UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS

DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA

PAULO ROBERTO ANDRADE DE MORAES

A ESPACIALIZAÇÃO DOS EVENTOS CULTURAIS NA CIDADE DE SÃO PAULO

São Paulo

2010

PAULO ROBERTO ANDRADE DE MORAES

A ESPACIALIZAÇÃO DOS EVENTOS CULTURAIS NA CIDADE DE SÃO PAULO

Tese apresentada ao Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de mestre em Geografia.

Área de concentração: Geografia Humana

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Abdo Yázigi

São Paulo

2010

Paulo Roberto Andrade de Moraes

A espacialização dos eventos culturais na cidade de São Paulo

Tese apresentada ao Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de mestre em Geografia.

Área de concentração: Geografia Humana

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Abdo Yázigi

Aprovado em: _____

Banca Examinadora

Prof. Dr._____

Instituição:_____Assinatura:_____

Prof. Dr._____

Instituição:_____Assinatura:_____

Prof. Dr._____

Instituição:_____Assinatura:_____

Dedico este trabalho a própria cidade de São Paulo, por todas suas qualidades e defeitos, mas que não deixa de ser apaixonante!

AGRADECIMENTOS

Quero deixar expresso nesta página meus agradecimentos a algumas pessoas que, de alguma maneira, me ajudaram a tornar possível a conclusão deste trabalho.

Em primeiro lugar agradeço a **Deus** antes de tudo. Ao meu **pai** que sei que, mesmo em outro plano, sempre torce por mim. A minha **mãe** por todo o amor e carinho que sempre foi farto.

Um muito obrigado a minha esposa **Thaís** que sempre acreditou em mim, as vezes até mais do que eu, te amo muito!

Novamente agradeço ao meu orientador, Prof. Dr. **Eduardo Yázigi**, que desde o tempo do meu TGI, sempre trouxe ótimos conselhos, direcionamento para o trabalho e também sua amizade. Referente a orientações, meus agradecimentos se estendem aos professores de minha banca de qualificação Profa. Dra. **Regina Araújo** e Prof. Dr. **Paulo Vasconcellos** por suas importantes arguições naquele momento.

Agradeço também a Profa. Dra. **Maria Eliza Miranda**, pois em um momento crucial de meu trabalho, ela conseguiu que eu arrumasse algo valiosíssimo para sua conclusão: tempo.

A vivência na pós-graduação possibilitou novas amizades e convívio com grandes pessoas. Um obrigado aos meus amigos e também orientandos do Prof. Eduardo, o **Flávio**, **Daniel** e **Vicente** que durante nossas reuniões de orientação possibilitou termos valiosas trocas de experiências referente a nossos trabalhos, enriquecendo a todos nós.

Durante o período na pós-graduação, passei a fazer monitoria para os estágios supervisionados em licenciatura de Geografia. Esta atividade foi desenvolvida no Lemadi (Laboratório de Ensino e Material Didático). Neste laboratório tive a oportunidade conhecer pessoas maravilhosas que com certeza posso afirmar que serão meus amigos para o resto da vida. A **Mariana**, **Ari** e **Aline** por todos os momentos divertidos e ao mesmo tempo cultos que passamos juntos. A Profa. Dra. **Carla Sena** por sua amizade, risadas e valiosas dicas. Não posso deixar de agradecer a pessoa que é a mais exata tradução da palavra amizade, **Waldirene do Carmo**, por todo seu apoio, ajuda na revisão nos momentos finais da redação e pelos momentos de descontração com muitas risadas. Muito obrigado!

Muito obrigado a minha amiga **Sonia Peres** pela revisão ortográfica deste trabalho. Agradeço aos meus tios **Rose** e **Ary**, por sua ajuda no momento em que o meio técnico-informacional me deixou na mão. Obrigado a **Karina** por boa parte dos Guias do Estadão utilizados neste trabalho.

Meu muito obrigado também para a Sra. **Karen Martinez** e Sr. **Roberto Vertas**, ambos da empresa Ticketmaster, pela entrevista, momento em que recebi importantes informações sobre o mercado de shows e entretenimento.

Não posso deixar de agradecer ao Programa Bolsa Mestrado da Secretaria Estadual de Educação, por seu valioso auxílio financeiro neste período.

Quero que saibam que as pessoas citadas nestes agradecimentos são muito especiais para mim de uma maneira ou de outra, assim como muitas outras. Caso tenha esquecido alguém, peço que me perdoe, pois condensar três anos de gratidão nestes poucos parágrafos não é uma tarefa fácil.

