos negócios, os quais poderiam se beneficiar desse novo mecanismo em implantação no país. Na década de 1950, embora a televisão ainda fosse incipiente, o rádio era o grande veículo de comunicação e propaganda. Esse contexto enfatizava a importância das feiras de negócios como instrumento da divulgação dos novos produtos. O conceito era consolidado no mundo todo, mas no Brasil ainda não encontrava eco.

Baseado em informação oral de Caio Alcântara Machado Jr.³⁴, o conceito das feiras industriais foi trazido ao Brasil pelo publicitário Caio Alcântara Machado, filho de empresário, que desde muito jovem adorava ver revistas de publicidade norte-americanas e européias. Em viagem pelos Estados Unidos fez amizade, em Washington, com Sr. Charles Snitow, que seis anos depois, 1956, coordenou uma gigantesca feira nos EUA denominada *US World Trade Fair*; feira que pretendia mostrar e fazer circular a produção dos países industrializados pelos EUA.

Na década de 1950, as feiras industriais eram um campo de atividade muito próspero nos EUA. Por seu contato com o Sr. Snitow, o senhor Machado, acreditando ser esta uma ótima oportunidade de levar uma imagem do Brasil para o exterior, decidiu organizar a participação do Brasil nesta feira. Àquela época, o Brasil não poderia ser exatamente classificado como um país industrializado, mas era o “país de Juscelino Kubitschek”, que buscava, com avidez, alavancar a industrialização do país. Em meio a tudo isso, era construída uma nova capital no Centro-Oeste brasileiro. Esses dois fatores foram suficientes para despertar grande interesse do empresário para se fazer presente naquela grande feira com um estande brasileiro. A participação do Brasil na mesma ficou aquém do desejado, mas serviu de experiência para outros futuros empreendimentos.

Sr. Snitow, especialista na realização de feiras industriais, indagou ao amigo empresário brasileiro, o porquê do Brasil, no seu processo de industrialização, não promover feiras. O senhor Machado, com um tom irônico

³⁴ Conhecido por Caíto - filho do publicitário Caio Alcântara Machado. Entrevista concedida ao autor em novembro de 2007.

respondeu: “[...] Brasileiro não paga para mostrar o que faz e você quer que eu cobre ingresso para brasileiro ver o que os outros fazem?! Vão rir da minha cara[...]”. Neste longo bate papo, Sr. Snitow exclamou: “[...] O Brasil já é um país industrial e não existe indústria sem feira em lugar nenhum do mundo[...]”. Depois de muito refletir sobre o assunto, Caio Alcântara Machado retornou ao Brasil decidido em promover feiras industriais no país. Assim, foi aperfeiçoando a idéia e listando os pontos importantes para que a cultura das feiras entrasse de vez no Brasil e criasse o impacto desejado. Pensou consigo mesmo sobre a primeira feira: “[...] Tem de ser algo que chame a atenção, seja moderna, dê fuxico, tenha mulher bonita, essa coisa de moda... tem de ser uma feira têxtil[...]”. Foi então criada a Fenit (Feira Nacional da Indústria Têxtil), inaugurada em 1958, no Pavilhão Internacional do Parque do Ibirapuera, pelo presidente Juscelino Kubitschek. A feira foi um desastre, pois não só o conceito de ver novidades da indústria era desconhecido do público como também provocava desconfiança dos industriais. Outros dois fatores foram complicadores, àquela época no Brasil o ramo de tecelagens era comandado pelos Salims, Adibs e Fouads, empresários que viam com desconfiança o fato de mostrar seus produtos no mesmo local que a concorrência.

Todavia Alcântara Machado continuou empenhado em fazer valer sua idéia de consolidar as feiras de negócios no Brasil, mesmo com o prejuízo de sua primeira feira, que lhe trouxe uma dívida de mais de US\$ 1 milhão, que atualizados seriam pouco mais de US\$ 10 milhões. Para saldar esta dívida e ter capital para a realização de futuras feiras, o empresário recorreu ao amigo banqueiro Wilton Paes de Almeida, que controlava o Banco Nacional do Comércio. O banqueiro indagou ao amigo: “[...] Você tem certeza do que está fazendo?”, o Sr. Machado respondeu: “[...] Tenho. Não estou lançando a idéia da feira, porque isso já existe há mais de dois mil anos. Estou lançando as feiras no Brasil. Com credibilidade[...]”³⁵.

Em 1959, no esforço de obter êxito, o empresário chamou para a Fenit um grande aliado, o italiano Livio Rangan, que era o homem de marketing da

³⁵ Os relatos aqui apresentados não objetivam fazer apologia à visão empreendedora de Caio Alcântara Machado, mas sim, mostrar como se deu a atuação deste importante agente na produção do espaço que se está analisando, observando como se materializou a intencionalidade deste agente, somada a de outros personagens dessa história.

Rhodia, uma das poderosas indústrias químicas do mundo. Dessa parceria surgiu a idéia de usar a feira para promover e não para vender. Assim, em 1960, a Fenit teve sucesso de público, embora ainda não desse lucro. Naquele mesmo ano, Caio Alcântara Machado promoveu a Feira de Mecânica, a de Utilidades Domésticas (UD), o Salão do Automóvel e o Salão da Criança. Exceto a Fenit, todas foram de grande sucesso em público e vendas. Definitivamente, em 1960 houve a consagração do conceito de feiras.

Antes do Anhembi, as primeiras feiras eram realizadas em um pavilhão de 20 mil m², no Ibirapuera, adaptado, que não fôra construído para abrigar empresas expositoras, grande número de visitantes e toda a infra-estrutura necessária. Com a criação do Parque Anhembi na década de 1960 e o Centro de Exposições Imigrantes, na década de 1970 (originalmente concebido para feiras agropecuárias, mas que em 1993 incorporou outros usos), a demanda por espaço causou a obsolescência do Pavilhão Ciccillo Matarazzo (Pavilhão Bienal do Ibirapuera). Na administração Mario Covas (1983-1985), contatos foram mantidos solicitando a ampliação desse espaço, mas pouco foi feito.

Com a eleição de Jânio Quadros (1986-1988), os contatos foram retomados e ampliou-se o pavilhão, entretanto, pouco tempo depois, em meio ao aumento do número de eventos e o movimento de visitantes e expositores, já era previsto que este recinto de exposições se tornasse pequeno e superado. Na década de 1990, outros espaços para a realização de eventos e feiras de negócios começaram a funcionar, caso do Expo Center Norte, ITM Expo, entre outros.

Analisando o “mapa de uso e ocupação do solo” apresentado no Plano Regional Estratégico sob gestão das subprefeituras Santana/Tucuruvi e Casa Verde/Cachoeirinha, observa-se por seu zoneamento que o complexo Anhembi está inserido, juntamente com o Campo de Marte, na ST-ZOE, *Zona de Ocupação Especial*, definida pela SEMPLA³⁶, como: porções do território do Município destinadas a abrigar atividades que, por suas características únicas, necessitem de tratamento especial, com coeficiente de aproveitamento mínimo, básico e máximo, bem como demais parâmetros de dimensionamento e ocupação dos lotes

³⁶ Secretaria Municipal de Planejamento Urbano—SEMPLA.
Capturado no site: <http://sempla.prefeitura.sp.gov.br>

estabelecidos pelas subprefeituras em acordo com lei do município. Isso significa dizer que a ZOE mantém sua particularidade de uso e ocupação, em observância com o Plano Regional Estratégico de cada subprefeitura.

Essa singularidade do uso compreende um espaço de exposições e eventos diversos que movimentam um grande fluxo de pessoas para a área. Com relação ao Campo de Marte, compreende um aeroporto de aviação executiva de pequeno porte (táxi aéreo). Nesta área não há ocorrência de residências, somente barracões, formas que trazem a memória de um passado industrial. No interior dessa zona, se estabelece a ST-ZEPEC, uma *Zona Especial de Preservação Cultural*. Segundo a SEMPLA, as ZEPEC's são definidas como: “[...] áreas do território destinadas à preservação, à recuperação e à manutenção do patrimônio histórico, artístico, arqueológico, podendo se configurar como sítios, edifícios ou conjuntos urbanos.” Neste sentido, pode-se auferir que o conjunto arquitetônico do Parque Anhembi mantém importância para com a história da cidade, sendo introjetado na representação do espaço da região e da cidade.

Na proximidade da Ponte Cruzeiro do Sul, à leste do complexo Anhembi, tem-se a ST-ZCP-b, uma *Zona de Centralidade Polar*, compreendida segundo a SEMPLA como:

[...] porção do território da Macrozona de Proteção Ambiental destinada à localização de atividades típicas de centros regionais, caracterizada pela coexistência entre os usos não residenciais e a habitação, porém com predominância de usos não residenciais compatíveis e toleráveis, com gabarito de altura máxima de até 15 m (quinze metros) para as edificações.

Nesta zona há um intermédio entre casas e pequenos comércios de um e dois pavimentos. No intuito de caracterizar a área que circunda o Parque Anhembi expõe-se o zoneamento da área nos mapas 8 e 9.

Subprefeitura
Santana/Tucuruvi

PLANO REGIONAL ESTRATÉGICO

USO E OCUPAÇÃO DO SOLO

Mapa 04

Fonte: ZEIS - Secretaria Municipal de Habitação e Desenvolvimento Urbano - SEHAB

el n.º 13.885, de 25 de ago. de 2004

ESCALA: 1:15.000

LEGENDA

- Limite do Município de São Paulo
- Limites das Subprefeituras
- Limite dos Municípios Vizinhos de São Paulo
- Limite de Área de Proteção Ambiental
- Limite de Macrozona de Proteção Ambiental
- 0000 Rodovial
- 0000 Sistema Viário Estrutural
- 0000 Ferrovia
- 0000 Hidrografia
- Limite de Área de Proteção dos Mananciais

SISTEMA DE ÁREAS VERDES DO MUNICÍPIO

- Parques e Áreas Municipais
- Cemitério
- Clube Esportivo Social
- Clube de Campo

MACROZONA DE ESTRUTURAÇÃO E QUALIFICAÇÃO URBANA

- ZER-1 Zona Exclusivamente Residencial Baixa Densidade
- ZER-2 Zona Exclusivamente Residencial Média Densidade
- ZER-3 Zona Exclusivamente Residencial Alta Densidade
- ZP-1 Zona Predominantemente Industrial
- ZM-1 Zona Mista de Baixa Densidade
- ZM-2 Zona Mista de Média Densidade
- ZM-3a Zona Mista de Alta Densidade - a
- ZM-3b Zona Mista de Alta Densidade - b
- ZOP-4 Zona de Centralidade Polar - a
- ZOP-5 Zona de Centralidade Polar - b

ZONAS ESPECIAIS

- ZSE-1 Zona Especial de Interesse Social - 1
- ZSE-2 Zona Especial de Interesse Social - 2
- ZSE-3 Zona Especial de Interesse Social - 3
- ZSE-4 Zona Especial de Interesse Social - 4
- ZEPAM Zona Especial de Proteção Ambiental
- ZEPAG Zona Especial de Produção Agrícola e de Extração Mineral
- ZEPSC Zona Especial de Preservação Cultural
- ZOE Zona Especial de Ocupação Especial

MACROZONA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL

- ZOP-6 Zona de Centralidade Polar de Proteção Ambiental
- ZM-4 Zona Mista de Proteção Ambiental
- ZP-2 Zona de Proteção e Desenvolvimento Sustentável
- ZP-3 Zona Exclusivamente Residencial de Proteção Ambiental
- ZL Zona de Lazer e Turismo
- ZP-4 Zona Especial de Preservação

TRECHOS DE LOGRADOUROS PÚBLICOS ENQUADRADOS EM ZONAS DE CENTRALIDADES LINEARES

- 0000 Zona de Centralidade Linear - a (ZCL-a)
- 0000 Zona de Centralidade Linear - b (ZCL-b)
- 0000 Zona de Centralidade Linear - a (ZCL-a) e b (ZCL-b)
- 0000 Zona de Centralidade Linear I em ZER (ZCL-I)
- 0000 Zona de Centralidade Linear II em ZER (ZCL-II)
- 0000 Trechos de Logradouros Públicos Enquadrados em ZER-3
- 0000 Zona de Centralidade Linear de Proteção Ambiental (ZCLA)

Mapa 9 – Uso e Ocupação do Solo – Casa Verde/Cachoeirinha

A criação do Parque Anhembi nasceu do projeto do empresário Caio Alcântara Machado. Tudo começou com o “Centro Interamericano de Feiras e Salões S.A” (CIFS), uma empresa de capital aberto, que posteriormente, em 1972, passou a se chamar “Parque Anhembi”.

Até as últimas feiras realizadas no Pavilhão Ciccillio Matarazzo (no Ibirapuera) observava-se um caráter mais expositor das inovações técnicas e da produção industrial. Eventos de visita pública sem o estrito objetivo dos negócios. Com o Anhembi essa situação se alterou, pois as feiras adquiriram efetivamente caráter de negócios, o que cooperou para a internacionalização da indústria nacional, dando maior visibilidade ao Brasil.

Em 12 de dezembro de 1967 foi sancionada a lei municipal que concedia o uso do terreno para a construção do Anhembi, no governo Faria Lima (1965-1969). As obras começaram em 5 de julho de 1968. Ao todo duas mil empresas, ligadas a um mercado potencialmente expositor e alguns bancos, compraram cotas de ações negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA), do denominado Centro Interamericano de Feiras e Salões, constituindo o capital necessário para o novo empreendimento junto ao mercado de eventos/feiras de negócios. Em 1971, um convênio firmado entre a CIFS e a União Federal, através da Embratur tornou possível a captação de mais recursos para o projeto do Parque Anhembi, que teve suas estruturas levantadas em 1969. Todavia, o processo de constituição do capital que viabilizou sua construção começou em 1968.

Àquela época, havia uma lei de incentivo do governo³⁷, a qual permitia que as empresas investissem até 50% do seu imposto de renda devido na COMBRATUR (Comissão Brasileira de Turismo), órgão a que se atribuía a função do planejamento turístico nacional, instituído em 1958 pelo Decreto 44.863. Já em 1966, o Decreto-lei 55 implantou o Sistema Nacional de Turismo, constituído pelo CNTur (Conselho Nacional do Turismo), o Ministério de Relações Exteriores e a EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo).

³⁷ Decreto-Lei nº 157, de 10 de fevereiro de 1967. (Concede estímulos fiscais à capitalização das empresas; reforça os incentivos à compra de ações; facilita o pagamento de débitos fiscais).

Na década de 1960, investir na Embratur significava investir em grandes complexos turísticos nas regiões Norte e Nordeste, o empresariado vislumbrava grandes oportunidades de negócios, especialmente pelos incentivos governamentais. Já na cidade de São Paulo, a maior parte dos investimentos direcionou-se à expansão do parque hoteleiro e em certa medida à construção do Parque Anhembi (anteriormente denominado CIFS). Esta política de Estado beneficiava o desenvolvimento do empreendimento, o qual no seu projeto inicial contava com um gigantesco pavilhão de exposições, um palácio de convenções e também um grande hotel com mais de 500 apartamentos (uma “obra faraônica” para a época) a ser concluído em 1973. Entretanto, no decorrer dos meses, mudanças na lei de incentivo ocasionará um grande empecilho, o qual impediu a conclusão das obras e deixou por quase 30 anos inacabado o esqueleto do hotel (discussão que será retomada adiante).

Um aspecto interessante a se ressaltar, de fundo ideológico, reside na representação deste empreendimento perante a mídia, como por exemplo, a revista **Veja**, que em reportagem enaltece a atuação dos grupos internacionais no ramo da hotelaria. Vale observar como as ditas bandeiras internacionais trazem consigo um símbolo de modernização da rede hoteleira paulistana, uma propaganda que objetiva consolidar São Paulo como cidade de características globais. Essa questão fica mais evidente analisando-se o comentário de Nunes (*apud* SPOLON, 2006, p.112), segundo o qual:

[...] o uso das chamadas ‘bandeiras’, a saber, a autorização do uso do nome de alguma grande rede, em troca de royalties, confere um aspecto global aos empreendimentos, que nem sempre entretanto fazem parte da internacionalização propalada pela *Veja*. O tal esqueleto da marginal Tietê (“um antigo esqueleto de prédio que permaneceu abandonado durante trinta anos na beirada da marginal Tietê”) é do prédio do complexo Anhembi. A retomada das obras mereceu até uma fotografia na revista, na qual compara-se (sic) a estrutura abandonada a uma vistosa maquete eletrônica ostentando a ‘bandeira’ em questão: o novo Holiday Inn de São Paulo. O empreendimento, lançado conjuntamente a um novo centro de convenções, tem pouca ou nenhuma característica global. É resultado da iniciativa de uma construtora nacional, a São José, associada a agentes do mercado paulistano: a Lopes Assessoria Imobiliária e a Alcântara Machado.

Ao analisar este fragmento do espaço urbano de São Paulo no qual se localiza o Parque Anhembi e seus anexos, não se pode perder a noção da totalidade, bem como desvelar as relações implícitas e explícitas deste fragmento com a cidade como um todo. Ele exemplifica as *táticas-estratégias* dos agentes produtores do espaço e põe acento na *representação do espaço* como elemento basilar na configuração dos *espaços de representação*.

Até o convênio da Embratur com o projeto do Parque Anhembi (tida como uma lei de incentivo), o empresariado decidia se queria investir o capital na sua cidade ou em regiões distantes, Norte, Nordeste, por meio de empreendimentos diversos. Por essa época, o governo federal incentivava a criação de complexos turísticos que viessem a desenvolver economicamente essas regiões. Os impostos arrecadados das empresas direcionavam-se para as superintendências como SUDAM, SUDECO e SUDENE, criadas pelo governo federal com o objetivo de se integrar e realizar o desenvolvimento como um todo do país, planejando e gerindo recursos para a implementação de projetos regionais (especialmente nas regiões Norte, Centro-Oeste e Nordeste). Com esta lei, no ano de 1967, os recursos para tais superintendências começaram a diminuir, visto que na mentalidade dos empresários de São Paulo não havia um porquê de se investir numa região distante se existe possibilidade de se investir na própria cidade, obtendo proveito disso. Os investidores passaram a aplicar seu capital em São Paulo, e isso foi gerando grande descontentamento nas ditas superintendências, que passaram a exigir medidas do governo federal.

Segundo informações publicadas pelas revistas – **Visão**³⁸ e **Revista dos Eventos**³⁹ - em função de oscilações políticas, o empresário à frente da CIFS (o publicitário Alcântara Machado) foi chamado ao Rio de Janeiro (então capital do país) para discutir junto ao ministro do interior, o general Albuquerque Lima, a referida lei de incentivos, pois os governadores do Norte e Nordeste posicionavam-se contra a construção do Anhembi. Reclamavam que este empreendimento captava todo o investimento privado. Alguns meses mais tarde, o governo federal, diminuiu de 50% para 32% aqueles incentivos. Pouco tempo depois, nova redução

³⁸ *Visão*. 30 de nov. de 1962. pp. 20-23.

³⁹ *Revista dos Eventos*. Edição Especial. 16 de out. de 2000. pp.10-14

para 8%. Essa redução na alíquota no ano de 1974 dificultou o andamento das obras do Parque Anhembi, um empreendimento privado de capital aberto. O Anhembi estava orçado em US\$ 100 milhões. Seu término só foi possível mediante empréstimos a um banco de Nova Iorque, que concedeu US\$ 15 milhões ao empresário Alcântara Machado, avalizado pelo banco da Guanabara (atual Banerj). Como na época todos os avais vinham na pessoa física do Sr. Machado, e com a redução na alíquota minguaram os investimentos, ainda em 1975, o Sr. Alcântara Machado se obrigou a propor à prefeitura de São Paulo uma parceria, foi neste momento que a prefeitura entrou como acionista majoritária (possuindo atualmente 77% das ações, deixando apenas 23% para os outros sócios). Até esta data a empresa Alcântara Machado, juntamente com outros sócios investidores, administravam o Parque Anhembi. A partir de 1975 a prefeitura integralizou o terreno, que deixou de ser um comodato⁴⁰, e passou a administrar o complexo.

Localizado às margens do rio Tietê, o terreno onde foi edificado o Parque Anhembi era uma grande área de várzea, uma área pouco valorizada, em que o uso se fazia pela população local como um enorme campo de futebol, lugar de encontro dos moradores do bairro de Santana, Casa Verde e redondezas para as suas competições esportivas. Um terreno que foi objeto de disputa entre duas poderosas entidades paulistanas, pois este pertencia à prefeitura que discutia internamente qual seria o melhor fim para o mesmo. Inicialmente, a briga transcorreu entre a Federação Paulista de Futebol que pretendia construir o chamado “Paulistão”, uma versão do estádio do Maracanã (RJ). E de outro, Júlio Mesquita, o dono do “Jornal Estado de São Paulo”, que se propunha erguer no local uma nova “Santa Casa de São Paulo”. A idéia era demolir as velhas instalações do hospital, no bairro de Higienópolis, e vender a área aos incorporadores com lucro exorbitante, o qual se reverteria em benefício da própria Santa Casa. O prefeito desta época era Prestes Maia, conhecido como o “reformador urbano”⁴¹. Como se não bastasse a indecisão por parte da prefeitura em decidir sobre o uso da área, inseriu-se outro

⁴⁰ **Comodato:** Do latim, *commodatum*, empréstimo; do verbo *commodare*: emprestar. Significa um contrato unilateral, gratuito, pelo qual alguém (comodante) entrega a outrem (comodatário) coisa certa (infungível), para ser usada temporariamente e depois restituída.

⁴¹ Prestes Maia foi prefeito de São Paulo entre 1961-1965, no seu mandato realizou grandes obras na cidade. Desenvolveu seu “plano de avenidas”, construiu inúmeras pontes e viadutos.

personagem na história, Caio Alcântara Machado, com a pretensão de realizar o projeto do Anhembi, um grande complexo para atender às exigências do mercado para com as feiras/eventos de negócios. A localização parecia muito atraente ao Anhembi, que na concepção do empresário foi seu maior trunfo junto ao prefeito.

A área está situada às portas de São Paulo para o Rio de Janeiro e Campinas, há a marginal Tietê facilitando o fluxo, o Campo de Marte ao lado (inaugurado em 1920, berço do Correio Aéreo Nacional).

Nas palavras do Sr. Machado⁴² repetidas vezes, sua estratégia de convencimento junto ao prefeito para a construção do Parque Anhembi no terreno da prefeitura foi:

Prefeito, você já reparou que aquela é a entrada de São Paulo? E de quem vem de onde? Do Rio de Janeiro! Para não falar que é também a entrada de quem vem de Campinas. O que é que você vai mostrar a eles, logo ali na chegada? Aquele treco estático, paredão, que é um estádio de futebol? Estádio só funciona uma vez por semana. Eu estou oferecendo um negócio dinâmico; centro de convenções funciona todo dia, tem gente do país inteiro, do mundo todo. E esse negócio de Santa Casa? O que é que você vai mostrar pro carioca quando ele chegar aqui? A miséria de São Paulo?

Após longo processo, foi realizada a concessão do terreno e iniciada a edificação do projeto. A criação do Parque Anhembi foi um marco espacial importante, um empreendimento relevante na produção do espaço urbano da região norte de São Paulo, que estimulou novos fluxos para esta região da cidade e gerou impactos sobre diversos setores, além de valorizar de forma significativa a área.

Segundo Conceição da Costa Neves, ex-diretora de marketing da empresa Alcântara Machado, a expansão das feiras no Brasil representou muito para o comércio exterior do país. Para ela, “[...] cada feira vale por dez Itamaratis[...].” O pensamento da Sra. Neves mostra-se tendencioso, carregado de ideologia, reforçando a representação do Parque Anhembi no cenário nacional, uma valorização buscada pelos agentes econômicos que se aproveitam dessa representação. Segundo a mesma, outro exemplo que enfatiza o peso do Parque Anhembi foi a grande “Feira da Mecânica” realizada em 1962, a qual contou com a

⁴² Conforme conta seu filho Caio Alcântara Machado Jr. – em entrevista concedida ao autor em 20 de novembro de 2007.

visitação de ministros de Estado e autoridades de diversos países latino-americanos. O intuito do convite era tornar visível o desenvolvimento industrial brasileiro, uma imagem que se buscava fortalecer no exterior.

Sob uma análise crítica dos acontecimentos, tem-se um claro exemplo da hegemonia de agentes de mercado na produção do espaço da cidade; exemplo concreto da vitória do valor de troca frente ao valor de uso. Como demonstram os depoimentos do Sr. Alcântara Machado e da Sra. Conceição da Costa Neves. Soma-se a isto a evidente rendição do Estado às demandas do empresariado paulista.

Sobre a implementação da marginal Tietê, segundo Almirante (2007)⁴³, foi em 1929 que se deu o início das obras de retificação do curso do rio Tietê, intervenção urbana importante para a implantação da Marginal Tietê e a realização da política de Prestes Maia - o *Plano de Avenidas*.

Segundo o mesmo autor (ibidem), em 28 de julho de 1938, o então prefeito Adhemar de Barros, cortou a fita simbólica do início das obras de canalização do rio Tietê. As obras continuaram em 1939, realizando a mudança do curso do rio, chamado na época de obras de “retificação” do rio Tietê. No mês de maio do mesmo ano, foi inaugurada a Ponte das Bandeiras sobre o rio, ligando o centro da cidade à Zona Norte. E em janeiro de 1957 deu-se a inauguração do grande trecho final da avenida marginal direita do Tietê. Em 12 de abril de 1960, para possibilitar a abertura da avenida entre o rio Tietê e a Avenida do Estado, o poder público, por meio do Decreto nº 4.675, declarou de utilidade pública vários imóveis da área. Assim, essas intervenções urbanas passaram a moldar a morfologia da região e criar maior dinamismo para a cidade devido à fluidez no tráfego. Como importante via de acesso a São Paulo, a marginal passou a induzir a instalação de diversos objetos técnicos, caso do Parque Anhembi, do Terminal Rodoviário do Tietê, do Expo Center Norte, dentre outros...

Conforme o mesmo autor (op.cit.), o Terminal Rodoviário Governador Carvalho Pinto, mais conhecido como Terminal Rodoviário Tietê foi inaugurado em 1982, tornando-se o maior terminal rodoviário de passageiros do

⁴³ ALMIRANTE, Marcelo. *Memória do Transporte Público*. 2007.
Capturado no site: <http://zrak7.ifrance.com/sp-sv.pdf> acesso em março de 2008.

país e segundo do mundo, atrás somente do terminal rodoviário de Nova Iorque. Em 1982 os embarques/desembarques foram transferidos da antiga Estação da Luz. E em 2001 houve a desativação do Terminal Rodoviário do Bresser, transferindo-se as 34 linhas que atendiam as 145 cidades do Sul de Minas Gerais para o Terminal Rodoviário Tietê. Segundo informações oficiais⁴⁴, a rodoviária ocupa uma área de 120 mil m², sendo 54.480 m² de área construída. Apresenta 61 empresas de ônibus, com 331 linhas que atendem diretamente 611 localidades em todos os estados do Brasil (exceto Amazonas e Acre) e 4 países (Uruguai, Paraguai, Argentina e Chile), além de uma linha seletiva para os aeroportos de Congonhas e Guarulhos e uma empresa de auto-lotação São Paulo – Santos.

Os rebatimentos espaciais decorrentes da instalação do Parque Anhembi são difíceis de precisar e a região continua a concentrar grandes barracões industriais com os mesmos usos. Todavia, é permissível dizer que o dinamismo da região, as infra-estruturas dispostas e alguns equipamentos (como a rede hoteleira) foram estimulados pelos fluxos ocasionados pelo Parque Anhembi, fluxos estes que em épocas de grandes eventos-feiras passaram até mesmo a constituir transtornos para o trânsito da área.

A instalação do Parque Anhembi representa uma escolha política do poder público municipal, visto que em sua imensa área outros objetos poderiam ter sido implementados, tais como um hospital público, um conjunto habitacional, escolas etc.

A oferta de empregos, assim como de postos de trabalho temporários, também é digna de menção. Vale ressaltar que estes empregos gerados não compreendem apenas aqueles envolvidos diretamente no Parque Anhembi, mas também envolvem diversas empresas terceirizadas, as quais prestam serviços à realização dos eventos e feiras do complexo. Embora a discussão esteja pondo foco nas áreas que circundam os grandes espaços de eventos, não se perde a relação destes com a totalidade da cidade. Os fluxos receptivos, os empregos gerados, a “venda” da cidade e os investimentos decorrentes disso ampliam a complexidade da questão.

⁴⁴ Capturado no site: <http://www.metro.sp.gov.br/servicos/terminais/tiete/tiete.shtml>. Acesso em março de 2008.

As imagens de satélite que seguem apresentam as diversas alas do complexo Anhembi, indicando a versatilidade de usos e funções do empreendimento.

Figura 1 – Parque Anhembi – Ala Oeste (Sambódromo e Arena Skol)

Fonte: <http://earth.google.com>, acessado em março de 2008. Adaptação: Fábio C. Braz

Figura 2 – Parque Anhembi – Ala Leste (Centro de Convenções, Hotel *Holiday Inn*. e Pavilhão de Exposições)

Fonte: <http://earth.google.com>, acessado em março de 2008. Adaptação: Fábio C. Braz

2.1.1.1 Usos e funções do Complexo Anhembi

Vale ressaltar que o Parque Anhembi compreende hoje um complexo que apresenta usos e funções distintas, não realizando somente eventos e feiras de negócios. São promovidos nas suas diversas alas eventos como: grandes shows nacionais e internacionais, grandes convenções, formaturas e também o desfile de Carnaval da cidade São Paulo, algo semelhante à Sapucaí no Rio de Janeiro.

Na abordagem sobre o Parque Anhembi e suas interpolações com o seu entorno, um dos aspectos mais interessantes e de grande significado para cidade (em especial os sujeitos sociais que nela habitam ou mesmo seus visitantes), foi a criação do Pólo Cultural e Esportivo Grande Otelo, popularmente conhecido como “Sambódromo”, construído na área oeste do complexo, que servia originalmente como estacionamento.

O Sambódromo é um conjunto arquitetônico projetado por Oscar Niemeyer, dentro uma concepção modernista, como caixas enfileiradas em meio a arcos curvilíneos (que buscam transmitir sensualidade). Das ruas ao Sambódromo o sentido da festa carnavalesca passou por uma evolução, se reduziu meramente ao desfile e premiação de algumas escolas de samba, a festa tornou-se um grande evento televisivo, com tempo rigidamente cronometrado.

No Sambódromo, os desfiles das escolas de samba tornaram-se um grande *show*, todo normatizado, estrategicamente pensado e estipulado por contrato. É notório o peso dos contratos milionários de cessão de imagens assinados pelas entidades e a liga das escolas de samba com a emissora.

O Pólo Cultural e Esportivo Grande Otelo recebe vários tipos de eventos, o que torna a festa carnavalesca quase uma exceção. O Sambódromo, por este prisma, mostra-se como um monumento de visibilidade turística.

Na administração do prefeito Paulo Salim Maluf foi instituído, na Secretaria de Turismo e Fomento, o “Calendário Oficial de Eventos”, o qual pelo decreto 9.051 de 12/10/1970 reconhecia a “Folia de Momo” como um evento público de caráter municipal, que passaria a ser supervisionado no âmbito burocrático do

Turismo, e não da Cultura. Traço mercadológico da festa, revelador de uma política pública de turismo na cidade.

O Pólo Cultural e Esportivo Grande Otelo, segundo informações da SPTuris, abriga em média 30 grandes eventos por ano, entre eles a maior festa popular paulistana, o Carnaval, além de diversos shows e eventos musicais como *Nokia Trends* e *Skol Beats*. Inaugurado em 1991, possuía capacidade para 10 mil pessoas. Em 1992, com a conclusão de alguns módulos de arquibancada, sua capacidade dobrou. Mas foi em 12 de fevereiro de 1996, com todos os setores concluídos, que o Pólo foi entregue, tendo o apelido de Sambódromo. Com sua capacidade ampliada para 30 mil pessoas. Além de toda a concepção necessária aos grandes desfiles, o Sambódromo oferece infra-estrutura para shows, eventos e desfiles, como o de “Sete de Setembro”, ali realizado desde 1998. O Pólo tem capacidade de reserva de água de 400 mil litros e de 750 kw para a iluminação de pista. A pista apresenta 530 metros de comprimento por 14 metros de largura, com piso de concreto estrutural à prova de alagamento. Nos últimos anos, uma diversificação da utilização dos seus espaços, fez do Pólo um local para eventos de diferentes estilos, esportivos ou artísticos.

O último projeto implementado no Parque Anhembi foi a construção da chamada “Arena skol”, uma parceria entre o Anhembi e a cervejaria Ambev, um grande espaço a oeste do Sambódromo (sua área de concentração), voltado a competições esportivas e à grandes eventos à céu aberto, como *raves*, espetáculos musicais diversos, especialmente *shows* de rock. Já faz parte do calendário de eventos neste espaço: *Nokia Trends*, Tim Festival, *Skol Beats* entre outros. A área desse espaço é de 23.150 m², com capacidade para 37.700 pessoas. E possui infra-estrutura fixa para a realização de atividades culturais e esportivas. Além disso, torres multimídia dão apoio para equipamentos de som, luz, telecomunicação e geradores de efeitos especiais.

O grande diferencial do espaço, segundo seus idealizadores, é a facilidade de montagem e desmontagem dos eventos. A venda de produtos nos bares é de exclusividade da marca Skol, quem tem a concessão por cinco anos,

visto que todo o investimento no espaço foi feito pela Ambev⁴⁵. Outros patrocinadores também podem anunciar no local, desde que de segmentos diferentes da cervejaria.

O Parque Anhembi demonstra ser hoje mais do que um complexo para eventos e feiras de negócios, a sua concepção original foi sofrendo mudanças e isto sugere a hipótese que a sua grande visibilidade decorra justamente dessa versatilidade de seus espaços. Com alas muito distintas tornou-se uma importante referência no segmento de eventos em geral. Partindo dessa premissa, o Estado e o empresariado da cidade têm discutido sua ampliação, visando o explorar de modo ainda mais intenso.

Mesmo com um extenso calendário de eventos e feiras, o Parque Anhembi já se mostra superado, urgindo ampliação (é o discurso propalado). Conforme informações adquiridas da prefeitura e divulgadas pela *Folha de São Paulo* de 16/07/2006⁴⁶, o investimento para o projeto de ampliação está calculado em cerca de US\$ 1,5 bilhão, a ser feito pela iniciativa privada por meio de instrumentos como a PPP (Parceria Público Privada) ou concessões. No projeto consta um novo centro de convenções para 5.000 pessoas, uma arena para shows e eventos, comportando 100 mil pessoas, um estacionamento com 30 mil vagas, um *mini-shopping center*, um museu da música popular brasileira e mais um estacionamento do outro lado do rio Tietê.

O projeto de ampliação do espaço vislumbra a utilização do terreno ocupado pelo aeroporto Campo de Marte, que se encontra ao lado e pertence à União. Questão polêmica e que levanta uma difícil discussão com a Aeronáutica. O problema se complexifica ao se trazer à tona o caos aéreo vivenciado no Brasil, especialmente em São Paulo.

Essa negociação não deve avançar, segundo Domério Nassar de Oliveira⁴⁷, diretor financeiro e de relações com investidores da SP Turismo, enquanto

⁴⁵ A AmBev é a maior indústria privada de bens de consumo do Brasil e a maior cervejaria da América Latina. A Companhia foi criada em 1º de julho de 1999, com a associação das cervejarias Brahma, Skol e Antarctica. A fusão foi aprovada pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) em 30 de março de 2000. Informação capturada no site: <http://www.ambev.com.br>.

⁴⁶ Notícia capturada no site: <http://clipping.planejamento.gov.br/> em out. de 2007.

⁴⁷ Notícia capturada no site: <http://www.comlicitacao.com.br/futuro/> em dez. de 2007

não existir um plano definitivo para a organização do tráfego aéreo em São Paulo, visto que o aeroporto de Congonhas opera acima de sua capacidade. Outra barreira é o fato de que o projeto de lei que regula as PPPs na cidade de São Paulo, de autoria do poder executivo, ainda tramita na Câmara Municipal. Embora seja possível viabilizar o projeto com base nas leis federal e estadual, Oliveira afirma que dificilmente esta alternativa será escolhida.

Figura 3 – Vista Panorâmica do Parque Anhembi às margens do rio Tietê

Fonte: <http://www.anhembi.com.br> . Acessado em fev. de 2008

Figura 4 – Vista Panorâmica do Parque Anhembi: ao Fundo o Bairro da Casa Verde

<http://www.cidadedesaopaulo.com/touraeero/fotos/anhembi1>. Acessado em mai. de 2008.

**Figura 5 -
À frente a Arena
Skol e ao fundo o
Sambódromo**

Fonte: <http://www.cidadedesaopaulo.com.br>. Acessado em fev. de 2008

**Figura 6 -
Pólo Cultural e Esportivo
Grande Otelo (Sambódromo)**

Fonte: <http://www.cidadedesaopaulo.com.br>.
Acessado em fev. de 2008

**Figura 7 – Hotel
Holiday Inn.**

Fonte:
<http://www.cidadedesaopaulo.com.br>
Acessado em maio de 2008

2.1.2 O Centro de Exposições Imigrantes

O Centro de Exposições Imigrantes - CEI, erguido com o dinheiro do tesouro do Estado, apresentando área total de 242 mil m² e 5,5 mil vagas de estacionamento é considerado, hoje, o terceiro maior espaço de eventos do município. Localizado na Zona Sul de São Paulo, encontra-se situado às margens da rodovia dos Imigrantes KM 1,5, a 1.200 metros do Av. dos Bandeirantes, 850 metros do terminal de ônibus Jabaquara e da estação final da linha azul (norte-sul) do metrô. Distante 3 km do aeroporto de Congonhas e aproximadamente 7 km de um importante eixo econômico da cidade, assim como da maior concentração hoteleira e edifícios corporativos (a denominada “Nova Área de Centralidade” de São Paulo), uma centralidade estritamente econômica, região adjacentes à Av. Berrini, Nações Unidas etc.

A situação geográfica do CEI, pela disposição da rodovia, o terminal rodoviário metropolitano (de onde partem ônibus para a baixada santista), o metrô, o aeroporto e, de certa maneira, a rota para o porto de Santos, compreendem externalidades que favorecem logisticamente o seu desenvolvimento.

Analisando o “mapa de uso e ocupação do solo”⁴⁸ que compreende a região em torno ao CEI, verifica-se que a maior parte da área a leste do recinto de exposições pertence a JA-ZEP, significando Zona Especial de Preservação. A qual é definida pela SEMPLA⁴⁹ como:

[...] porções do território destinadas à reservas florestais, parques estaduais, parques naturais municipais, reservas biológicas e outras Unidades de Conservação que tenham por objetivo básico a preservação da natureza e atividades temporárias voltadas à pesquisa, ao ecoturismo e à educação ambiental, de densidades demográfica e construtiva baixa.

⁴⁸ Plano Regional Estratégico – Subprefeitura do Jabaquara – Secretaria Municipal de Habitação e Desenvolvimento Urbano – SEHAB. Lei n. 13.885, de 25 de agosto de 2004.

⁴⁹ SEMPLA–Secretaria Municipal de Planejamento Urbano.

Capturado no site: <http://sempla.prefeitura.sp.gov.br>

Esta enorme área compõe o Parque do Estado, juntamente com o Jardim Botânico e o Jardim Zoológico. Em meio a esta área está presente o prédio da Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado.

Nesta área de preservação não se permite descaracterização, inclusive por placas e *outdoors* visualmente impactantes. Muito antes da execução da Lei de Despoluição Visual de São Paulo, limitando e/ou proibindo grandes anúncios publicitários, houve grande pressão dos administradores do PEFI (Parque Estadual das Fontes do Ipiranga), que envolve toda esta área de preservação, para que o CEI não expusesse grandes anúncios ou placas indicadoras das feiras e eventos realizados no recinto. A solicitação foi enviada à Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado, a gestora do contrato de concessão do espaço, exigindo medidas reguladoras para a propaganda no recinto de exposições.

Na área ao norte do CEI observa-se, pelo zoneamento, uma JA-ZEIS, ou seja, Zona Especial de Interesse Social, compreendida como uma área que se estabelece um plano próprio de uso, reconhecendo as especificidades locais, normalmente assentamentos urbanos de população marginalizada, que passa por um novo desenho urbanístico e regularização fundiária.

Mais ao sul do CEI, no bairro Cidade de Vargas, há a JA-ZER-2, apresentando um uso e ocupação residencial de média densidade, com predominância de edificações térreas.