Obrigado por vocês existirem e que Deus abençoe a todos!

RESUMO

O presente trabalho procura mostrar como se dá a espacialização dos eventos culturais na cidade de São Paulo. Como evento cultural ficou entendido ser qualquer atividade com o intuito de aprimorar os conhecimentos ou entreter as pessoas através de recursos audiovisuais e que a procura por estes deve ser espontânea. Neste aspecto, entende-se como eventos culturais os shows musicais, mostras de cinema, exposições e peças teatrais.

Em princípio, relacionou-se estes eventos a opções de lazer da população munícipe e aonde se concentravam espacialmente na cidade de São Paulo. Para a catalogação destes eventos, foram utilizados os Guias do Estadão publicados semanalmente nos anos de 2007 e 2008. Dada a excepcionalidade de alguns eventos, procurou-se averiguar o quanto eles são também atrativos turísticos para a capital paulista.

O levantamento dos eventos resultou em uma sistematização cartográfica, em que por um conjunto de seis mapas temáticos é possível identificar: os bairros com maiores concentrações de determinados eventos; a possível criação de uma territorialidade; a ocorrência destes eventos por bairros na cidade.

Após a conclusão desta pesquisa, foi possível criar a sistematização cartográfica acima citada, que poderá ser atualizada constantemente, além de verificar que os eventos culturais são também uma das identidades de São Paulo, dada a sua característica cosmopolita.

Palavras-chave: cultura, lazer, turismo, eventos culturais e cidade de São Paulo.

ABSTRACT

The current work aims to show how is the spatial distribution of cultural events in the city of São Paulo. As a cultural event it is understood any activity that has the goal of refining the knowledge or entertaining people through audiovisual resources and the demand for these must be spontaneous. In this respect, it is understood as cultural events like music concerts, film festivals, art exhibitions and theater plays.

In principle, these events were related to the entertainment options the citizen population has and where it spatially concentrates in São Paulo. For the cataloging of these events were used Guides from the "Estado de São Paulo" journal published weekly in the years 2007 and 2008. Given the exceptionality of some events, we sought to determine how much they are also tourist attractions for the major city of the state.

The survey of the events resulted in a cartographic systematization, in which a set of six thematic maps can be identified: the neighborhoods with higher concentrations of certain events; the possible creation of a territoriality, the occurrence of these events by districts in the city.

Upon completion of this research, it was possible to create the systematic mapping mentioned above, which can be updated constantly, and found that cultural events are also one of the identities of São Paulo, due to its cosmopolitan character.

Keywords: culture, leisure, tourism, cultural events and city of São Paulo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: O entorno da Praça Roosevelt 64
Figura 2: Distribuição das unidades do SESC 77
Figura 3: Cinemas no entorno da Avenida Paulista 101
Figura 4: Teatros no entorno do Bixiga e Paulista 104
Figura 5: Evolução dos shows internacionais no país 110

LISTA DE FOTOS

Foto 1: Palco do Teatro Municipal de São Paulo 63

Foto 2: Palco do Teatro Folha 63

Foto 3: Palco do Teatro Abril 63

Foto 4: Shopping Metro Itaquera, anexo a estação do metro Itaquera,última estação da linha leste-oeste do metro 96

Foto 5: Entrada do multiplex Box cinemas do Shopping Metrô Itaquera 97

Foto 6: Avenida Radial Leste e estações do metro e CPTM do Bairro do Tatuapé, zona leste de São Paulo. Observam-se anexo as estações os shoppings Metrô Tatuapé e Boulevard Tatuapé 97

Foto 7: Shopping Metro Santa Cruz 98

Foto 8: Entrada do multiplex Cinemark Shopping Metro Santa Cruz 98

Foto 9: Interior da Sala São Paulo, moderno sistema de acústica e acomodações confortáveis 108

Foto 10: Sala São Paulo próxima a “crackolândia”, inibindo a apropriação do espaço pelos apreciadores de música clássica, devido ao entorno pouco seguro 108

Foto 11: Banda inglesa Whitesnake. Show no Credicard Hall para 7000

pessoas 111

Foto 12: Banda mexicana Maná. Show no Credicard Hall para 7000 pessoas 111

Foto 13: Cantora norte-americana Cyndi Lauper. Via Funchal 6000 pessoas 112

Foto 14: Cantora Madonna. Estádio do Morumbi 70000 pessoas 112

Foto 15: Bruna Caram. Bourbon Street 450 pessoas 112

Foto 16: Marisa Monte. HSBC Brasil. 3800 pessoas 112

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Virada Cultural 2010 - Itens gastos pelos turistas 80