À oeste do CEI, a Vila Guarani, verifica-se como uso e ocupação do solo, a JA-ZM-2, uma Zona Mista de Média Densidade, ou seja, podendo intermediar usos distintos na área, que não compreenda aquele meramente residencial. Por uma densidade média, apresenta um maior número de edificações térreas, especialmente habitações de médio e baixo padrão. (ver mapa 10)

Mapa 10 – Uso e Ocupação do Solo - Jabaquara

<p>LEGENDA</p> <p>— Limite do Município de São Paulo</p> <p>— Limite das Subprefeituras</p> <p>— Limite dos Municípios Vizinhas de São Paulo</p> <p>— Limite de Área de Proteção Ambiental</p> <p>— Limite da Macrozona de Proteção Ambiental</p> <p>— Rodovial</p> <p>— Sistema Viário Estrutural</p> <p>— Ferrovia</p> <p>— Hidrografia</p> <p>— Limite de Área de Proteção dos Mananciais</p> <p>SISTEMA DE ÁREAS VERDES DO MUNICÍPIO</p> <p>— Parques e áreas verdes municipais</p> <p>— Camêbio</p> <p>— Clube Esportivo Social</p> <p>— Clube de Campo</p>	<p>MACROZONA DE ESTRUTURAÇÃO E QUALIFICAÇÃO URBANA</p> <p>2011 Zona Exclusivamente Residencial Baixa Densidade</p> <p>2012 Zona Exclusivamente Residencial Alta Densidade</p> <p>2013 Zona Predominantemente Industrial</p> <p>2014 Zona Mista de Baixa Densidade</p> <p>2015 Zona Mista de Média Densidade</p> <p>2016 Zona Mista de Alta Densidade - a</p> <p>2017 Zona Mista de Alta Densidade - b</p> <p>2018 Zona de Centralidade Prior - a</p> <p>2019 Zona de Centralidade Prior - b</p>	<p>ZONAS ESPECIAIS</p> <p>2020 Zona Especial de Interesse Social - 1</p> <p>2021 Zona Especial de Interesse Social - 2</p> <p>2022 Zona Especial de Interesse Social - 3</p> <p>2023 Zona Especial de Interesse Social - 4</p> <p>2024 Zona Especial de Proteção Ambiental</p> <p>2025 Zona Especial de Produção Agrícola e de Extração Mineral</p> <p>2026 Zona Especial de Preservação Cultural</p> <p>2027 Zona de Ocupação Especial</p>	<p>MACROZONA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL</p> <p>2028 Zona de Centralidade Prior de Proteção Ambiental</p> <p>2029 Zona Mista de Proteção Ambiental</p> <p>2030 Zona de Proteção e Desenvolvimento Sustentável</p> <p>2031 Zona Exclusivamente Residencial de Proteção Ambiental</p> <p>2032 Zona de Lazer e Turismo</p> <p>2033 Zona Especial de Preservação</p>	<p>TRECHOS DE LOGRADOUROS PÚBLICOS ENQUADRADOS EM ZONAS DE CENTRALIDADES LINEARES</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - a (ZCL-a)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - b (ZCL-b)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - c (ZCL-c)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - d (ZCL-d)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - e (ZCL-e)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - f (ZCL-f)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - g (ZCL-g)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - h (ZCL-h)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - i (ZCL-i)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - j (ZCL-j)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - k (ZCL-k)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - l (ZCL-l)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - m (ZCL-m)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - n (ZCL-n)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - o (ZCL-o)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - p (ZCL-p)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - q (ZCL-q)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - r (ZCL-r)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - s (ZCL-s)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - t (ZCL-t)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - u (ZCL-u)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - v (ZCL-v)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - w (ZCL-w)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - x (ZCL-x)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - y (ZCL-y)</p> <p>— Zona de Centralidade Linear - z (ZCL-z)</p>
--	--	--	---	--

O Centro de Exposições Imigrantes impactou sobre a área em que se instalou, trazendo um maior fluxo de pessoas e atraindo por consequência pequenos comércios e serviços para atender à demanda.

Após a década de 1970 há um desdobramento do eixo dos investimentos em São Paulo, em direção à Zona Sul e Sudoeste. Esta década é profícua em obras conduzidas pelo Estado ou em parcerias com a iniciativa privada, como por exemplo a construção da rodovia dos Imigrantes, o Terminal Rodoviário Jabaquara, a linha de metrô Norte-Sul, a Secretaria da Agricultura, o Parque do Estado e o Centro de Exposições Imigrantes, inaugurado em 1979, rebatimentos espaciais que redefinem as estratégias do capital para com esta região, organizando este espaço e redefinindo a forma urbana neste fragmento do espaço da cidade, que passa a adquirir uma nova dinâmica.

Figura 8 – Imagem de Satélite da Área Onde se Situa o Centro de Exposições Imigrantes

Fonte: <http://earth.google.com>, acessado em maio de 2008. Adaptação: Fábio C. Braz (2008)

Figura 9 - Vista Aérea do Centro de Exposições Imigrantes

Fonte: Imagem de 2000, na escala 1:5000, cedida pelo Depto de Marketing do Centro de Exposições Imigrantes.

**Figura 10 - Vista Panorâmica do Centro de Exposições Imigrantes
(ao fundo o Parque Estadual das Fontes do Ipiranga)**

Fonte: Depto de Marketing do Centro de Exposições Imigrantes. (2007)

A rodovia dos Imigrantes, que data de 1974, está se expandindo à mesma época da criação do CEI, sendo a principal via de acesso da cidade de São Paulo à Baixada Santista e ao litoral sul paulista, apresentando um tráfego intenso de veículos, o que nas palavras de Ana Silvia⁵⁰, chefe do departamento de engenharia da Secretaria da Agricultura e Abastecimento, “[...] favorece o conhecimento do espaço pelo público”. Essa rodovia faz parte de um complexo de estradas denominado Sistema Anchieta-Imigrantes, que ligam também as seguintes rodovias: Anchieta, Padre Manoel da Nóbrega e Cônego Domênico Rangoni, uma importante malha rodoviária do estado. Para a construção da rodovia dos Imigrantes, na altura do KM 1,5, onde se localiza o CEI, juntamente à Secretaria de Agricultura e Abastecimento, a quem pertence o terreno, uma grande área ocupada teve que ser transferida desta secretaria para a Secretaria dos Transportes, por conta do canteiro de obras; uma superfície total de 34.524,50 m², tendo como interessado a DERSA (Desenvolvimento Rodoviário S.A).

No que se refere à Zona Sul de São Paulo (o entorno do Centro de Exposições Imigrantes) fica evidente que esta região da cidade foi “re-descoberta” por agentes de mercado na década de 1970, quando o Estado passa a realizar grandes obras e intervenções urbanas. A construção do metrô Jabaquara (linha Norte-Sul), o Terminal Rodoviário, a Rodovia dos Imigrantes, todos permitindo maior fluidez neste fragmento do espaço urbano, inserindo-o com mais força na dinâmica total da cidade, contraindo a distância centro-periferia. É muito difícil precisar os impactos do CEI na região, pois ele mostra-se ao mesmo tempo induzido e indutor de transformações, juntamente com os outros objetos técnicos dispostos no entorno.

⁵⁰ Em entrevista concedida ao autor em novembro de 2007.

Fonte: SCHIFFER, Sueli. Globalização e Estrutura Urbana. São Paulo:Hucitec-Fapesp, 2004 (in CD-ROM)

Adaptação: Fábio C. Braz (2008)

Outro importante objeto técnico nas proximidades do CEI é o terminal rodoviário do Jabaquara, o qual permite grande parte do fluxo de visitantes, assim como o deslocamento dos que trabalham no espaço de eventos. O metrô, após ser concebido o sistema e elaborado o projeto, passou a ser construído no final de 1968, momento em que as obras no subsolo da cidade passaram a ocorrer de Norte a Sul. Sete anos depois, os trens já operavam de ponta a ponta, unindo Jabaquara a Santana, hoje ampliada até o Tucuruvi. No que se refere ao Terminal Intermunicipal Jabaquara, foi inaugurado em maio de 1977, deste terminal partem ônibus para cidades do Litoral Paulista: Bertioga, Guarujá, Santos, Praia Grande, Ocean, Cubatão, São Vicente, Mongaguá, Itanhaém, Peruíbe. O percurso entre o Terminal Jabaquara e o CEI pode ser feito numa caminhada de aproximadamente 15-20 minutos. Promotores de feiras/eventos facilitam esse traslado colocando, gratuitamente, ônibus e vans percorrendo o tempo todo o caminho entre o terminal e o CEI. Há apenas uma linha de ônibus da prefeitura fazendo o trajeto metrô Jabaquara – Zoológico (o qual se encontra atrás do CEI, assim como o Jardim Botânico e o IAG-USP). (ver mapa 12).

Analisando com acuidade as intervenções urbanas realizadas pelo Estado na década 1970 nesta região da cidade, pode-se afirmar que no processo de produção deste espaço, o mesmo é “re-descoberto” pelo capital a partir das grandes obras públicas que romperam com suas limitações (não acessibilidade) e ampliaram possibilidades do capital privado de inserir este fragmento do espaço na dinâmica totalitária da cidade, criando uma relação mais forte entre centro e periferia. É digno lembrar que neste momento histórico vivia-se no Brasil o chamado “milagre econômico” (1968-1973), uma época de grande crescimento econômico do país, um plano de governo coordenado pelos militares de forte apelo ideológico e nacionalista. A marca maior deste período foram as grandes obras públicas, algumas delas intervenções de grande impacto sobre as cidades. Obras que objetivavam mais do que possibilitar o desenvolvimento regional, mas principalmente dar ênfase ao governo militar. A espacialidade, nesta conjuntura histórica, foi adquirindo novos contornos, que no plano do espaço físico (sua morfologia) demonstrou mudanças em sua forma, estrutura e função. As transformações impulsionadas pelo Estado neste fragmento do espaço urbano da cidade induziram

a construção do prédio da Secretaria da Agricultura e Abastecimento nessa área e, por conseguinte, sob a administração desta secretaria, o Parque da Água Funda (posteriormente tornado Centro de Exposições Imigrantes), com a função de promover exposições agropecuárias.

Neste caso, o Estado age como uma espécie de “mestre de obras”, ao criar a materialidade necessária para atrair o investimento privado no espaço, um agente importante no processo de produção do espaço, aquele que o regula e ordena, exercendo o controle do ponto de vista organizacional, administrativo, jurídico, fiscal e político. O Estado reproduz a divisão centro-periferia com estratégias de poder fundadas no aparelho estatal que reproduzem espaços de confrontos e conflitos. Põe-se acento no processo de produção socializada (em que os custos são repartidos pela sociedade) e sua apropriação privada, que aprofundam a divisão do espaço em parcelas cada vez menores comercializadas no mercado. As grandes somas de capital aplicados na produção do espaço pelo Estado (por suas diversas instituições) hierarquizam os espaços e demonstram (raras as exceções) *tática-estratégias*⁵¹ de agentes hegemônicos.

O Centro de Exposições Imigrantes, desde sua fundação até o ano de 1993, esteve sob a administração do Estado, que, a partir daí, o terceirizou, sem, no entanto, abrir mão de suas instalações. A partir de então ele passou a ser administrado por um consórcio firmado pelas empresas Agrocentro Empreendimentos e Participações Ltda e CNAGA (Companhia Nacional de Armazéns Gerais Alfandegários), que em concorrência pública adquiriram da Secretaria de Agricultura e Abastecimento a concessão, por 20 anos, de uso remunerado do recinto de exposições.

O nascimento do CEI, no final da década de 1970, imbricou-se às características de um país primordialmente agro-exportador, em que pesava economicamente o setor agropecuário. Na conjuntura da época, as feiras agropecuárias faziam-se muito importantes (e continuam, embora a indústria prevaleça) devido à troca de experiências, métodos, técnicas modernas a serem aplicadas no campo, para consecutivamente melhorar a produção e a produtividade na agricultura e na criação de animais, com exposição de raças, técnicas de

⁵¹ LEFEBVRE, H. (1974)

fertilização, dentre outros. O CEI foi criado quando o “Parque da Água Branca”, notório pela realização de exposições agropecuárias na cidade (localizado no distrito da Barra Funda, Zona Oeste), já não era capaz de suprir a demanda e porque a área ocupada mostrava-se pequena e a estrutura defasada. Outro motivo que induziu a transferência desses eventos/feiras para o CEI foi a pressão urbana no entorno do Parque da Água Branca, pois deslocar e expor animais no local apresentava problemas. É nesse contexto que no bairro da Água Funda, somado ao projeto de construção da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado criou-se o projeto de um grande recinto de exposições, de caráter estritamente agropecuário, hoje denominado Centro de Exposições Imigrantes. O terreno já pertencia ao Estado e está inserido no chamado PEFI - Parque Estadual das Fontes do Ipiranga, uma área de preservação florestal de espécies da Mata Atlântica. Anterior à edificação do CEI já existia a área de preservação, todavia, o PEFI só foi criado em 12 de agosto de 1991, pelo Decreto lei estadual 52.281, sendo mais conhecido como Parque do Estado, com uma área de 526 hectares.

A transferência do recinto de exposições do bairro da Água Branca para o Água Funda deu-se em 1979. Até o ano de 1993 somente feiras ou festas agropecuárias podiam ser realizadas. A partir da concessão do espaço para o consórcio Agrocentro/CNAGA, em 1993, reformas e transformações estruturais foram realizadas, diversificando os usos do espaço, englobando agora qualquer tipo de evento, de formaturas à Bienal do Livro, captando eventos/feiras de negócios de diversos segmentos do mercado. De 1979 a 1993, o Estado foi o responsável pela promoção das feiras/eventos realizados no espaço, mas no momento em que a estrutura física necessitava de profundas reformas, ampliação e manutenções constantes, o Estado decide passá-lo a uma administração privada, sob a forma de concessão remunerada, estratégia esta que não oneraria os cofres públicos e traria modernização e competitividade perante outros espaços, revelando um nítido discurso neoliberal.

Mapa 12 – Áreas administrativas nos arredores do Centro de Exposições Imigrantes

Figura 11 – Vista aérea do Centro de Exposições Imigrantes

Fonte: Depto de Marketing do Centro de Exposições Imigrantes (2007)

Figura 12 – Imagem de Satélite Centro de Exposições Imigrantes

Fonte: PIRILLO, Fernanda C. *O PEFI como elemento estruturador de um sistema de áreas verdes.* (- Dissertação de mestrado – FAU). São Paulo: FAU-USP, 2004.

Fonte: Imagens de 2007, cedidas pelo Depto de Marketing do Centro de Exposições Imigrantes.

Para o crescimento do Centro de Exposições Imigrantes e de sua maior visibilidade em âmbito nacional, além de mudanças estruturais internas (no espaço físico do pavilhão), a própria estratégia de captação de eventos/feiras de negócios passou a ser repensada. Em um primeiro momento surgiu a idéia de se realizar “festas do peão de boiadeiro”, com rodeio e toda a materialidade requerida. Mas pela cultura, substancialmente urbana, do paulistano incrustado na vida moderna, chegou-se à conclusão que este tipo de evento amargaria fracassos. Conforme as palavras de uma entrevistada⁵², “[...] São Paulo não é cidade para *cowboys*.” Isto comprova como a “imagem que se tem da cidade” é induzida/indutora de projetos, investimentos, festas... As representações do espaço e o poder simbólico conduzem a táticas-estratégias da reprodução do capital no espaço. A representação mostra-se como momento importante da reprodução, e a sociedade vai vivendo o espetáculo (no sentido da alienação).

O Centro de Exposições Imigrantes, de propriedade da Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado, por se tratar de uma concessão de uso remunerado, em nome do consórcio Agrocentro-Cinaga, visa como forma de prolongar essa concessão por mais 20 anos, aumentar o percentual de ocupação do espaço de forma rentável através de promoções e incentivos para a realização de eventos nos períodos de baixa ocupação (dez., jan., fev.). Objetiva, também, estabelecer parceria com os hotéis mais próximos ao CEI para redução das tarifas de quartos para os participantes dos eventos e feiras. Essa estratégia revela as interações com outras empresas privadas na conjugação de esforços para atrair visitantes, expositores e investidores à cidade, o que por sua vez realiza o plano do capital, ou seja, sua reprodução no espaço urbano de São Paulo.

Ao tomar os grandes eventos e feiras de negócios na sua relação com o espaço, não se pode deixar de pensar a totalidade, a existência de determinações políticas, econômicas e sociais, pois todo um conjunto de atividades é movido e diversos setores da economia e grupos sociais participam dessa relação, desde a faxineira ao alto executivo, seja pelos empregos gerados, formais, informais ou terceirizados ou ainda pelos transtornos causados ao bairro, isto é, o entorno aos espaços de eventos.

⁵² Ana Silvia - Chefe do Núcleo de Engenharia da Secretaria da Agricultura e Abastecimento, em entrevista concedida ao autor em 15/12/2007.

No caso do Centro de Exposições Imigrantes, moradores do seu entorno reclamam do problema de acústica do pavilhão, o qual intensifica o som de algumas festas ou eventos, como formaturas. Segundo os moradores o som é ouvido a quilômetros de distância, trazendo enorme desconforto aos que vivem nos bairros Vila Guarani, Cidade Vargas, Conceição e Vila Facchini. Ao formalizarem sua reclamação, esses moradores deram início a um longo processo, envolvendo até a polícia. Segundo Clovis Tellini⁵³, “[...] Não adianta trancar tudo, pois o som não pára [...] os vidros chegam a tremer.” O CEI comprometeu-se a não realizar mais esses tipos de festas para não ocasionar desconforto aos habitantes da região.

Outro problema citado pela população local é o tumulto gerado no trânsito da área nos dias de grandes eventos/feiras, mediante o fluxo excessivo de veículos que atravessam o bairro, por não haver um acesso direto ao pavilhão sem se adentrar no mesmo. Acesso este que já foi assunto de inúmeras discussões do Centro de Exposições Imigrantes junto à EMURB (Empresa Municipal de Urbanização) e outras secretarias, uma reivindicação popular há mais de 5 anos, uma briga com a Associação de moradores da Cidade de Vargas. No mandato do atual prefeito, Gilberto Kassab (iniciado em 2006), deu-se por aprovado o projeto de construir um pontilhão e deslocar o fluxo de veículos, desafogando o trânsito no bairro, o que deve resolver a questão que aflige a comunidade. Quando acontecem grandes feiras/eventos, segundo Eduardo Ullian⁵⁴, “[...] para descer a av. Bandeirantes até o pavilhão do Centro de Exposições Imigrantes demorava-se quase 4 horas. Em grandes feiras, demora-se uma hora para atravessar a rodovia [...]”

Tanto no plano estratégico do Parque Anhembi quanto no do Centro de Exposições Imigrantes os itens acesso e transportes são considerados de extrema importância, exigindo intervenções urbanas no entorno, que fica a cargo do poder público, via secretaria de planejamento urbano, secretaria de turismo, EMURB, CET, dentre outras. É justamente pela necessidade de facilitar os fluxos de pessoas e mercadorias que tais empreendimentos se localizam junto a importantes

⁵³ Morador do bairro Cidade Vargas em entrevista concedida ao autor em jun. de 2007.

⁵⁴ Chefe do Depto de Marketing do Centro de Exposições Imigrantes, em entrevista concedida ao autor em 10/10/2007.

eixos rodoviários da cidade. Mas ainda sim, surgem problemas no tráfego e tumulto nos dias em que se realizam grandes eventos/feiras. Tal constatação levou os promotores de eventos nesses recintos a estimular a vinda dos visitantes por metrô. E para o traslado do metrô ao recinto, os mesmos disponibilizam transporte gratuito. Mas esta medida não invalida o caos que se instala. O trânsito permanece com enorme lentidão, quase parado. Tanto o entorno ao Parque Anhembi quanto CEI apresentam este tipo de problema.

No caso do Parque Anhembi, por ser uma região de muitos barracões e galpões industriais, os efeitos são relativamente amenos no que tange ao tráfego. Mas a situação do Centro de Exposições Imigrantes torna-se mais grave, pois está localizado em uma região não servida por boas alternativas de transporte coletivo, e o transporte individual tem sido um problema, principalmente à população local, pois todo o fluxo que se dirige ao CEI necessita adentrar no bairro, em meio às moradias da Cidade de Vargas, visto que é a única acessibilidade ao pavilhão até o momento. Este problema há anos têm deixado os habitantes da comunidade extremamente insatisfeitos, cobrando medidas da prefeitura, que sendo inúmeras vezes reivindicada, pôs em ação o projeto da construção de uma nova alça de acesso ao CEI sem afetar aos moradores locais. A obra foi exigida em regime de urgência.

Sob o ponto de vista dos agentes de mercado (envolvendo promotores de eventos/feiras, lojistas, expositores, comerciantes, rede hoteleira etc.) o tempo perdido pelo visitante e/ou turista no trânsito pode representar uma refeição a menos, substituída por um lanche rápido, a impossibilidade de acesso a uma loja e a necessidade de ações apressadas para cumprir a sua agenda. Multiplicado pelos 4,2 milhões de turistas de negócios anuais, calculam estes agentes, grandes perdas pelo tumulto no trânsito, apenas nesse setor da economia.

Os eventos/feiras de grande porte costumam alterar o cotidiano das pessoas nas cidades onde são promovidas, visto que hotéis e restaurantes aumentam seu movimento, incentiva-se a prestação de serviços diversos (ofertando empregos), assim como aumenta a circulação de táxis e movimento nas companhias aéreas etc. É em função desse viés econômico que se põe tanta relevância na

discussão sobre a atividade do turismo e em especial, o turismo de eventos e negócios, o que envolve o “plano estratégico da cidade” e seu “*city marketing*”.

O planejamento estratégico é definido como um instrumento relevante para a gestão de municípios, prefeituras e organizações públicas, principalmente pelas dificuldades dos recursos financeiros nos municípios, pela obediência à Lei de Responsabilidade Fiscal, pela exigência do Estatuto da Cidade e pela pressão dos munícipes e gestores locais. A grande problemática, todavia, é que o plano estratégico da cidade vem pondo em prática o plano do capital.

Ilustrando a questão, destaca-se o prefeito de São Paulo e o ex-governador do estado, Geraldo Alckmin, que em março de 2006 assinaram um convênio para a realização de obras de requalificação e reurbanização no sistema viário da Avenida dos Bandeirantes, uma das maiores avenidas exportadoras do mundo, de grande importância econômica para o Estado e o País. Sobre o peso das PPP's, o prefeito mencionou que quando entrou na prefeitura, havia apenas um convênio com o governo do Estado, e no início de 2006 já possuía 25 parcerias, somando um montante de R\$ 750 milhões. Este fato reforça a extensão do pensamento neoliberal e uma gestão de forte caráter empresarial. O poder do Estado não aparece nitidamente devido a uma sobre-determinação do econômico (através dos múltiplos agentes de mercado). No entanto, é o Estado o grande normatizador do espaço, assim como das relações de trabalho e reprodução do capital, representando, portanto, o momento da abstração concreta. É o Estado que define o uso e ocupação do solo, que estabelece planos de reurbanização e requalificação urbanas, apontando para a valorização do espaço.

Como concessão de uso remunerado, o CEI, mesmo administrado pela iniciativa privada, tem um gestor do contrato na Secretaria da Agricultura e Abastecimento, além de um corpo técnico que avalia e defere sobre possíveis projetos a ser implementados na área. Foram inúmeros os projetos propostos, incluindo um hotel e um parque temático (um simulacro do mundo rural). Muitos dos projetos encaminhados à Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado não obtiveram aprovação, justamente pela cláusula do contrato que proíbe a descaracterização da área.

Sobre a construção do hotel, o pedido foi requerido em 1994, um ano após a terceirização do recinto de exposições. A construção do hotel incorporado ao CEI transcorreu de uma solicitação de algumas associações ligadas à agropecuária, pois a hotelaria dispunha-se afastada desse espaço de eventos, o que se mostrava um transtorno aos expositores e visitantes. Assim, os agentes econômicos vislumbraram um nicho de mercado a ser explorado. No projeto anunciado haveria 50 apartamentos. A concessão de uso se estenderia por 10 anos, prorrogável por mais 20 ou 30 anos. O argumento utilizado por esses agentes produtores do espaço urbano junto à Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado, foi o de aparelhar melhor o CEI, colocando-o em competitividade com outros espaços de eventos da cidade.

Antes mesmo da realização de estudos de viabilidade técnica, o centro de engenharia da referida Secretaria observou uma impossibilidade legal que dependeria de alteração da lei. O contrato não permitia a construção desse tipo de estrutura na área.

Em meio às táticas-estratégias dos agentes da iniciativa privada, propôs-se um emblemático projeto, que só não avançou por não se ter conseguido levantar o recurso necessário à sua implementação. Na área que compreende o CEI seria construído, como uma ala anexa, um Parque Temático denominado “Parque do Chico Bento”. Este parque seria uma réplica (um simulacro) do mundo rural ofertado aos habitantes de São Paulo. A idéia desse parque temático segue o raciocínio de que o meio rural, com seus modos de vida, mostra-se muito distante da realidade urbana dos habitantes da Grande São Paulo. O parque apresentaria formas de exploração e ocupação da terra, exposição de animais como em uma fazenda e haveria atrações interativas com temática ligada à agropecuária e à cultura popular brasileira. Esse mundo rural tematizado com a imagem do personagem caipira - “Chico Bento” da “Turma da Mônica”- teve o apoio de seu criador Mauricio de Souza.

A tramitação toda transcorreu no ano de 1997, e o projeto foi deferido pela Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado, visto que o parque “não descaracterizaria o espaço de eventos, mantendo sua orientação agropecuária”. Esse projeto teve grandes oportunidades de avançar, todavia, o

capital necessário ao empreendimento não foi levantado, o que representou a grande dificuldade de fazê-lo sair do papel.

As ações do poder público (em suas diversas instâncias) e da iniciativa privada projetam-se no espaço, conformando-o, materializando as suas intenções como maneira de continuar criando condições para a reprodução do capital no espaço, indicando-o como condição e meio à sua realização. Pontuam-se as características, equipamentos e estruturas dispostas sobre os pedaços desse espaço quebrado (fragmentado) valorizando/desvalorizando/re-valorizando-os, traço este que os coloca em hierarquia, principalmente em importância para reprodução do capital (atraindo investimentos). É em meio a esta trama de relações que o espaço vai sendo produzido/reproduzido e metamorfoseado induzido por uma regulação tático-estratégica.

Pelo esforço teórico de apreensão do espaço como categoria fundamental de análise, considera-se pertinente apresentar as teses propostas por Lefebvre (1973, p.28-31):

- O espaço é a **forma** pura, a transparência, a inteligibilidade. Seu conceito exclui a ideologia, a interpretação, a não sapiência. Na dita hipótese, ele é desprendido de todo conteúdo (sensível, material, vivido, prático). Um espaço vazio e puro, lugar por excelência dos números e das proporções, e visual e portanto desenhado, espetacular;
- O espaço social é **produto** da sociedade, comprovável e que depende ante tudo da contestação, permitindo uma descrição empírica antes de toda teorização. Resultado da história, das técnicas, das atividades diversas, consequência do trabalho e da divisão do trabalho;
- O espaço como **meio**, ou seja, não será ponto de partida (mental e social ou como na hipótese filosófica), nem um ponto de chegada (um produto social, o ponto de reunião dos produtores), mas sim, um intermediário, um procedimento e um instrumento. Sendo nesta perspectiva um instrumento político e intencionalmente manipulado. É um procedimento na mão de alguém, indivíduo ou coletividade.

Analisar o espaço como *forma*, *produto* e *meio* nos instiga reflexões acerca do urbanismo e do turismo na cidade de São Paulo. E apresenta um caminho para desvelar a realidade do espaço urbano, de sua produção/reprodução. E esclarece no plano da ontologia do espaço qualidades e características deste.

O espaço como consequência do trabalho, das técnicas, um produto socialmente produzido ao longo da história adquire materialidade por meio das estruturas dispostas pelo tecido urbano, o que confere a este espaço uma forma (indissociada de seu conteúdo). E esta forma, no plano da morfologia, remete às características observadas na paisagem urbana. No caso de São Paulo, um emaranhado de concreto, aço, vidro e vias que se entrelaçam compondo uma grande rede. Vê-se também, que a forma desse espaço (ou as formas que compõe os seus fragmentos) mediante uma seletividade dos investimentos, ganha diferenciação dada a presença/ausência do poder público, da atuação dos agentes econômicos e ainda pelo conteúdo social apresentados nesses fragmentos. O espaço como meio, apresenta-se como um instrumento manipulável por interesses de agentes diversos, em que pesa a orientação induzida pelo capital, pelas grandes transações imobiliárias. Nessa teorização sobre o espaço, soma-se a contribuição de Carlos (2001), que também considera o espaço como uma *condição*, isto é, a base fundamental para a realização do plano da vida e da reprodução do capital, visto que, tornado uma mercadoria, o espaço passa a ser uma condição essencial à reprodução e acumulação capitalista.

2.2 Eventos, negócios e a hotelaria na metrópole: algumas considerações

A expansão do parque hoteleiro de São Paulo aponta para uma forte orientação da cidade como destino de eventos e negócios. Pois, além de hospedar, esses hotéis apresentam em sua maioria espaços para reuniões e centros de convenções para a realização de eventos de menor porte, se comparados com aqueles promovidos nos grandes espaços de eventos da cidade, como o Parque Anhembi e o Centro de Exposições Imigrantes entre outros.

Analisar o vetor de expansão dos hotéis possibilita observar a dinâmica da produção-reprodução do espaço da metrópole e suscita reflexões sobre a formação de centralidades (especialmente a econômica) no mesmo. Também demonstra a seletividade dos investimentos na cidade, bem como a conjugação de esforços entre o poder público e a iniciativa privada em tornar este fragmento espacial dinâmico, apoiado por uma lógica de planejamento estratégico, materializando na morfologia urbana as ações desses agentes.

Ao associar a localização e a expansão dos hotéis com os grandes espaços de eventos (Parque Anhembi e Centro de Exposições Imigrantes - os objetos de análise), no decorrer dos anos sobre o tecido urbano da metrópole, pode-se estabelecer relações importantes que ajudam a desvelar o processo de produção-reprodução desses fragmentos do espaço.

No processo de produção do espaço urbano, as características que configuram a representação de São Paulo como “cidade global” e as atividades econômicas que predominam no seu espaço têm constituído campo aberto para a expansão da “indústria local de alojamento”. Segmento este, que ao se estabelecer na metrópole, tem seguido o movimento espacial da formação de novas centralidades (econômicas), abrigando empresas do terciário superior. Dispõe-se assim, por um tecido urbano fragmentado e disperso o maior parque hoteleiro da América Latina, voltado a atender, principalmente, o turismo de eventos e negócios. Um parque hoteleiro que nas duas últimas décadas teve um enorme crescimento quantitativo.

Segundo Spolon (2006, p.107), “[...] em pouco mais de dez anos (entre 1995 e 2005), foram incorporadas na cidade de São Paulo 23.984 novas unidades hoteleiras, um aumento de 148% em relação ao número anterior de unidades classificadas – 16.205.” Também é emblemática a presença de importantes bandeiras internacionais como os grupos Accor (Sofitel, Novotel, Mercure, Íbis e Fórmula 1), Atlantica Hotels (Radisson, Clarion, Park Suítes, Quality, Confort etc.), Alfa (Transamérica), Blue Tree, Sol Meliá, Hilton, Grupo Posadas (Caesar Park), Bass (Holiday Inn.), entre outros.

Entretanto, o grande crescimento dos anos anteriores gerou uma oferta superior à demanda, ocasionando uma grande vacância nos hotéis da cidade, que passaram a contar com uma ocupação em torno de 50-60 %. Segundo a ABIH (Associação Brasileira de Indústria Hoteleira) entre 2004 e 2006 não se podia pensar na construção de hotéis, pois o pesado investimento não estava obtendo o retorno necessário. Para Maurício Bernardino, presidente da ABIH, “[...] ainda não é possível nem pensar em construir”. Em 2007, segundo dados do FOHB (Fórum do Operadores Hoteleiros do Brasil) a taxa de ocupação no último quadrimestre foi de 66,51%, a média diária R\$ 143,11 e a RevPAR (que significa receita por apartamento), R\$ 95,18 em São Paulo. Mostra-se portanto, ao menos neste momento, um segmento estagnado quanto à sua expansão.

Como indicado na primeira Pesquisa Setorial “Deloitte Hotéis⁵⁵”, divulgada em setembro do ano de 2006 e baseada nos resultados de 2005, as demonstrações financeiras dos 55 hotéis pesquisados mostraram resultados líquidos negativos combinados em 2006. Cerca de dois terços dos hotéis pesquisados que operaram nos dois últimos anos registraram prejuízo em 2005 e 2006. Em números absolutos, o prejuízo líquido combinado da amostra foi de R\$ 56 milhões em 2006, contra R\$ 66 milhões em 2005, significando uma melhora de 14% no desempenho, embora continue sendo um resultado negativo.

⁵⁵ A Deloitte é uma das maiores empresas do mundo na prestação de serviços profissionais de auditoria, consultoria tributária, consultoria em gestão de riscos empresariais, corporate finance, consultoria empresarial, outsourcing, consultoria em capital humano e consultoria atuarial. Estabelecida na Suíça, com suas firmas-membro e suas respectivas subsidiárias e afiliadas. Informação capturada no site: <http://www.deloitte.com>

Hoje, segundo André Pousada⁵⁶, diretor do FOHB, o mercado paulista está no limite. "[...] Todo mundo tem consciência de que não faz sentido abrir empreendimentos nos próximos dois anos." Conforme Pousada, a saída para os investidores está em outras regiões do país. Segundo ele, até 2010, a previsão é de 200 novos projetos para todo o país. Destes, São Paulo tem apenas "um ou dois". Em São Paulo o aquecimento do setor ainda demorará um pouco, sendo muito precoce qualquer empreendimento. O desenvolvimento hoteleiro, como em qualquer outro setor, é cíclico, segundo Abel Aves de Castro Junior,⁵⁷ gerente de novos negócios da Accor.

Neste movimento cíclico observou-se que, no segundo semestre de 2007, o segmento hoteleiro de São Paulo mostrou sinais de fraca recuperação. Sinais que impulsionam, contraditoriamente, os agentes de mercado a projetarem para os próximos dois anos novos empreendimentos, expandindo o segmento.

Depois de uma fase de fortes turbulências, nos primeiros anos desta década, quando o lançamento de novos empreendimentos hoteleiros não foi acompanhado pela expansão da demanda, o mercado retomou, em 2004 e 2005, os indicadores anteriores a 2000 e vem demonstrando pequena melhora em 2006 e 2007, com boas perspectivas para 2008. A recuperação do segmento coincide com uma época em que o potencial turístico do Brasil tem sido valorizado e as políticas para o setor colaborado para tal.

Segundo dados da SPTuris (2007), o período de maior baixa da hotelaria em 2007, mais especificamente em janeiro (56,4%), já representa uma taxa de ocupação equivalente à maior alta registrada em 2004 (56,3%, em agosto daquele ano, mês tradicionalmente com melhor desempenho - que atingiu, por exemplo, 70,12% em 2006). O primeiro semestre de 2007 já apresenta resultados em uma faixa entre 10% e 15% superior ao ano de 2006.

Segundo Caio Luiz de Carvalho⁵⁸, presidente da SPTuris, "[...] A constância nos números desde o início do ano mostra que a Cidade evolui como

⁵⁶ Informação capturada do site: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/> em março de 2008.

⁵⁷ Informação capturada do site: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/> em março de 2008.

⁵⁸ Informação capturada no site: <http://www.cidadedesapaulo.com> em março de 2008.

destino turístico, não somente para os negócios, mas como referência de lazer e entretenimento".

Para Alexandre Mota, consultor da BSH Internacional⁵⁹, "a demanda está começando a se recuperar". Em entrevista⁶⁰, André Pousada, diretor da FOHB, frizou: "[...] a hotelaria econômica vai ser a espinha dorsal do mercado hoteleiro nos próximos anos". Segundo Pousada, os hotéis de categoria econômica serão os mais procurados e também àqueles de melhor retorno do investimento.

Diante da conjuntura observada e devido à concorrência dos *flats*, a tendência atual da hotelaria nacional (em especial São Paulo) é a construção de estabelecimentos pequenos, de no máximo três estrelas e com um número de quartos que varia entre 50 e 80, para atender o fluxo de executivos, comerciantes e famílias que não querem gastar muito. Tal constatação põe em xeque a inauguração de estabelecimentos de luxo como o Hyatt e o Hilton do Morumbi. A construção desses pode ser considerada um "inevitável erro de *marketing*", causado pelo fato que os projetos foram aprovados antes de 2000, quando as perspectivas de desenvolvimento turístico eram bem mais promissoras. Nesta perspectiva, as cadeias que investem em opções mais econômicas, com preços para todos os bolsos, têm obtido um melhor retorno do investimento, caso da rede Accor.

Segundo Meyer, Grostein e Biderman (apud SPOLON, 2006, p.60):

A localização dos hotéis e *flats* sofreu uma transformação significativa na última década, com a entrada de novas redes no mercado. Inicialmente se concentrava no centro e no centro expandido do município de São Paulo, e na década de 1990 é possível verificar uma descentralização dos hotéis, na direção sudoeste, para as proximidades da avenida engenheiro Luis Carlos Berrini e via marginal Pinheiros, em um movimento semelhante ao deslocamento das funções centrais. O Aeroporto Internacional de Cumbica, em Guarulhos, está estimulando a instalação de uma área hoteleira nas proximidades.

⁵⁹ Empresa que presta consultoria para o segmento de hotelaria e turismo. Acesso pelo site: <http://www.bshinternational.com>

⁶⁰ LIMA, I. M. "Hotéis investem na categoria econômica" In Folha de São Paulo, 12/03/2007. Capturado no site: <http://www1.folha.uol.com.br/foha/dinheiro/> em 03/03/2008.

Os agentes produtores do espaço urbano, sob o aval do Estado, conjugam esforços para a materialização de suas estratégias, e isso acaba por criar uma hierarquização dos espaços. Sob a forma de grandes corporações, como sugere Corrêa, citado por Spolon (ibidem, p.69), os capitais industrial, financeiro e imobiliário integrados compram, especulam, financiam, administram e produzem o espaço urbano.

Na década de 1980 surgiu um modelo muito explorado pelo segmento de hospedagem em São Paulo, o denominado *flat*, uma espécie de *apart-hotel*, que nas palavras da empresa francesa Accor⁶¹, que o disseminou no mercado nacional em 1978, é compreendido como:

Um empreendimento imobiliário viabilizado sob a forma de um condomínio. É integrado por apartamentos destinados à estada temporária ou moradia e inclui ampla infra-estrutura de serviços e lazer.

A implantação do modelo de hospedagem *flat* deu-se mais intensamente na década de 1980, com um formato de negócio diferenciado, representava um bom investimento, principalmente por seu aparato jurídico, sendo “sociedades em conta de participação” (SCP)⁶², pode-se dizer, simploriamente, que é um grande contrato de investimento, onde as partes comungam esforços para atingir um objetivo comum, inevitavelmente o lucro. O *flat* mostra-se como um produto hoteleiro com estrutura mais enxuta que os hotéis e também com preços mais baixos. O modelo *flat* permite aos proprietários dos apartamentos a opção de aderir a um sistema associativo de locação, geralmente denominado *pool* hoteleiro. Segundo Spolon & Duarte (apud Spolon, 2006, p. 63), “Ao aderir ao *pool*, o

⁶¹ Informação disponibilizada no site: <http://www.accorhotels.com.br/corporativo/info.asp?rede=6>, capturada em 20/05/2006.

⁶² “Para o direito empresarial brasileiro, a **sociedade em conta de participação** (chamada de “conta da metade” no Direito Português) é um contrato que vincula, internamente, aos sócios de determinada sociedade empresarial, e ela é composta por duas ou mais pessoas, sendo que uma delas necessariamente deve ser comerciante. Por ser apenas uma ferramenta existente para facilitar a relação entre os sócios, não é uma sociedade propriamente dita, ela não tem personalidade jurídica autônoma, patrimônio próprio e não aparece perante terceiros. O empreendimento é realizado por dois tipos de sócios: o sócio ostensivo e o sócio oculto. É em nome do sócio ostensivo(necessariamente comerciante) que são realizados os negócios jurídicos necessários para ultimar o objeto do empreendimento, e é este sócio que responde pelas obrigações sociais não adimplidas. O sócio oculto não tem qualquer responsabilidade jurídica relativa aos negócios realizados em nome do sócio ostensivo.” Capturado no site: <http://pt.wikipedia.org> em 03/03/2008.

proprietário entrega o apartamento à administradora, mobiliado e decorado, de acordo com as especificações fornecidas por esta última, para que sejam livremente locados a terceiros (hóspedes) como se fossem quartos de hotéis.”

Conforme Spolon (2006, p.64), “[...] no mercado hoteleiro de São Paulo, uma parcela equivalente a 79,19% das unidades incorporadas ao inventário no período de 1995 e 2005, segundo pesquisa da autora, foi viabilizada como *flat*. No cômputo geral de estabelecimentos em operação, os *flats* representam atualmente 60,28% das unidades hoteleiras instaladas e em operação.”

A expansão desmesurada dos *flats* pelo espaço urbano de São Paulo ao longo das décadas de 1980 e 1990 tem uma explicação bastante simples, a nova “Lei do Inquilinato”. Criada pelo Estado para proteger os inquilinos de imóveis comuns do peso da inflação “galopante”, ela proíbe qualquer reajuste do aluguel em um período inferior a 12 meses. Segundo Campos (apud SPOLON, 2006, p.91),

[...] com uma inflação que chegou, em 1985, a 1% ao dia, o proprietário via-se privado de uma renda compatível com o seu investimento e, então, deixava de alugar seu imóvel. Os *flats* foram o grande achado dos anos 1980. Os investidores acorreram a esse tipo de investimento para fugir da lei do inquilinato.

Vale ressaltar que os *flats* não passaram a compreender apenas um meio de moradia temporária ou permanente, pois passaram a hospedar as pessoas por pernoites, como um hotel comum. Tais características geraram a “febre fletiana”, que segundo Asmussen, Rocha & Melo Júnior (apud SPOLON, ibidem, p.98), fez de São Paulo “[...] atualmente a cidade com mais *flats* no mundo, superando inclusive Nova York, o berço da idéia.”

São Paulo tem um grande e variado parque hoteleiro, compreendendo, segundo dados da prefeitura⁶³, 1.113 hotéis, totalizando 66 mil apartamentos, nas mais diversas categorias. O mapa 13 apresenta a distribuição espacial dos hotéis e *flats* pela cidade.

⁶³ Plano Plurianual da Prefeitura da Cidade de São Paulo - 2006-2009. Capturado no site: http://ww2.prefeitura.sp.gov.br/arquivos/secretarias/planejamento/ppa_2006_2009 em março de 2008.

Faz-se importante mencionar que entre 1995 e 2005, a expansão hoteleira em São Paulo pela construção de hotéis e *flats* foi financiada por investimento nacional, por iniciativa de construtoras e incorporadoras locais, conforme aponta Rodrigues (apud SPOLON, 2006, p.118).

MAPA 13 - DISTRIBUIÇÃO DOS HOTÉIS E DOS FLATS PELO TECIDO URBANO DE SÃO PAULO

julho, 2005

MAPA 14- DISTRIBUIÇÃO DOS HOTÉIS EM OPERAÇÃO E EM DESENVOLVIMENTO

julho.2005

Fonte: SPOLON, A. P. (2008) Adaptado por Fábio Cezar Braz

Analisando os mapas 13 e 14 fica evidente a maior concentração de hotéis em operação na região do *centro antigo* (visto ainda ser o coração financeiro da metrópole e também pela quantidade de equipamentos culturais dispostos) e do *centro expandido*, áreas adjacentes à avenida Paulista, distribuídos, principalmente, pelos bairros da Bela Vista, Jardim Paulistano, Jardim América, Cerqueira César, Paraíso.

Seguindo o vetor sudoeste, a expansão hoteleira segue pela Faria Lima indo de encontro à *nova área de centralidade*, av. Berrini, Nações Unidas etc. Os investimentos em edifícios corporativos caracterizam a paisagem nessa região, a qual possui o suporte necessário para atender às exigências contemporâneas, especialmente no reforço da imagem de “cidade global”, havendo a presença de inúmeras sedes de empresas multinacionais, bem como o comando de importantes empresas brasileiras.

Quanto aos projetos em desenvolvimento e/ou finalização observa-se um caráter disperso, embora a maior parte esteja localizada nas adjacências da av. Faria Lima, pelos bairros do Itaim, Vila Olímpia, Brooklin, abarcando inclusive Moema.

No que se refere à disposição dos hotéis à proximidade do Parque Anhembi (ver mapa 15), verifica-se um número ainda reduzido em operação. Todavia, o segundo maior hotel da América Latina em número de UH's está inserido dentro do complexo. Caio Alcântara Machado Jr.⁶⁴ lembra que na inauguração deste hotel muitos apartamentos foram comercializados como *flat*.

⁶⁴ Em entrevista concedida ao autor em nov. de 2007.

Mapa 15 - Representação Esquemática do Parque Anhembi e a Disposição da Hotelaria no seu Entorno

Fonte: <http://www.anhembi.com.br>, acessado em 10/02/2008

Quanto ao entorno do Centro de Exposições Imigrantes não se observa empreendimentos hoteleiros, visto que a maior atratividade da área se resume ao próprio CEI, com seus eventos e feiras. Os meios de hospedagem mostram-se mais afastados, circundando principalmente o aeroporto de Congonhas. Essa disposição da rede hoteleira leva a uma possível hipótese, a de que a maior parte dos visitantes dos eventos e feiras promovidas pelo CEI é local ou das cidades próximas, não necessitando, portanto, pernoitar.

Do perfil socioeconômico das áreas (a renda média) e a distribuição dos hotéis, observa-se por meio do mapa 16, uma maior concentração desses empreendimentos nas áreas de melhor perfil socioeconômico da cidade (acima de 20 salários mínimos – classe A), pontuando as áreas que oferecem ampla infraestrutura, equipamentos culturais e de entretenimento diversificados, além de uma forte presença de edifícios corporativos, onde se realizam reuniões/convenções de negócios. O centro histórico, mesmo “em parte degradado”, apresentando um perfil socioeconômico mais condizente com uma classe B, concentra um importante

parque hoteleiro. Como coração financeiro da cidade, ele expressa esta qualidade na sua paisagem. O centro histórico tem sido alvo de estratégias dos agentes econômicos em parceria com o Estado, na promoção de um processo de *renovação urbana*, considerada por muitos uma “revitalização urbana” (termo polêmico, que carrega consigo uma forte carga ideológica, ao considerar que o centro precisa reviver, quando na verdade, se objetiva uma valorização imobiliária, atraindo um conteúdo social de maior padrão aquisitivo).

Antes mesmo de São Paulo adquirir o *status* de cidade dos eventos e negócios, já na segunda metade do século XX, ela mantinha uma importante posição no cenário nacional tanto no mundo dos negócios quanto na vanguarda cultural. Tais aspectos orientavam fluxos receptivos na cidade, o que por sua vez foi alavancando o segmento de hospedagem no seu tecido urbano, que em um primeiro momento concentraram-se na sua região central. Por esta época, o Parque Anhembi não existia nem no projeto, pois seria inaugurado em 1970. E o Centro de Exposições Imigrantes, só apareceu no espaço urbano de São Paulo no ano de 1979.

MAPA 16 – RENDA MÉDIA POR ÁREA E DISTRIBUIÇÃO DOS HOTÉIS

julho 2005

Fontes: SPOLON, A. P. (2006) Adaptado por Fábio Cezar Braz

Excetuando o projeto do hotel *Holiday Inn.*, a região permaneceu por décadas sem fazer parte do vetor de expansão da hotelaria em São Paulo, mesmo após a consolidação do Parque Anhembi, o mais importante destino de eventos e feiras de negócios do país. Somente na década de 1990, o segmento da hotelaria vislumbrou a Zona Norte (arredores ao Parque Anhembi, Rodoviária do Tietê e Complexo Center Norte) como um novo pólo de investimentos, desenvolvendo inúmeros empreendimentos imobiliários, dotando a região de equipamentos de hospedagem.

Uma reportagem da revista Exame, em 2001, apontava: “Revolução silenciosa está mudando a paisagem de São Paulo. São 125 novos hotéis e *flats*, entre os quais uma dezena de 5 estrelas [...] total de 30.000 quartos.”

Tais investimentos remetem à importância do turismo de eventos/feiras de negócios na (re)produção do espaço de São Paulo, conduzindo a diversas táticas-estratégias do poder público e do setor privado. Demonstram também, grande otimismo por parte dos investidores e reforçam um *neoliberalismo* e um *neodirigismo*. No primeiro, fortalece a atuação dos grandes bancos, empresas e promotores imobiliários. O segundo, nas palavras de Lefebvre (2004, p.78-79), “[...] acentua uma planificação, pelo menos indicativa, que, no domínio urbanístico, favorece a intervenção dos especialistas e dos tecnocratas, do capitalismo de Estado.”

A seqüência de mapas que seguem, produzidos por Spolon e adaptados por mim, ilustram a expansão do parque hoteleiro e sua distribuição pelo tecido urbano de São Paulo. E ainda permite analisar a hierarquização dos espaços, o vetor dos investimentos tanto do poder público quanto da iniciativa privada e suscita reflexões acerca da produção/reprodução do espaço urbano.

MAPA 17 - DISTRIBUIÇÃO DOS HOTÉIS ATÉ 1950

Fonte: SPOLON, A. P. (2006) Adaptado por Fábio César Braz. (2007)

MAPA 18 - DISTRIBUIÇÃO DOS HOTÉIS ENTRE 1950-1960

Fonte: SPOLON, A. P. (2006) Adaptado por Fábio Cezar Braz (2007)

MAPA 19- DISTRIBUIÇÃO DOS HOTÉIS ENTRE 1960-1970

Fonte: SPOLON, A. P. (2006) Adaptado por Fábio César Braz

MAPA 20 - DISTRIBUIÇÃO DOS HOTÉIS ENTRE 1970-1980

Fonte: SPOLON, A. P. (2006) Adaptado por Fábio Cezar Brez.

MAPA 21 - DISTRIBUIÇÃO DOS HOTÉIS ENTRE 1990-2000

Fonte: SPOLON, A. P. (2006) Adaptado por Fábio Cezar Braz

A expansão hoteleira juntamente com outros equipamentos urbanos, ao materializar-se no espaço vai produzindo uma morfologia característica das grandes metrópoles mundiais. Vê-se neste sentido, uma repetição de modelos adotados por outras cidades. E essa preocupação de se produzir um espaço urbano homogêneo segue uma racionalidade tendencialmente imposta pela lógica do mundo da mercadoria, onde tudo passa a ser intercambiável, em que prevalece o cosmopolitismo e a modernidade.

Borja & Castells (1991, p.160) indicam que o discurso dos administradores e gestores das cidades no período atual está fortemente ligado ao mercado, no qual a ordem é: “[...] no queremos más competências, más obligaciones, sino más recursos financieros, más médios.” Nas palavras de Harvey (1992, p.91-92), “[...] ao que parece, as cidades e lugares hoje tomam muito mais cuidado para criar uma imagem positiva e de alta qualidade de si mesmos, e têm procurado uma arquitetura e formas de projeto urbano que atendam a essa necessidade.” Assim, dá-se em nível global a repetição de modelos (considerados competitivos e eficientes, isto é, camuflados de sucesso). Formas de planejamento, projeto urbanístico, enfim, a *governança urbana*⁶⁵ (de forte caráter empreendedor). “Acima de tudo, a cidade tem de parecer um lugar inovador, estimulante, criativo e seguro para se viver ou visitar, para divertir-se e consumir” (Harvey, 2001, p.176).

A *desconcentração industrial* (Lencione, 1991; Carlos, 2005) gera como “tendência” uma São Paulo voltada para o terciário, onde se impõe o setor financeiro, o de serviços e o comércio. Segundo Carlos (2005, p.30), “[...] a nova economia contempla o setor do turismo e lazer”. A estes, a representação do espaço tem peso fundamental, pois se coloca como “chamaris” de visitantes e investimentos. Entretanto, dizer que o setor industrial perdeu importância é um mito, pois o setor continua pujante.

Da industrialização à consecutiva desconcentração industrial, a cidade de São Paulo vem se metamorfoseando, não apenas em sua paisagem, mas também nas relações econômicas e sociais implícitas. O setor terciário passou a sobrepor-se, e desta constatação evidenciou-se uma mudança no papel político da cidade, que se mostrou cada vez mais um centro de gestão no âmbito empresarial e

⁶⁵ HARVEY, David. (2005)

de controle das finanças no país. Tais características reforçaram a *representação do seu espaço* em nível mundial, o que por sua vez se reproduz pelo consenso criado de “cidade global”. Da maneira como a cidade se apresenta, ela se põe em hierarquia perante outras cidades brasileiras, assim, ela consegue captar grandes investimentos e ser um “importante destino de eventos e negócios”.

3. Reflexões sobre a produção-reprodução do espaço urbano metropolitano de São Paulo

Refletir é primeiro empreender algo como um problema que se propõe; em seguida, estabelecer-lhe uma solução, e por fim comprová-la, justapondo-a aos fatos. A reflexão intervém em qualquer grau e em todos os gêneros do saber e da ação. É o ato fundamental subjacente a todo esforço humano.

[P. Tiberghien]

Segundo Cruz (2005, p.08), no processo de produção do espaço, indivíduos, grupos sociais, instituições e empresas não apenas desempenham papéis diferentes, como também essas diferenças implicam em pesos distintos. Quer dizer, alguns têm uma reconhecida hegemonia sobre este processo como é o caso do Estado e de alguns agentes de mercado. Conforme a mesma autora, citando Smith, os sujeitos sociais não vivem, atuam ou trabalham “no” espaço, mas sim produzem o espaço, vivendo, atuando e trabalhando. Assim, se reconhece que o espaço tem uma dimensão ao mesmo tempo abstrata e concreta. A abstração, o pensamento, a política, o discurso se realizam materializando-se na morfologia do espaço, um produto socialmente construído no decorrer da história. Tais transformações podem ser espontâneas, vide a gênese de inúmeras cidades, ou serem fruto de um projeto prévio, remetendo a políticas públicas e um processo de planejamento, não raras vezes autofágico (em constante re-elaboração e destruição de elementos que compõem a identidade do lugar) e sempre condicionado à uma classe hegemônica. Neste sentido, pode-se considerar que o mesmo atenda a interesses de grupos, produzindo exterioridades, que não convergem com os interesses locais. O resultado disso é o estranhamento dos habitantes e um espaço dominado, que recebe influência de forças centrífugas, distantes do local e pouco comprometidas com seus destinos.

Ao investidor capitalista, os benefícios propiciados pela situação geográfica, mediante as estruturas dispostas (capital fixo), são decisivos na escolha dos empreendimentos. Todavia, isto não garante que tal investimento permaneça por muito tempo, pois o capital, cada vez mais “fluido”, muda de localização em decorrência da baixa dos lucros ou vantagens comparativas. A “guerra entre

lugares”(diga-se entre os agentes dos lugares) dá-se por conta da Divisão Territorial do Trabalho, fruto de uma Divisão Internacional do Trabalho que propiciou a diferenciação espacial, engendrada pelo processo produtivo, que traz, somado a ele, toda uma vida de relações.

O espaço passa por uma especialização, observando-se características proeminentes que se traduzem na sua *forma, estrutura e função*. São então produzidas localizações, atrativas ou não sob o ponto de vista do capital, dadas as estruturas implementadas especialmente pelo poder público, embora hoje a iniciativa privada tenha demonstrado ênfase em assumir serviços públicos, influir na estética urbanística e normatizar o uso de certos espaços.

Em São Paulo, impõem-se *espaços da racionalidade*⁶⁶ nos quais atuam, segundo Bernardes (2004, p.428), “[...] as lógicas do *acontecer hierárquico*, sob a égide das técnicas informacionais, de verticalidades, de razões globais que impõem uma ordem alheia, instrumental e pragmática ao funcionamento dos lugares.” Designa por conta disso uma hierarquia espacial e os eventos hegemônicos inscrevem sobre o espaço os destinos desses. Cada vez mais os interesses individuais dominam o coletivo, e os atores hegemônicos mostram sua força. Para Kurz, citado por Damiani (2005, p.48), “Estado e mercado representam apenas os dois pólos da socialização capitalista e não pode ser jogado um contra o outro”.

Nessa trama de relações, mostra-se pertinente o que Santos (2004) considera como esquizofrenia do espaço: “[...] os lugares são, pois, o mundo, que eles reproduzem de modos específicos, individuais, diversos. Eles são singulares, mas são também globais, manifestações da totalidade-mundo, da qual são formas particulares.” Conforme Silveira (2006)⁶⁷, a intencionalidade nas coisas e sobre o espaço não corresponde ao evento, pois este precisa ser materializado na história. Segundo Santos (2004), os eventos são marcos históricos capazes de mudar o mundo, veículo de possibilidades que repercutem sobre a sociedade e o espaço. Nesta dialética do espaço, criam-se conflitos e resistências, assim a sociedade vai

⁶⁶ Espaço da racionalidade = um espaço produzido pela técnica, planejado, normatizado. Que segue a lógica homogeneizante do plano mundial.

⁶⁷ Discussão realizada nas aulas de pós-graduação na FFLCH –USP – Prof. Dra. Maria Laura da Silveira.

vivendo as agruras de uma época em que tudo se faz em nome da reprodução e acumulação de capital.

Para Lefebvre (2004, p.141-142), “[...] todo espaço é produto [...] considerado produto das relações de produção a cargo de um grupo atuante”. O espaço urbano da cidade, ao longo do processo histórico em curso, foi produzido por um conjunto de forças e sobre-determinações que vão do político ao econômico, fruto de uma relação conflitual, não entre Estado e mercado, mas sim entre as estratégias de classes, entre dominantes e dominados, em que os grupos hegemônicos projetam sua vontade, quebram o espaço, formando uma *coleção de guetos*⁶⁸, que se diferenciam por uma hierarquia econômica e social.

Segundo Lefebvre (ibidem), “O desenvolvimento do mundo da mercadoria alcança o continente dos objetos. Esse mundo não se limita mais aos conteúdos, aos objetos no espaço. Ultimamente, o próprio espaço é comprado e vendido. Não se trata mais da terra, do solo, mas do espaço social como tal, produzido como tal, ou seja, com esse objetivo, com essa finalidade (como se diz)”. A partir do momento em que o espaço (ou porções dele) passou a ser visto e desejado como mercadoria, instaurou-se a *catástrofe*⁶⁹, um salto qualitativo de um espaço ao outro, com o desmonte de uma lógica para a criação de outra, em que surge um novo conjunto de relações sociais e a inserção de novos conteúdos.

A partir de Lefebvre (1974), pode-se pensar a cidade como um conjunto de objetos (produtos) carregados de intencionalidade e funcionalidade. O que não significa reduzir a cidade a isto, visto que ela se apresenta como *totalidade parcial e aberta* e envolve níveis da realidade política, social e econômica.

As pessoas se relacionam com o lugar, em um ponto fragmentado da totalidade, que é a cidade. Mas a totalidade não é negada neste fragmento, ao contrário, o sentido dessa relação transcende a articulação entre as partes. Vários

⁶⁸ “[...] aqueles da elite, da burguesia, dos intelectuais, dos trabalhadores estrangeiros etc. Esses guetos não se justapõem; eles se hierarquizam [...]” LEFEBVRE, H. *Tomo IV – As contradições do Estado moderno. Cap V – O espaço e o Estado* In. **De L’État** (1978, p.16) (versão traduzida).

⁶⁹ Cada espaço de catástrofe é a catástrofe do espaço anterior, sua superação. Uma mudança qualitativa que supõe um novo “modo de produção”, com novos conteúdos e relações sociais. LEFEBVRE, H. *Tomo IV - As contradições do Estado moderno. Cap IV- Da teoria das crises à teoria das catástrofes* In. **De L’État** (1978) p. 211-258 (versão traduzida).

níveis e dimensões de análise se interpenetram. Os espaços físico, mental e social não se autonomizam.

A produção/reprodução do espaço mediante a lógica capitalista tende a generalizar a forma-mercadoria na sociedade. Pressupõe-se assim, uma vitória do valor de troca sobre o valor de uso, onde quase tudo (havendo ressalvas) adquiriu valor monetarizado. Tal discussão torna-se polêmica quando se aborda a categoria “espaço”, vistas as divergências teóricas ao pensá-lo também como mercadoria produzida e consumida. Cabe aqui abrir um parêntese para o perigo de reduzir tudo ao mundo da mercadoria e incorrer em análises reducionistas que negam outras determinações.

Não se pode ignorar que o espaço ao longo dos anos foi partilhado/fragmentado e que cada porção, por suas singularidades naturais ou produzidas, adquiriu valoração e valorização diferenciada. O ponto crucial nesta abordagem sugere que o espaço não é produzido como mercadoria, mas certamente o processo em curso tornou-o uma mercadoria, a qual mostra-se muito rentável nos negócios imobiliários. Sobretudo, “[...] uma mercadoria de luxo, destinada a um grupo de elite de potenciais compradores: capital internacional, *visitantes e usuários solváveis*.”(Vainer, 2002, p.83).

As metamorfoses da cidade, isto é, de seu espaço, são fruto de ações intimamente ligadas a conjunturas históricas, ora facilitando a expansão da construção civil, ora restringindo-a ou pondo-a em crise. Vários fatores cooperam para isso, como por exemplo a política econômica e o modelo de desenvolvimento do país, a abertura de programas de financiamento/crédito, o preço dos materiais etc.

Algumas das ações/eventos (nos termos de Milton Santos) ocorridos ao longo do século XX impactaram o espaço via construção de habitações e/ou projeto urbanístico da cidade. O “milagre econômico”, no qual o ideal de progresso adquiriu vulto, refletiu-se sobre o processo de urbanização brasileira.

Nas décadas seguintes a 1970 vai se consolidando na cidade de São Paulo a produção de “novas áreas de centralidade”. Centralidade esta, estritamente econômica, visto que na acepção de Lefebvre o “centro” reúne o

cosmos, a natureza, os objetos produzidos, a cultura, o encontro dos diferentes, o simbólico etc.

Do ponto de vista econômico, há uma “policentralidade” na metrópole de São Paulo. Conforme Alves (2005, p.138-139): “[...] a centralidade da cidade de São Paulo impõe-se em fragmentos, não se reproduz em *continuum* espacial”. Dá-se assim uma “centralidade dispersa”, conforme a mesma autora, por conta da alta valorização do preço do metro quadrado; uma valorização de outras áreas por força do mercado imobiliário; a criação de uma imagem negativa do centro histórico; a obsolescência de algumas edificações, que se tornaram não-funcionais às novas atividades requeridas e ainda pelo surgimento e desenvolvimento de técnicas de comunicação, permitindo interação entre áreas distantes. Alves (ibidem, loc. cit.), reforça a tese de um “desdobramento da centralidade” e não seu deslocamento, formando na cidade uma hierarquização dos espaços.

Conforme Frúgoli (2000), o surgimento de novas áreas de centralidade deu-se da seguinte forma: *Centro* (de caráter concentrado, consolidado nos anos 1950, caracterizado pela contigüidade física e pela complementação funcional); *Centro Expandido* (de caráter disperso, entendido como área equipada consolidada entre meados da década de 1960 – as adjacências à Av. Paulista); *Novas Áreas de Centralidade* (de caráter fragmentado, criada após os anos 80, fora do centro expandido, resultante de forças imobiliárias e urbanísticas, seguindo a marginal Pinheiros, Faria Lima, Berrini...).

Esse desdobramento da centralidade, somado ao processo de expansão urbana provocou uma diminuição da distância centro-periferia, abrindo espaço para uma valorização de novas áreas - em um primeiro momento pelas intervenções do Estado e em segundo, pela re-descoberta aos olhos dos agentes da iniciativa privada. Isso fica mais evidente na região onde se situa o Centro de Exposições Imigrantes (Zona Sul), haja visto que na década de 1970 importantes obras foram realizadas - Rodovia dos Imigrantes (1974), Linha Norte/Sul do metrô (1974- trecho Jabaquara/Vila Mariana, finalizado em 1977 com a estação Santana), Terminal Rodoviário do Jabaquara (1977) – obras que trouxeram maior acessibilidade à região. O mesmo ocorreu com a região adjacente ao Parque Anhembi (Zona Norte), pois do final da década de 1950 ao início da de 1980,

importantes intervenções urbanas transformaram a paisagem e criaram uma ligação mais intensa da Zona Norte com o Centro. O término da retificação do rio Tietê (iniciado na década de 1930), a construção de diversas pontes, a inauguração de um grande trecho da Marginal Tietê (1957), a finalização da linha Norte/Sul do metrô (1977) e um pouco mais tarde, na década de 1980, a inauguração do Terminal Rodoviário do Tietê (1982) e a construção do Shopping Center Norte (1984), compreendem externalidades que favorecem o Parque Anhembi e acabou criando uma valorização da área.

Com o início da década de 1980, abate-se uma crise sobre o país, a “década perdida”, a “falência do Estado” (discurso propagado em meio à onda neoliberal), a falta de financiamento, de crédito, a queda nos salários, a alta da inflação... O neoliberalismo dá sinal de avanço nos planos político e econômico. Ainda nesta década, presencia-se a falência do modelo de desenvolvimento brasileiro, gerando a extinção do Sistema Financeiro de Habitação (que oferecia crédito para o financiamento de habitação).

No tocante ao neoliberalismo no Brasil, há quem discorde que nas décadas de 1980 e 1990 tenha adentrado na fase neoliberal, visto que não houve uma verdadeira fase de bem-estar social anterior, como ocorrido em outros países, colocando em evidência, portanto, os ideais liberais. O mercado vai consolidando sua força, as privatizações e o entreguismo ampliando-se cada vez mais.

No que se refere à questão da moradia na produção do espaço, segundo Spolon (2006), as construtoras passaram, nas décadas seguintes (especialmente a de 1990), a atender com maior atenção o mercado imobiliário de caráter mais popular, fazendo-as repensar a qualidade dos seus produtos. Em São Paulo, pela característica de ser uma cidade de importantes negócios e eventos diversos houve a oportunidade de expansão dos *flats*. Um intermédio entre hotel e apartamento, muito rentável naquele momento, um suposto grande investimento, que no correr das décadas de 1990 e 2000, mostrou-se um péssimo negócio, chegando à atualidade com amargas perdas para investidores individuais. E a oferta excessiva de apartamentos em *flats*, muito superior à demanda, acabou trazendo efeitos nada bons à rede hoteleira da cidade.

Analisando a orientação da metrópole de São Paulo como destino de eventos e de negócios, ressaltando-a como um importante centro de comando e decisões no âmbito empresarial, faz-se pertinente a conceituação de Carlos (2001), para qual a cidade é considerada uma metrópole *corporativa* (pela forte atuação das empresas, as quais arrastam, na sua lógica, outras empresas e influenciam fortemente o comportamento do poder público), *hierarquizada* (por uma valorização diferenciada dos seus espaços e por uma disposição desigual em relação aos centros) e *fragmentada* (devido ao parcelamento do espaço em propriedades privadas, que apresentam por sua vez uso do solo urbano distintos).

A rentabilidade dos negócios fundiários e imobiliários é um elemento importante na análise da produção do espaço urbano. Conforme Deák (1989)⁷⁰,

O espaço não é uma 'nova dimensão' da reprodução em sociedade – ainda que a organização espacial tenha-se tornado uma preocupação somente no estágio da acumulação predominantemente intensiva do capitalismo. Engels disse que *matéria sem movimento* é tão inconcebível quanto *movimento sem matéria*; é apenas um corolário dizer-se que *produção material sem espaço* é tão inconcebível como *matéria sem movimento*. Toda sociedade necessita de um território para viver; com a divisão social do trabalho este território é estruturado em espaço. Os conceitos de *localização* e *espaço* derivam da prática social da produção e reprodução dentro de uma divisão de trabalho, característica de um modo de produção.

O autor expõe a noção de espaço associado ao modo de produção, sendo este estruturado por uma divisão social e territorial do trabalho, conferindo ao espaço a importância máxima da “localização”. Remetendo a Engels, demonstra a relevância de se entender o espaço como algo dinâmico, onde a produção se materializa. Um pensamento particular leva a crer que o movimento no/do espaço é muito mais abstrato e complexo. A rentabilidade dos negócios fundiários e imobiliários é elemento importante na análise da produção do espaço urbano, o qual não pode ser considerado um simples suporte (palco) das estruturas humanas, isto é, uma mera configuração territorial onde a história se dá. Segundo Lefebvre (1974, p.57), o espaço é tido como o *lugar da produção, produto e produção*. E todo espaço social resulta de um processo com múltiplos aspectos e movimentos.

⁷⁰ Extraído do site http://www.usp.br/fau/docentes/deprojeto/c_deak em 06/08/2006 .

Deák considera o espaço como uma derivação do território, um pensamento que divergimos, pois na perspectiva geográfica espaço é anterior ao território. Baseado em Raffestin (1993), o território apresenta-se como uma porção do espaço em que se manifesta poder/domínio.

Conforme Sobarzo (2006, p.04), “[...] o poder no espaço pressupõe a capacidade de definição/modificação das normativas legais de uso e ocupação do solo, as definições sobre política tributária, implementação de infra-estrutura, serviços e investimentos.” As relações de poder sobre o espaço são conflituosas, desiguais e contraditórias. Neste sentido, recorre-se a Lefebvre (1976, p.42), para o qual, “[...] a classe dominante mantém duplo poder sobre o espaço, primeiro pela propriedade privada do solo e em segundo, através da ação do Estado.” O espaço pensado como “meio” é manipulável pelos grupos hegemônicos e pelo Estado, nesta direção a dimensão política faz-se extremamente importante.

Debord (1997, p.112), na sua abordagem sobre o planejamento do espaço em meio à “sociedade do espetáculo”, apresenta de forma crítica que “[...] o urbanismo é a tomada de posse do ambiente natural e humano pelo capitalismo que, ao desenvolver sua lógica de dominação absoluta, pode e deve agora refazer a totalidade do espaço como seu próprio cenário”.

Depois de um longo processo de transformação, intensificada na década de 1970 por grandes obras do Estado, especialmente na área dos transportes, “encurtando” a distância centro-periferia, o espaço em torno do Centro de Exposições Imigrantes na Zona Sul de São Paulo (bairro do Jabaquara), tem nos últimos anos sofrido um processo de valorização. Os promotores imobiliários já vislumbram oportunidades de negócios. Um exemplo disso é o empreendimento residencial da construtora EZTEC denominado “Clima Botânico”, localizado quase em frente ao Centro de Exposições Imigrantes (Rodovia dos Imigrantes). Dada a localização do empreendimento, próximo ao Parque do Estado, do Jardim Botânico e Jardim Zoológico, estes funcionam como “chamarises”, vendendo o “verde”, uma *raridade* no espaço da cidade de São Paulo, uma “suposta” qualidade de vida, o sossego, a tranquilidade e o conforto propiciado pela área. A *representação do espaço* vai estruturando e conformando neste sentido, o *espaço de representação* subtendido como o sítio urbano onde esta abstração se concretiza).

Todas as questões postas sinalizam para as contradições no/do processo de reprodução do espaço urbano, onde velhas formas desaparecem para dar lugar a formas novas, exigidas por novas atividades. O discurso da deterioração urbana parece salientar uma desproporção entre o “patrimônio edificado” e a “vida de relações”. Assim, as estratégias do “capital” objetivam a revalorização das áreas e, portanto, a mudança do conteúdo social, supostamente, para manter a manutenção de seus ambientes de trabalho e moradia (uma gentrificação). Santos (2004a, p.222), argumenta sobre isso apresentando uma resposta para a compreensão dessa mutabilidade. Para o autor: “O que conduz a esse envelhecimento rápido do patrimônio técnico que nos cerca é a doutrina e a prática da competitividade [...]. Esse resultado imperativo da competitividade faz com que equipamentos e lugares se tornem rapidamente envelhecidos e sejam declarados incapazes ou insuficientes para fornecer novos esforços úteis”. Essa obsolescência técnica e dos lugares foi o que gerou a transferência dos eventos e feiras agropecuárias que ocorriam no Parque da Água Branca (Barra Funda) para o Parque da Água Funda (à margem da rodovia dos Imigrantes). O Parque da Água Branca era tido como superado, de área reduzida e sem uma estrutura competitiva comparando-se com outros espaços de eventos da cidade e do país.

Esse mesmo imperativo da competitividade declarou as estruturas do Parque da Água Funda (atual Centro de Exposições Imigrantes) no final da década de 1980 obsoletas, sugerindo uma ineficiência da administração pública do recinto. Este diagnóstico provocou novamente a mutabilidade no espaço, o qual foi ampliado, modernizado e transferido a uma administração privada, sob a forma de concessão. Mas essa mutabilidade, pelo esforço da modernização, não remete apenas às mudanças nas estruturas internas do recinto, elas extravasam para o tecido urbano apontando para o movimento de implosão-explosão (em que tudo se concentra num primeiro momento e depois se fragmenta, se espalha pelo tecido urbano). O que se observa na produção do espaço urbano é um processo de valorização/desvalorização/re-valorização das áreas. É justamente devido a este processo que se determina o vetor dos investimentos na cidade.

Mediante a onda de modernização e expansão urbana ocorrida na década de 1990 “novas áreas de centralidade” foram produzidas na metrópole,

como é o caso da Av. Luís Carlos Berrini e da Nova Faria Lima (a Nova Paulista), para onde têm dirigido pesados investimentos públicos e privados. O lugar dos grandes e modernos edifícios corporativos, com toda a infra-estrutura necessária a atender as demandas atuais. Dentre essas demandas, a oferta de espaços de convenções, com tamanhos diferenciados, visto a importância dessa região da cidade quanto aos encontros/reuniões de negócios, ou ainda pela promoção de pequenos e médios eventos.

Vale dizer que a cidade não é concebida apenas como um conjunto de formas presentes na sua morfologia, que precisam ser planejadas e utilizadas racionalmente, mas deve ser entendida no contexto da dinâmica do modo capitalista de produção, e nesta perspectiva entendida como espaço de produção, consumo e reprodução da força de trabalho.

Os planejadores, arquitetos e gestores na atualidade têm como grande preocupação vender a cidade. Enquanto o projeto modernista de cidade buscava a racionalidade, a ordem e a funcionalidade, agora a cidade pós-moderna busca a produtividade, a competitividade, a subordinação dos fins à lógica do mercado, um “empreendedorismo da gestão urbana” (Harvey, 2001, p.172-179).

Em meio às várias transformações ao longo do tempo e no espaço, foram ocorrendo várias cisões, a cidade, de obra passou a ser mercadoria; a espacialidade impôs sua força sobre a história; a urbanidade virou urbanística, que por sua vez passou a ser ideologia, convergindo para isto o signo urbanístico promoveu a cidade mercadoria; a criação transformou-se em produção; o uso em troca. Vê-se então a cidade como uma “abstração vazia”, isto é, esvaziada de sentido, pois sua forma perde conteúdo ao tornar-se um signo social. Esta abstração concreta ao tomar o corpo, a mente, o coração do indivíduo, ao se completar na sua totalidade pôs o homem em estado de alienação, a qual no seu grau mais elevado transformou aspectos da sociedade num espetáculo.

É um mundo que se mercantilizou, nas palavras de Carlos (2001), um espaço produzido e reproduzido como mercadoria reproduzível e consumível. Esse espaço produzido para ser consumido é esvaziado de identidade, de história. É a negação do uso (havendo ressalvas, visto que o uso não deixa de existir

totalmente). Nessa abstração onde o privado se impõe em detrimento do público, os homens mostram-se transformados em personagens de uma vida cotidiana povoada de signos/sinais, que orientam até o comportamento na sociedade.

Em meio a grande crise que se abate sobre a cidade e o urbano, vê-se que a política, personificada pelo Estado, se desfalece e parece se dissolver em múltiplas instituições, embora permaneça com bases sólidas, normatizando, regulando, fiscalizando os usos do espaço e as relações em sociedade. Somente o Estado tem o poder de definir leis e normatizar o uso e ocupação do solo, bem como criar mecanismos que apontam para a requalificação urbana e por consequência a valorização espacial. Todavia, permanecem lacunas: A quem serve o Estado? Que grupos orientam sua política? Segundo Lefebvre (1999), se está vivendo uma fase de crise, na qual se coloca a cidade e o urbano. Vive-se em meio a um “campo cego”, que dificulta o real entendimento das coisas.

Várias *lógicas* se encontram e por vezes se chocam: a da mercadoria (levada ao limite de tentar a organização da produção de acordo com o consumo); a do Estado e da lei; a da organização espacial (planejamento do território e urbanismo); a do objeto; a da vida cotidiana; a que se pretende extrair da linguagem, da informação e da comunicação etc. Cada lógica pretendendo ser, ao mesmo tempo, restritiva e completa, eliminando o que não lhe convém, declarando que vai governar o resto do mundo, converte-se em tautologia vazia. [...] Porém, todas as lógicas e todas as tautologias se encontram. Por um lado, elas têm um lugar comum: a lógica da mais-valia. (Lefebvre, 2004, p.43)

A produção capitalista do espaço criou uma trama de relações complexas e conflituosas, em que a fugacidade delineia uma cidade de ritmo caótico, onde tudo se transforma muito rapidamente, gerando a obsessão por uma ordem urbana fortemente atrelada ao mercado, reinando a lógica do capital, negando uma governança que vá de encontro à primazia da justiça social, que permita maior liberdade, igualdade e a felicidade dos seus habitantes. A cidade passa a ser produzida para ser vendida ao mercado mundial, para atrair visitantes solváveis e captar mais e mais investimentos.

São Paulo mostra-se como um palimpsesto moderno, o qual vai sendo escrito e re-escrito todos os dias por vários sujeitos e agentes sociais que na

trama das relações se põe em hierarquia, deixando vestígios talhados nas formas da cidade, sendo a forma inseparável de seu conteúdo. Neste sentido, ao tomar-se a paisagem de São Paulo, não se está conceituando-a meramente como um amontoado de formas geométricas, linhas e curvas que privilegiam o ideal de modernidade, de racionalidade, pois assim se estaria considerando-a uma forma vazia, a expressão de uma cidade sempre disposta a pôr tudo abaixo para se reerguer com maior ostentação, funcionalidade, eficiência e claro, maior rentabilidade aos agentes hegemônicos da economia, produtores do espaço urbano.

São Paulo movimenta cifras no mercado de capitais, financeiro e imobiliário das mais expressivas do país, colocando-se em patamares superiores ao das outras grandes metrópoles da América Latina.

Com o aumento da urbanização e da modernização, uma racionalidade se impôs ao espaço urbano, organizando e produzindo as estruturas que facilitaram o desenvolvimento da circulação. Os espaços passaram a ser pensados de maneira estratégica e a competição por maiores investimentos foi gerando uma guerra entre os agentes dos lugares. Segundo Lefebvre (2004, p.136), “A redução do urbano à moradia e aos equipamentos faz parte das estreitezas da vida política, que se tornou sufocante, tanto à direita como à esquerda.”

O capital é seletivo e busca imobilizar-se em espaços que demonstrem vantagens comparativas, com atratividades locacionais, que inclusive justifiquem o investimento e possibilitem sua valorização e/ou reprodução. Esse processo gera um espaço alienado, que na concepção de Milton Santos (2004), não apresenta inspiração local ou com seus destinos.

São Paulo é uma cidade cheia de contradições e conflitos, onde se coloca a *transparência/opacidade* (Lefebvre, 2004, p.162), mediante a existência de áreas de “centralidade econômica” que possuem boa infra-estrutura e congrega todos os elementos necessários para inserí-la na economia mundial, enquanto outras áreas padecem pela falta de estruturas mínimas, apontando para a *presença/ausência* do Estado.

Nesta trama de situações e conflitos vê-se quão complexa é a produção do espaço e como este se encontra dominado por uma lógica capitalista,

que dá primazia ao lucro, onde o habitar e o direito à cidade cederam lugar a uma ditadura, na qual os agentes hegemônicos comandam, por suas ações os destinos do lugar, gerando uma alienação não somente em relação às pessoas, mas também ao espaço, estreitando as relações entre o local e o global, produzindo uma segregação cada vez maior no interior das cidades e acirrando a competição entre elas, as quais têm sido tratadas como sujeitos ativos, concepção criticada por Alves (2005, p.141), pois a autora considera que a “guerra” realiza-se entre os agentes dos lugares. Segundo a mesma autora (ibidem), “[...] o que vemos acontecer é a ação de grupos que se articulam [...] montam estratégias espaciais necessárias à reprodução do sistema”. Sobre essa questão, Vainer (2002, p.83), comenta que “[...] esta cidade, que saiu da forma passiva de objeto e assumiu a forma ativa de sujeito, ganha uma nova identidade: é uma empresa.” Esta idéia também é reforçada por Borja & Castells (1997, p.190), quando sugerem que “[...] las grandes ciudades son las multinacionales del siglo XXI”. Vainer, Borja e Castells em seus posicionamentos demonstram pensar a cidade como um sujeito ativo, ponto passível de polêmica, uma qualidade que a cidade ao ser analisada nos dias atuais remete. Todavia, não se pretende aqui estender o debate. E a escolha tomada foi a de considerar a cidade não como um sujeito, mas como *lugar da produção, produto e produção*⁷¹. Pois, ao considerá-la um sujeito ativo oculta-se os agentes econômicos e se reproduz o consenso concebido pelos agentes hegemônicos.

Conforme Sassen (1998), na corrida atual para a posição de “cidade mundial” não pode haver ilusões. O conceito só faz sentido se a cidade em questão for uma componente de uma rede global de locais estratégicos no mundo. Não há cidades globais em isolamento. Segundo a mesma autora (ibidem), uma cidade global tem recursos e competências necessárias para a gestão de operações globais relativas a empresas e mercados, quer sejam nacionais ou internacionais. Mas esta funcionalidade não cai do céu nem é imortal – tem de ser produzida e reinventada.

E para serem mundiais, Sassen (1998) afirma que é indispensável desempenhar “funções de produção” centrais em várias áreas – política, economia, cultura e até estilos de vida cosmopolita. Sob o viés economicista de uma ordem

⁷¹ LEFEBVRE, H. (1974, p. 57) – versão traduzida pelo grupo “As (im)possibilidades do urbano na metrópole contemporânea – Núcleo de Geografia Urbana da UFMG”

urbana, tem-se a aliança entre o governo (Estado) e a iniciativa privada (mercado), na produção do consenso de que São Paulo é uma cidade global ou mundial (aqui entendido como sinônimos). No plano do espaço mental, tal *representação do espaço* produz uma poderosa carga ideológica que se reflete na hierarquia espacial e consecutivamente atração de investimentos, recursos, que por conseguinte, conformam os *espaços de representação*.

O *status* de “cidade global” atribuído à São Paulo é digno de reflexão e já foi bastante abordado na literatura disponível, seja em textos críticos, normativos ou apologéticos. Não se busca aqui realizar uma revisão bibliográfica sobre o assunto, entretanto faz-se menção aos textos de Mariana Fix e João Sette Whitaker Ferreira que discutiram com acuidade essa questão e mostram como se produz um consenso de cidade global para se obter proveito disso, um mito que se deve desmanchar. Segundo Ferreira (2003, p.08):

A observação de dados empíricos da cidade mostra que ela não apresenta nenhum dos atributos típicos da "cidade-global": ela não se situa na rota dos grandes fluxos da economia global, não sofre de um processo de desindustrialização estrutural nas mesmas proporções do que as cidades desenvolvidas, não vê o "terciário avançado" se sobrepor aos outros setores da economia, etc. Entretanto, o discurso dominante do pensamento único neoliberal, que tem como paralelos urbanos as teorias da "Cidade-Global", do "Planejamento Estratégico" e do "Marketing de cidades", impõe um discurso ideológico pelo qual esses modelos seriam as únicas opções de urbanização aceitáveis para São Paulo.

O espaço produzido socialmente não pode ser atribuído a apenas um agente capitalista, mas sim a um conjunto de agentes que coexistem e atuam no meio ambiente construído. Os agentes de mercado e o Estado (com suas inúmeras instituições) conjugam forças para produzir um *espaço homogêneo*, que adota um modelo seguido por muitas cidades do mundo, como Barcelona, Londres (Docklands), Buenos Aires (Puerto Madero), dentre outras. São Paulo tem atributos que podem conduzi-la a ser uma cidade global, desempenhando *funções* que a colocam nesta hierarquia, mas isso ainda não pode ser afirmado como realidade na sua totalidade. Segundo Fix (2007, p.162), “[...] algumas cidades em países da periferia capitalista, embora não sejam cidades globais propriamente ditas, fazem

parte do processo de incorporação de um número crescente de centros financeiros – um dos modos pelo qual o sistema financeiro global se expande.”

O mito da cidade global coopera, sob o ponto de vista econômico, para a captação de grandes eventos e feiras de negócios, todavia isso não redime a importância de se estabelecer um plano de ação, seja para a promoção dos eventos, seja para criar uma “imagem ideal” da cidade e, ainda um plano urbanístico e viário eficientes. A captação de eventos/feiras de negócios por São Paulo parte de um esforço conjunto do poder público e iniciativa privada, havendo a obrigatoriedade de grandes investimentos, pois vender a imagem de cidade global e de importante destino de eventos e negócios requer um pesado *city marketing*, bem como produzir infra-estruturas que possibilitem a candidatura da cidade para a promoção de grandes eventos internacionais.

Na visão dos agentes econômicos (o empresariado) é justamente esta parceria que tornará bem sucedidas futuras captações. No exemplo de São Paulo, o atributo de ser considerada uma “cidade global”, traz a influência das empresas multinacionais e dos fluxos que a partir delas emanam.

Segundo Borja & Castells (1997), a nova economia global se articula territorialmente em torno de redes de cidades. Para esses autores (ibidem, p.21), “[...] las actividades estratégicamente dominantes, en todos los planos, están organizadas en redes globales de decisión e intercambio, desde los mercados financieros a los mensajes audiovisuales.” A formação dessa sociedade em rede põe novos desafios para o século XXI, sobretudo nas grandes metrópoles, como São Paulo.

La gestión de dichas ciudades y la construcción de nuevos modelos de vida capaces de responder a las nuevas formas productivas y culturales plantea enormes desafíos. [...] Las políticas urbanas practicadas hasta ahora parecen defasadas ante los desafíos de la globalización y la tecnología frente a la localización de la sociedad y la cultura. (Borja & Castells, 1997, p.22)

Afinal, o que gera a hierarquia entre as cidades, isto é, nas economias urbanas, é o incremento na produtividade, e ela se dá, segundo Borja & Castells (1997, p.32), por 3 fatores essenciais: *conectividad* (compreendido pelos

sistemas de informação); *inovação* (observada pela capacidade instalada de gerar um novo conhecimento, ou mesmo a disponibilidade de recursos humanos qualificados para a nova ordem) e *flexibilidade institucional* (espírito empresarial para incorporar no sistema produtivo da cidade as inovações tecnológicas globais).

O pensamento empresarial é transposto para a gestão urbana e as cidades vêm sendo desafiadas por mutações idênticas às vividas pelas empresas. Surge então, a problemática da competitividade urbana. “A mercadotecnia da cidade, *vender a cidade*, converteu-se [...] em uma das funções básicas dos governos locais [...]. (Borja & Forn apud Vainer, 2002, P.78)

É cada vez mais crescente a participação do Estado na concretização de grandes empreendimentos, sejam *shoppings centers*, centros empresariais, mega-projetos turísticos, condomínios residenciais etc. Uma produção capitalista do espaço que envolve grandes somas de capital e que induz diretamente ou indiretamente as ações do Estado (dotando áreas com infra-estrutura, por exemplo).

A reprodução do capital segue uma lógica, todavia não se autonomiza da lógica do Estado, o coordenador de todo o processo. Na relação “Cidade, Espaço, Estado”, este último se mostra totalizante, a abstração das abstrações. O espaço é fruto da dinâmica econômica e social, mas também se realiza no plano da política, envolvendo estratégias de agentes diversos.

Conforme Sanches (2001, 152), “Algumas cidades são eleitas como modeladoras para outras cidades e seus programas e projetos são incorporados na agenda urbana hegemônica”. Por conta disso, difunde-se um “ideal”, marcado por impulsos globais, visando uma “[...] inserção competitiva no novo mapa do mundo [...]”. As políticas urbanas e as políticas específicas para o turismo no meio urbano apelam para a construção (no plano físico e mental) de uma “cidade espetáculo”.

Quanto ao discurso que se cria para o convencimento das pessoas e a imagem que se quer vender da cidade, está no seio da reprodução do capital. Vainer (2002, p.79), baseado em Borja & Forn (1996), examina as características necessárias a este mesmo discurso - da cidade competitiva. “Para eles, a venda da cidade é, necessariamente, a venda daqueles atributos específicos que constituem,

de uma maneira ou de outra, insumos valorizados pelo capital transnacional: espaços para convenções e feiras, parques industriais e tecnológicos, oficinas de informações e assessoramento a investidores e empresários, torres de comunicações e comércio, segurança [...].” Todavia, pergunta-se: convencer as pessoas dessa imagem, que vende a cidade, atende aos interesses de quem? E questiona-se: é real essa imagem? Em meio ao movimento do pensamento sobre a cidade, surge uma questão crucial: Por que a produção e a difusão de imagens-modelo ganham importância no mundo moderno?

A cidade enquanto símbolo do moderno é forjada pelo processo de reprodução e orientada para a constituição de uma rede de cidades mundiais. E estas, como a metrópole de São Paulo, precisam consolidar imagens que tragam prestígio, uma publicidade positiva que faça emergir símbolos de eficiência, modernidade, beleza plástica dentre outros.

Em meio à discussão sobre o turismo de negócios e o urbanismo, Scherer (2002, p.90), sinaliza o fio condutor das estratégias do urbanismo no âmbito das políticas públicas. Segundo a autora, há duas formas de gerar-se desenvolvimento social: “[...] fazer uma cidade menos excludente [...] ou fazer da cidade um espetáculo que por isso mesmo gere desenvolvimento”. Longe de ser conclusivo, crê-se que o “espetáculo” é a tônica das cidades atuais. Se produzem “signos” (recortes que produzem ideologias), e o espaço urbano, assegurando a reprodução generalizada, passa a se caracterizar, segundo Lefebvre (1978, p.16-17), como: *homogêneo* (o mesmo em todo lugar, racionais, possibilitando sua intercambialidade), *quebrado* (fragmentado, quantificável e quantificado, logo abstrato) e *hierarquizado* (em que os lugares se dispõem desigualmente em relação aos centros, eles mesmos desiguais, produzindo uma hierarquia espacial, dos mais nobres aos menos nobres, dos centros comerciais aos centros de decisão etc.).

Com base em Lefebvre (1974), pode-se dizer que há uma importante contradição no plano do espaço mental, a *representação do espaço*, que se coloca no movimento dialético com os *espaços de representação* e a *prática social*. A *representação do espaço* tido como o concebido, o produto, com tendência ao quantitativo, ao homogêneo, a desapareição do corpo, elaborada pelo conhecimento científico, é aquele que se faz presente pela história, pelas ideologias. As imagens

simbólicas e o conceito que se produz sobre esse espaço, permitindo manobras dos agentes que se aproveitam desse consenso.

A representação do espaço mostra-se como elemento basilar no âmbito da economia urbana e mantém íntima relação com as táticas-estratégias dos agentes hegemônicos produtores do espaço urbano (ou de fragmentos deste). A conformação e a organização espacial decorre da orientação que se dá a este espaço. O que na análise empreendida sugere um espaço homogêneo intercambiável, que reproduz modelos de uma “dita” eficiência e modernidade, que o coloca em hierarquia perante outros e suscita uma valorização diferenciada do mesmo, captando mais recursos e investimentos que se materializam na forma urbana. A própria expansão do parque hoteleiro e dos arrojados edifícios corporativos são bons exemplos.

Toma-se também como exemplo o pensamento dos gestores da cidade, pois a prefeitura calcula que em 2005 a cidade deixou de captar 15 grandes feiras por não estar aparelhada o suficiente.

Outra estratégia do poder público, visando aparelhar a cidade para atender aos desígnios do capital, reside no projeto de implantação de uma rodoviária e de um centro de convenções na Zona Leste, objetivando melhorar os fluxos de saída e chegada de visitantes na cidade. A existência de uma hierarquia espacial em São Paulo é clara, mostrando que tanto investimentos públicos como privados privilegiam algumas áreas em detrimento de outras.

Enquanto intenção, o poder público objetiva dotar a Zona Leste com dois novos importantes objetos técnicos que trarão (na perspectiva econômica) mais dinamismo à região; uma nova “rodoviária” e um “complexo para eventos/feiras de negócios”, visto que a localização dos centros de convenções tem privilegiado as demais regiões da cidade em detrimento da Zona Leste. Esse novo espaço teria capacidade para 5 mil lugares e, possivelmente, sala de eventos, escola de hotelaria e um *shopping*. Um dos locais para sua instalação, de acordo com o prefeito, seria próximo à avenida Jacu-Pêssego, devido à ligação com o ABC, Guarulhos e o Rodoanel. Já a construção da nova rodoviária naquela região poderá contribuir para a emissividade do “turismo de um dia”, com viagens para Aparecida e litoral do

Estado. Com esta nova rodoviária fortalecer-se-ão os fluxos para a região dando mais impulso à economia local, sendo está a intencionalidade desses agentes produtores do espaço.

A maneira como São Paulo capta eventos/feiras de negócios e investimentos é atribuída não apenas aos equipamentos e estruturas dispostas por seu tecido urbano, mas também pela força de sua imagem perante o Brasil e o mundo, que faz emergir o “mito da cidade global”.

Os espaços de representação, tido como o vivido, o imaginado que adquire materialidade no espaço, também se afirma por esta mesma representação, pois o pensamento de uma cidade global vai se concretizando na morfologia da cidade, e o espaço vai sofrendo intervenções, quase cirúrgicas, pontuais, não eliminando os conflitos e as contradições sociais, mas as exacerbando, seja por políticas higienizadoras ou por políticas de renovação/requalificação urbanas (que por certo vem a ser uma gentrificação dos espaços fragmentados da cidade).

Em meio à contradição da *representação do espaço* e os *espaço de representação*, sua superação só pode ser vislumbrada pela *prática social*, que busca uma solução prática para os problemas da vida, resolvendo a contradição, que encarnada no plano das representações (desta abstração) questiona o neodirigismo do Estado que incorporou fortemente o caráter empresarial na cidade, em que pesa a lógica da mercadoria, a qual aguça os conflitos, não os resolvendo. A superação do par dialético representação do espaço/espaço de representação está contida na prática social. Uma transformação que aponta para um projeto utópico que não deve morrer.

Considerações Finais

A análise empreendida objetivou suscitar reflexões sobre a (re)produção do espaço urbano de São Paulo na sua relação com os eventos e feiras de negócios realizados nos grandes recintos de exposições (Parque Anhembi e Centro de Exposições Imigrantes) da cidade, acrescentando ao debate a orientação desta metrópole na contemporaneidade, em que pesa o setor terciário e a produção de uma imagem de eficiência, modernidade e cosmopolitismo, uma *representação do espaço* que facilita e em muito beneficia as transações econômicas (atraindo investimentos). Investimentos seletivos e que acompanham um vetor de expansão, especialmente na direção sudoeste da cidade, aspecto observado pela expansão do parque hoteleiro no tecido urbano.

Quanto aos grandes espaços de eventos, verificou-se que a construção do Parque Anhembi gerou desconforto aos governos dos outros estados da federação, visto que à época em que estavam sendo levantadas suas estruturas, o Anhembi captava uma grande soma de investimentos, recursos que poderiam ser materializados como empreendimentos turísticos em outras regiões do país, especialmente Norte e Nordeste.

O nascimento do Parque Anhembi é fruto do investimento de diversas empresas e bancos (uma sociedade anônima), somados ao empenho do empresário Caio Alcântara Machado, um importante agente articulador de táticas-estratégias sobre o espaço da região em questão.

O terreno onde se implementou o projeto do Parque Anhembi foi alvo de disputas entre importantes agentes da cidade, o dono do Jornal Estado de São Paulo, a Federação Paulista de Futebol e o empreário Caio Alcântara Machado (atualmente a maior empresa da América Latina na área de promoção de eventos e feiras). Nessa guerra de estratégias e interesses, a construção de um hospital, voltado a atender à população ou de um estádio de futebol, a paixão do brasileiro, de grande apelo cognitivo, não mostraram-se fortes o suficiente para serem

construídos na área. Vitória do valor de troca frente ao valor de uso, mostrando a hegemonia dos agentes de mercado na produção do espaço urbano.

Na trama de relações entre Estado e Mercado faz-se relevante observar a articulação política desses agentes econômicos junto ao Estado. Um Estado que coordena todo o processo e se apresenta como refém das táticas-estratégias desses mesmos agentes da iniciativa privada, que com seu *lobby* político manipulam o Estado a seu favor e utilizam o espaço como seu instrumento, um *meio* para fazer valer suas intenções, exemplo personificado em Caio Alcantara Machado.

O Estado é aquele que normatiza e regula os usos do espaço, aquele que comanda, decide, induz as direções dos investimentos. Mas ao mesmo tempo ele é manipulado, servindo a grupos de maior influência. Faz-se importante detectar quais forças sociais e políticas o conduz. Os agentes hegemônicos projetam suas intenções e sob o aval do Estado materializam-nas. Assim, o espaço emerge como *produto, condição e meio* à reprodução do capital. Isto induz uma seletividade dos investimentos no espaço e acaba criando contrastes e contradições cada vez mais profundos. Surgem, por exemplo, vetores de expansão da rede hoteleira, dos edifícios corporativos, dos serviços de uma economia superior, das moradias de alto padrão etc. Se produz uma “cidade miragem”, fragmentos do espaço que expressam uma contundente estética do progresso e que vende ao mundo o mito de uma “cidade global”. Um consenso produzido pelos agentes hegemônicos da economia em consonância com o Estado, que tentam de todas as maneiras possíveis atrair mais investimentos nas mais diversas áreas, captando mais eventos/feiras nos seus muitos espaços de eventos e salas e convenções como forma de aumentar o número de negócios na cidade e ainda possibilitar o *city marketing* desta.

A produção do espaço urbano é a materialização das intenções e determinações de múltiplos agentes, como o Estado, o sujeito totalizante e os agentes econômicos, que conduzem os destinos da cidade pelos desígnios do capital, orientando-a para um planejamento autofágico que promove a “imagem da eficiência”(que busca o convencimento de todos), uma *representação do espaço* que produzida com o intuito de “vender a cidade”, reforça as características de “cidade global”, jogando o tempo todo com a “ordem próxima”(o pontual, o local) e a “ordem

distante”(o mundial, uma lógica exterior), em um movimento contínuo que abre possibilidade para a atuação dos agentes internacionais que põem em prática suas *táticas-estratégias* de reprodução do capital no espaço.

Para atender a esta lógica, que revela um “empresariamento da gestão urbana”, um “neodirigismo” que aponta para a construção de uma cidade cada vez mais “estranha” aos que nela habitam, cria-se uma ilusão, a qual oculta os reais agentes e seus interesses, ilusão que faz todos pensarem nas “cidades hoje como sendo as multinacionais do século XXI”, demonstrando uma acirrada competição entre elas, uma incessante necessidade de se por em hierarquia perante outras. Uma noção quase biológica, onde os fortes sobrevivem e os fracos padecem. Vale dizer que a cidade não é observada como um ser orgânico, sistêmico, mas sim como o fruto de um processo de produção/reprodução social do espaço profundamente desigual. O capital é seletivo e busca fixar-se nos centros mais dinâmicos da economia global. Se produzem portanto “espaços homogêneos”, que nas palavras de Lefebvre (1974, p.11), servem “[...] para que se possa trocá-los, compará-los, vendê-los, não tendo entre si senão diferenças apreciáveis em dinheiro, portanto quantificáveis [...].” Essa seletividade dos investimentos é expresso nas transformações ocorridas principalmente no vetor sudoeste de São Paulo, em que se proliferam grandes edifícios de categoria AA, no surgimento de hotéis, a maioria de bandeiras internacionais e na aberturas de inúmeros bares, restaurantes e casas noturnas.

Como destino de eventos e de negócios, a cidade é alinhada, mediante a iniciativa privada e o poder público (em parceria ou não) para reproduzir um espaço homogêneo que adota o modelo (que deu certo) de outras cidades do mundo, colocando São Paulo na rede de cidades globais. Assim a cidade expõe ao mundo “recortes” de sua paisagem.

Essa característica indubitável da metrópole de São Paulo projeta uma cidade *corporativa*, toda *fragmentada* e *hierarquizada* (tanto internamente, quanto em relação a outras cidades). Esta qualidade da metrópole reforça a “representação de seu espaço” (a imagem que se propala da mesma) e orienta os seus destinos, dando conformidade aos “espaços de representação” (a sua materialidade, as *táticas-estratégias* dos agentes diversos projetadas no espaço,

expressando as transformações na sua morfologia – o plano do espaço físico). A criação de inúmeros grandes recintos de exposições e centros de convenções espalhados pela cidade segue esta orientação.

Várias lógicas se encontram e se chocam na realização da cidade, isto é, na produção de seu espaço urbano, seja aquela do Estado, a da mercadoria, a da vida cotidiana, a da organização espacial..., mas no final, como aponta Lefebvre (ibidem), elas têm um lugar comum, a lógica da mais-valia.

A aspiração da justiça social ou a negação de uma cotidianeidade sufocante, deve ser buscada pela *prática social*, como instância necessária da transformação da realidade urbana contemporânea. Um projeto utópico, que vivido nos sonhos, precisa avançar essa dimensão, fazer com que os homens, hoje personagens de uma “vida espetacular”, abram os olhos e vejam a luz de um mundo novo. Um modelo ideal de organização humana, em que o tempo-espaço possam ser apropriados pelos sujeitos sociais.

A cidade de São Paulo mostra-se totalmente funcionalizada, com a produção de espaços (juntamente com seus equipamentos) focados em grupos homogêneos e de maior poder de consumo. A acessibilidade não é uma concessão é um direito, o qual deve emergir e fazer valer sua força. Esses espaços fragmentados passam a ser consumidos por uma pequena parcela da população solvável. O segmento do turismo de eventos de negócios mantém essa característica, mesmo porque, em grande parte das vezes esses turistas são custeados pelas empresas que eles estão representando no evento, daí a exigência de serviços de médio e alto padrão.

Todas estas medidas reforçam o caráter empresarial da gestão da cidade, uma estratégia que se consolida como tendência no plano mundial e evidencia a "Crise da Cidade" em meio ao “empresariamento urbano”. O poder público local tem como objetivo consolidar São Paulo como a capital latino-americana dos negócios e eventos, assim como centro de cultura, vanguarda e entretenimento, gerador de tendências e conhecimento. Marta Suplicy, ainda prefeita em 2004, na inauguração de uma nova ala no Parque Anhembi anunciou: “[...] uma

de nossas principais metas é colocar São Paulo no cenário internacional [...]” Essas palavras não se perderam no tempo e são fortemente ressoantes nos dias atuais.

Segundo a atual ministra do turismo, Marta Suplicy, ex-prefeita do município (2001-2005), a cidade de São Paulo, em termos turísticos, é a que mais recebe visitantes e mais envia visitantes para o Brasil inteiro, o que merece forte apoio do governo federal. A ministra, em um de seus discursos em 2007, destacou que um dos maiores potenciais turísticos de São Paulo está na área de eventos. Ela também afirmou que o Brasil passou a ocupar a sétima posição no mundo na atração de eventos internacionais.

O segmento do turismo de eventos de negócios é o sustentáculo de toda a cadeia de turismo da capital. Durante a semana, a ocupação na rede hoteleira varia em 80%, aos finais de semana caem aproximadamente para 50%. Na cidade o turismo de negócios cresce em média 6% ao ano. Em 2006, segundo dados da SPCVB, houve mais de 10 milhões de visitantes na cidade, entre esses 73,5% a negócios, ou seja, mais de 7 milhões de pessoas. Os eventos e as feiras movimentaram 45% dos hotéis.

São Paulo de lócus da produção industrial passa a ser cada vez mais uma cidade voltada ao terciário. Segundo dados do SEADE-DIEESE, em 2007 o setor de serviços gerou mais de 124 mil empregos, o comércio 74 mil. Já a indústria, teve uma desaceleração de 5 mil empregos.

A cidade é *condição* geral da produção, o que segundo Carlos (2001), impõe determinada configuração espacial. E assim, em um processo contínuo, a cidade se reproduz e viabiliza os processos de produção, circulação, troca e consumo.

Mais do que apontar as mudanças na morfologia do espaço urbano de São Paulo buscou-se na análise, a partir de um estudo de caso, capturar o movimento de transformação, gerado por novas espacialidades, temporalidades e socialidades, em que produção/reprodução do espaço foi alterando antigos modos de vida, revelando um novo sentido do uso.

Imprimir sobre a cidade uma lógica dominante, a da mercadoria, que coloca a todos na condição de usuários (mesmo àqueles sem recursos) solapa o “direito à cidade” e pior, marca profundamente o cotidiano assentado sobre o vivido.

O Parque Anhembi é um marco espacial importante na região em que se situa e apresenta uma forte relação com o processo de (re)produção do espaço urbano na sua totalidade.

O Parque Anhembi colabora com a divulgação da cidade, no sentido de atrair visitantes e investimentos, que por consequência acaba gerando um dinamismo no seu entorno. Ainda que predomine na região grandes estruturas industriais, a realização de grandes eventos e feiras altera o trânsito da localidade, tumultuando-o. Há também movimentação no parque hoteleiro. E são impulsionadas grandes transações comerciais por meio de suas feiras e eventos diversos. Com a realização do Carnaval sugere até mesmo um aspecto cognitivo, com uma forte simbologia para àqueles que sonharam o ano todo atravessar sua passarela ao som dos samba-enredo, sob a luz dos holofotes.

Vale dizer, baseado em Lefebvre (ibidem, p.94), que “[...] a vida se reproduz no que faz uso do espaço, em seu vivido, do qual o turista não tem senão a sombra e do qual o espectador é apenas o fantasma”.

Segundo Lefebvre (ibidem), as relações sociais somente se realizam enquanto relações espaciais. As pessoas fazem os lugares e os lugares fazem as pessoas. Essa dialética espaço-social se realiza em movimento constante, daí vislumbrar o espaço como *processo*, não como um dado acabado.

No processo de produção do espaço urbano da região Norte (com o Parque Anhembi) e região Sul (com o Centro de Exposições Imigrantes) vê-se que estes espaços de eventos têm peso relevante, movimentando um fluxo maior de pessoas e por conseguinte, dinamizando a economia da área e valorizando o entorno.

Na zona Norte, da década de 1960 aos dias atuais muita coisa mudou, embora o entorno ao Parque Anhembi mantenha características de uma área industrial, com inúmeros barracões, muitos deles, formas que mudaram em suas funções. É difícil precisar os rebatimentos espaciais impulsionados pelo Parque

Anhembi, visto que bem próximo a ele situa-se o terminal Rodoferroviário do Tietê e o Complexo Center Norte (envolvendo espaço de eventos, *shopping* e hotel), entretanto é possível afirmar que ele é um importante marco espacial na região e para a cidade.

Na zona Sul, ao observar a história desse fragmento do espaço, vê-se que somente com as intervenções do Estado mediante a construção de grandes estruturas viárias, como a rodovia dos Imigrantes, o metrô linha Norte-Sul e também o terminal de ônibus Jabaquara, criou-se uma maior integração desse pedaço com a cidade como um todo. Estruturas surgidas todas na mesma década e que ampliou a acessibilidade na região, encurtando a distância centro-periferia. Neste mesmo momento histórico, década de 1970, foi criado o Centro de Exposições Imigrantes (anteriormente conhecido como Parque da Água Funda), um dos grande espaços de eventos da cidade, responsável por uma re-organização espacial na região e de certa maneira ocasionando incômodo aos moradores do entorno.

Analisando as transformações na região em questão, torna-se claro que em um primeiro momento o Estado abriu caminho, criou infra-estruturas, para posteriormente, a área ser “inventada” pela iniciativa privada. As estratégias do mercado mostram-se ao mesmo tempo induzidas e indutoras das ações do Estado.

A participação ativa do Estado deu-se tanto criação do Parque Anhembi quanto do Centro de Exposições Imigrantes. O Parque Anhembi começou como empreendimento privado e depois passou a ter a prefeitura como acionista majoritária, administrando-o. Enquanto o CEI, surgiu como uma obra pública, a cargo da Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado e depois foi terceirizado, sendo atualmente administrado por grupo de empresas através de concessão, em um processo licitatório.

No que se refere à localização tanto do Parque Anhembi quanto do CEI, evidencia-se uma necessidade de ambos os espaços de eventos situarem-se em meio a grandes eixos viários, o que facilita a fluidez dos visitantes e expositores. O Parque Anhembi está ao lado da marginal Tietê, logo na entrada da cidade para quem vem do Rio de Janeiro e o CEI à margem da rodovia dos Imigrantes, que segue para Baixada Santista. Ambos com situação geográfica que os beneficiam.

Da origem e do percurso histórico desses espaços de eventos, verificam-se aspectos muito particulares a cada um. O Parque Anhembi, por exemplo, nasceu como empreendimento privado e passou no decorrer dos anos a uma administração pública. Já o Centro de Exposições Imigrantes foi idealizado como empreendimento da Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo e transferido à administração privada, sob a forma de concessão de uso remunerado. Resultado da ideologia neoliberal que prega a ineficiência da administração pública, justificando uma melhor competitividade por meio da esfera privada. O Parque Anhembi, por exemplo, é hoje o maior e mais importante espaço de eventos do Brasil, de visibilidade internacional e encontra-se sob uma administração pública, a cargo da SPturis.

O contexto histórico em que eles foram implementados também diverge, pois o Parque Anhembi seguia os rumos da industrialização, sua criação veio a atender a alavancada industrial do país e ainda, proporcionar trocas de experiências, novas técnicas na indústria, além de divulgar a produção nacional e estabelecer contato com outros mercados pelo mundo. O Anhembi colaborou (e continua) para o marketing do Brasil no exterior nas décadas de 1960 e 1970.

Já o Centro de Exposições Imigrantes não nasceu com a mesma orientação do Anhembi. Ele não foi pensado em meio ao surto de industrialização. Sua origem está relacionada à valorização do setor agro-exportador. A função do Parque da Água Funda (hoje Centro de Exposições Imigrantes) era promover somente feiras agropecuárias. Visava-se expor raças, novas técnicas agrícolas, métodos de inseminação etc.

Mas no correr do tempo mudanças foram se processando, as características do país, em especial na cidade de São Paulo, foram mudando, trazendo repercussões nos planos político, econômico e social. Essa mutabilidade trouxe modernização ao CEI, tornando-o um reconhecido espaço de eventos da cidade, recinto este que desde 1993 abriu-se para a realização de eventos diversos: Bienal do Livro, Salão Duas Rodas, GISBrasil, dentre muitos outros... Notório na cidade, o CEI desperta intenções da iniciativa privada na implementação de empreendimentos anexos a ele, como um hotel e até mesmo um parque temático de características rurais.

Afirmar contundentemente que as transformações espaciais na região que circunda tanto o Parque Anhembi quanto o Centro de Exposições Imigrantes são fruto da criação desses espaços de eventos mostra-se ingênuo e equivocado, pois a relação é tênue, envolvendo diversos agentes. A produção de outras estruturas urbanas na região mostram-se induzidas e indutoras de transformações na mesma.

O pensamento crítico não se fecha em uma conclusão, e sim abre-se para novas possibilidades de aprofundamento. Precisar localizadamente as interações nos pareceu difuso, mas certamente a importância desses dois complexos de exposições na totalidade da cidade é um fato que os dados econômicos reforçam. A eles a imagem da cidade como um todo adquire grande potência e os projeta para o Brasil e o mundo.

Os fragmentos do espaço analisados na pesquisa exemplificam as táticas-estratégias dos agentes produtores do espaço urbano e põe acento na representação do espaço como elemento basilar na configuração do espaço de representação. Mostrou que os agentes produtores do espaço não são ocultos e que a cidade não é um sujeito ativo, mas sim um campo de batalha, onde se projetam diferentes interesses. Possibilitou refletir sobre a (re)produção do espaço urbano de São Paulo como importante destino de eventos e de negócios, o que vem de encontro com as expectativas dos agentes econômicos produtores desse espaço.

Referências Bibliográficas

- ABRAMO, Pedro. *Mercado e ordem urbana – do caos à teoria da localização residencial*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil: FAPERJ, 2001.
- ALABY, Michel Abdo Alaby. *Feiras e exposições*. 2.ed. Rio de Janeiro: Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior, 1986.
- ALVES, Glória A. “Paisagens metropolitanas” In. *Geografias de São Paulo: a metrópole do século XXI* – Ana Fani A. Carlos, Ariovaldo U. de Oliveira (Orgs.). – São Paulo: Contexto, 2004. pp.285-303
- _____. [et al.]. “São Paulo – Uma cidade global” In. CARLOS, Ana F.A. ; CARRERAS, Carles (orgs.). *Urbanização e Mundialização – estudos sobre a metrópole*. São Paulo: Contexto, 2005 – (Novas abordagens. GEOUSP; V.4). pp.137-149
- ARANTES, Otília B. F. *Urbanismo em fim de linha*. 2.ed. São Paulo:EDUSP, 2001.
- BARROS, Isabela. “Os endereços de ouro” In Guia Imobiliário – *Veja São Paulo*. Ed. Abril, no 50, Ano 38, novembro de 2005.
- BAUDRILLARD, Jean. [1968]. *O Sistema dos Objetos*. São Paulo: Perspectiva, 1973
- BENKO, Georges. [1995]. *Economia, espaço e globalização na aurora do século XXI*. Tradução de Antonio de Pádua Danesi. São Paulo: Hucitec, 1996
- BERMAN, Marshal. *Tudo que é sólido se desmancha no ar – a aventura da modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1984
- BERNARDES, Adriana. “A nova divisão territorial do trabalho brasileira e a produção de informações na cidade de São Paulo (as empresas de consultoria)” In SANTOS, M. e SILVEIRA, M.L. *O Brasil - território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2004c
- BORJA, Jordi & CASTELLS, Manuel. [1997]. *Local y Global – La gestión de las ciudades en la era de la información*. 7. ed. España: Taurus, 2004
- BRAGA, Débora C. *À margem das feiras de negócios : uso do tempo livre do turista em São Paulo*.- tese (doutorado-ECA-USP), São Paulo, 2005
- BRAUDEL, Fernand [1979]. *Civilização Material, Economia e Capitalismo - Séculos XV-XVIII*, vol. 2, “Os jogos das trocas”. São Paulo: Martins Fontes, 1996. Tradução: Telma Costa.
- CALVINO, Ítalo. *Seis propostas para o próximo milênio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.
- _____. *Cidades Invisíveis*. São Paulo: Cia das Letras, 1995
- CARRERAS, Carles. [et al.]. “Da cidade industrial à cidade dos consumidores – Reflexões teóricas para debater” In. CARLOS, Ana F.A.; CARRERAS, Carles (orgs.). *Urbanização e Mundialização – estudos sobre a metrópole*. São Paulo: Contexto, 2005 – (Novas abordagens. GEOUSP; V.4). pp.21-28

CARLOS, Ana Fani A. *A (Re)Produção do Espaço Urbano*. São Paulo: EDUSP, 1994

_____. [et. al]. "Novas contradições do espaço". In DAMIANI, Amélia L.; CARLOS, Ana Fani A.; SEABRA, Odette Carvalho de L. (orgs.) *O espaço no fim de século – a nova raridade*. São Paulo: Contexto, 1999, pp. 62-74.

_____. *Espaço-tempo na metrópole: a fragmentação da vida cotidiana*. São Paulo: Contexto, 2001

_____. *O espaço urbano – novos escritos sobre a cidade*. São Paulo: Contexto, 2004a.

CARLOS, Ana Fani A. e OLIVEIRA, Ariovaldo U.(orgs.). *Geografias de São Paulo – vol 1 Representação e crise na metrópole*. São Paulo: Contexto, 2004b

_____.(orgs.). *Geografias de São Paulo – vol 2 A metrópole do século XXI*. São Paulo: Contexto, 2004c

_____. [et al.]. "A reprodução da cidade como negócio" In. CARLOS, Ana F.A.; CARRERAS, Carles (orgs.). *Urbanização e Mundialização – estudos sobre a metrópole*. São Paulo: Contexto, 2005a – (Novas abordagens. GEOUSP; V.4).pp.29-37

_____. [1992]. *A cidade*. 8.ed. São Paulo: Contexto, 2005b.

_____.(orgs.). *Geografias de São Paulo – vol 3 Geografias das metrópoles*. São Paulo: Contexto, 2006.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999

CORRÊA, Roberto L. *Trajetórias geográficas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CRUZ, Rita de C. *Política de Turismo e Território*. São Paulo: Contexto, 2000.

_____. *Paisagens artificiais criadas pelo turismo*. In YÁZIGY, Eduardo A. (org.). *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto, 2002

_____. *Turismo e produção do espaço urbano na metrópole de São Paulo, Brasil*. 2005.

_____. "Os paradoxos do turismo na cidade de São Paulo" In. CARLOS, Ana F. A. ; OLIVEIRA, Ariovaldo U. (orgs.) *Geografias das Metrópoles* São Paulo: Contexto, 2006. pp.201-212.

DAMIANI, Amélia L. [et al.] "A geografia e a reprodução do espaço da metrópole - Entre o público e o privado" In. CARLOS, Ana F.A. ; CARRERAS, Carles (orgs.). *Urbanização e Mundialização – estudos sobre a metrópole*. São Paulo: Contexto, 2005 – (Novas abordagens. GEOUSP; V.4).pp.38-50

DEBORD, Guy. [1967]. *A sociedade do espetáculo*. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997

DÍARIO OFICIAL. São Paulo, quinta-feira, 20 de julho de 2006. Ano. 51, n. 136.

DUMAZEDIER, Joffre. *Sociologia empírica do lazer*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1979.

FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. *A estratégia dos signos*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1986.

GALLERO, Álvaro Lopez. "El impacto de la globalización sobre el turismo". In RODRÍGUEZ, Adyr, B. (org.) *Turismo e geografia – reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: HUCITEC, 2001, pp.33-38

GARCIA, Maria. [et al.] "A cidade e o Estado. Políticas públicas e o espaço urbano". In GARCIA, Maria (org.) *A cidade e seu Estatuto*. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2005. pp.27-52.

GIACAGLIA, Maria Cecília. *Organização de eventos: teoria e prática*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

GOMES, Paulo César da C. *A condição urbana: ensaios de geopolítica da cidade*. Rio de Janeiro:Bertrand Brasil, 2002

HAMAM, Rogério. *Entretenimento em feiras comerciais sob a ótica da hospitalidade: a erótika fair*. - Dissertação(mestrado-FAM), SÃO PAULO, 2006

HARVEY, David. *A Justiça Social e a Cidade*. São Paulo: Hucitec, 1980.

_____. *Los limites del capitalismo y la teoría marxista*. México, Fondo de Cultura Económica, 1982.

_____. [1989]. *Condição pós-moderna – uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. Tradução de Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. 7.ed. São Paulo: Edições Loyola, 1992

_____. [2001]. *A produção capitalista do espaço*. Tradução de Carlos Szlak. São Paulo: Annablume, 2005.

HAESBAERT, Rogério. *O mito da Desterritorialização: do fim dos territórios à multiterritorialidade*. Rio de Janeiro: Bertrande Brasil, 2004.

YÁZIGI, Eduardo [et al.]. "Funções culturais da metrópole – metodologia sobre a requalificação urbana do Centro de São Paulo" In. CARLOS, Ana F.A. ; CARRERAS, Carles (orgs.). *Urbanização e Mundialização – estudos sobre a metrópole*. São Paulo: Contexto, 2005 – (Novas abordagens. GEOUSP; V.4).pp.81-97

LAZZAROTI, Olivier. "La géographie dans la controverse touristique". In *Annales de Géographie*, n.580, pp.627-650, 1994

LEFEBVRE, Henri. [1968]. *A vida cotidiana no mundo moderno*. Tradução de Alcides João de Barros. São Paulo:Ática, 1991

_____. [1968]. *O direito à cidade*. Tradução de Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Centauro, 2001

_____. [1973]. *Espaço e política*. Tradução de Samuel Baima. (Cópia em formato digital). Fortaleza, 2000

_____. [1970]. *A revolução urbana*. Tradução de Sérgio Martins. Belo Horizonte: UFMG, 1999

_____. "O espaço e o Estado" Tomo V de *A respeito do Estado*. Tradução do Labor

_____. *A re-produção das relações de produção (La survie du capitalisme)*. Paris: Antropos, 1973a

_____. *De lo rural a lo urbano*. Barcelona: Ediciones Península, 1973b.

_____. *A produção do espaço*. Trad. Grupo “As (im)possibilidades do urbano na metrópole contemporânea – Núcleo de Geografia Urbana da UFMG” (do original: *La production de l’espace*. 4.a ed. Paris: Éditions Anthropos, 2000). Primeira versão: início- fev. 2006.

_____. *Le retour de la dialectique: 12 mots cief pour lê monde moderne*. Paris: Messidor/Editions Sociales, 1986, p.159-173. Tradução de Margarida Maria Andrade.

_____. “Tomo IV- As contradições do Estado moderno – Cap. V – L’espace et l’État” *In. De l’État*. Paris: Union Générale d’Éditions, 1978. Tradução de José Augusto Martins Pessoa

_____. *O Fim da História*. Lisboa: Publicações Don Quixote, 1981.

LIPIETZ, Alain. *O capital e seu espaço*. São Paulo: Nobel, 1998.

LOZATO-GIOTART, Jean P. *Géographie du tourisme*. Paris: Masson, 1993.

MAMIGONIAN, Armen. *Teorias sobre a industrialização brasileira*. Cadernos Geográficos. Florianópolis: UFSC/CFH/DG Imprensa Universitária, n.º 2, 2000.

MARTIN, Vanessa. *Manual prático de eventos*. São Paulo: Atlas, 2003.

MASTROBUENO, Flávia. *Ações de captação de eventos na cidade de São Paulo como estratégias para o fomento do futuro*. – Dissertação (mestrado-ECA-USP), São Paulo, 2003.

MATIAS, Marlene. *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. São Paulo: Manole, 2001. p.11-12; 62; 66-67.

MUMFORD, Lewis. *A cidade na História: suas origens, transformações e perspectivas*. São Paulo: Martins Fontes, 1982

NUNES, Angela. “Luxo e variedade”. *Revista Veja*, p.81, 04 de jul. 2001. São Paulo, ano 34, n.o 1.24

OLIVEIRA, Christian D. M. *Geografia do Turismo na Cultura Carnavalesca: O sambódromo do Anhembi*. São Paulo: Paulistana, 2007.

PLUM, Werner. *Exposições mundiais no século XIX: espetáculos da transformação sócio-cultural*. Wanderlei de Paula Barreto e Ana Maria Zanutto de Paula Barreto (trad.). São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 1979.

PIQUET, Rosélia. *Cidade-Empresa – presença na paisagem brasileira*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

RAFFESTIN, Claude. *Por uma Geografia do Poder*. São Paulo: Ática, 1993

RIBEIRO, Lauro L. G. [et al.] “Uma cidade para todos”. In GARCIA, Maria (org.) *A cidade e seu Estatuto*. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2005. pp.165-201

SANCHES, Joan-Eugení. *Espacio, economia y sociedad*. Espanha: Siglo Veintiuno, 1991.

SANTOS, Milton. *Economia Espacial: críticas e alternativas*. São Paulo: Hucitec, 1979.

_____. *Por uma outra globalização – do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2000

_____. [1996]. *A natureza do espaço – técnica e tempo, razão e emoção*. 4.ed. São Paulo: Edusp, 2004a

_____. [1982]. *Pensando o espaço do homem*. São Paulo: Edusp, 2004b

SANTOS, M. e SILVEIRA, M.L. *O Brasil - território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2004c

_____. *Técnica, espaço, tempo – globalização e meio técnico-científico informacional*. São Paulo: Hucitec, 1994.

SÃO PAULO (cidade). Secretaria Municipal de Planejamento – SEMPLA.

Departamento de Estatística e Produção de Informação - DIPRO. Município em Mapas: cultura e território: uma análise da economia e dos espaços culturais na cidade. São Paulo: SEMPLA, 2007.

SASSEN, Saskia. *As Cidades na Economia Mundial*. São Paulo: Studio Nobel, 1998. (trad. Carlos E. M. Moura)

SCHERER, Rebeca.[et al.]. “Paisagem urbanística, urbanização pós-moderna e turismo” In. YÁZIGY, Eduardo A. (org.). *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto, 2002. pp-83-105.

SOBARZO, Oscar. [et al.] “A produção do espaço público: da dominação à apropriação” In *GEOUSP*, 19. São Paulo: FFLCH, 2006. (no prelo)

SOJA, Edward W. [1989]. *Geografias pós-modernas – A reafirmação do espaço na teoria social crítica*. Tradução [da 2. ed. Inglesa], Vera Ribeiro; revisão técnica, Bertha Becker, Lia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

SOUZA, Maria Adélia de. *Governo Urbano*. São Paulo: Nobel, 1988.

SPOLON, Ana Paula Garcia. *Chão de estrelas: hotelaria e produção imobiliária em São Paulo, 1995-2005* – Dissertação(mestrado-FAU-USP), São Paulo, 2006.

VAINER, Carlos . [et al.]. “Pátria, empresa e mercadoria” In. ARANTES, Otília B. F; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia . *A cidade do pensamento único – Desmanchando consensos*. 3.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

VALLADARES, L. Pensando a pobreza urbana no Brasil. In: BOSCHI, R. Corporativismo e desigualdade: a construção do espaço público no Brasil. Rio Fundo: IUPERJ, 1994. p. 81-111.

ZANELLA, Luis Carlos. *Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização*. São Paulo: Atlas, 2004.