Gráfico 2: Parada do Orgulho Gay 2010 - Itens gastos pelos turistas 82

Gráfico 3: Perfil das cem empresas que mais investem em eventos culturais 2008. Ramo de atividade 88

Gráfico4: Perfil das empresas que mais investem em cultura. Área de interesse .. 89

Gráfico 5: Perfil das cem empresas que mais investem em eventos culturais 2008. Leis de incentivo 91

Gráfico 6: motivo da visita 94

LISTA DE MAPAS

Mapa 1: Região Metropolitana de São Paulo 18

Mapa 2: Distribuição dos locais que apresentam seções cinematográficas no município de São Paulo em 2007 e 2008 95

Mapa 3: Distribuição dos locais que apresentam peças teatrais no município de São Paulo em 2007 e 2008 106

Mapa 4: Distribuição dos locais que apresentam shows musicais no município de São Paulo em 2007 e 2008 115

Mapa 5: Distribuição dos locais que apresentam exposições no município de São Paulo em 2007 e 2008 118

Mapa 6: Guia Turístico da Cidade de São Paulo 126

Mapa 7: Distribuição dos locais que apresentam eventos culturais no município de São Paulo em 2007 e 2008 127

Mapa 8: Distribuição dos eventos culturais por distritos do município de São Paulo em 2007 e 2008 135

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Cidades da Região Metropolitana de São Paulo que possuem e não possuem salas de cinema 19

Tabela 2: As dez empresas mais admiradas em 2008 92

Tabela 3: Avaliação do Centro e da Cidade (%) 132

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO..... 14

2 BASES TEÓRICOS-METODOLÓGICAS..... 23

2.1 Lazer 24

2.1.1 Lazer: práticas domésticas e práticas externas 26

2.2 Cultura 29

2.3 Espaço e territorialidade 32

3 CARACTERÍSTICAS SOBRE A CIDADE DE SÃO PAULO 36

3.1 Espaço e centralidade 38

3.2 As centralidades de São Paulo 39

3.2.1 Centro Antigo 40

3.2.2 A região da Avenida Paulista 41

3.2.3 A Avenida Engenheiro Luiz Carlos Berrini e o entorno da Marginal do Rio Pinheiros 44

3.3 Concentração espacial dos eventos culturais 51

3.4 Perfil socioeconômico e cultural dos paulistanos 51

4 TIPOLOGIA DOS EVENTOS CULTURAIS 55

4.1 Histórico do teatro em São Paulo 55

4.2 Tipologia dos teatros 62

4.2.1 Teatro alternativo 64

4.3 A evolução das salas de cinema na cidade de São Paulo 66

4.4 As casas de shows em São Paulo 71

4.5 Tipologia das exposições em São Paulo 73

5 EVENTOS CULTURAIS ACESSÍVEIS 75

5.1 O caso do SESC 75

5.2 A Virada Cultural Paulistana 78

5.3 Parada do Orgulho Gay 81

5.4 Leis de incentivos culturais 83

A Lei Rouanet 83

5.5 Incentivo a projetos culturais 85

5.6 Os maiores patrocinadores de eventos culturais no País 86

6 A ESPACIALIZAÇÃO DOS EVENTOS CULTURAIS NA CIDADE DE SÃO PAULO 93

7 EVENTOS CULTURAIS E SEU POTENCIAL TURÍSTICO 119

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS 136

9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 141

APÊNDICE 148

1 Introdução

O presente trabalho versa sobre a espacialização dos eventos culturais da cidade de São Paulo. A razão em abordar o tema vem de interesse pessoal do autor, que sempre se encantou com a gama e variedades de shows, filmes, peças e exposições que ocorrem na cidade, sendo freqüentador de muitos, inclusive.

Apesar da extensa programação cultural oferecida, notei uma aparente concentração das mesmas em determinadas regiões da cidade. Além de gostar do assunto, esta aparente concentração despertou o interesse para elaboração desta monografia.

Os eventos analisados são filmes, peças teatrais, exposições de arte (pinturas e esculturas) e shows musicais (de todos os gêneros).

Muitos dos eventos culturais na cidade ocorrem em locais não preparados inicialmente para esta finalidade. Há shows musicais em estádios de futebol, hall de edifícios, livrarias, bares, ou seja, nem todos ocorrem em casas de shows. O mesmo se aplica a exposições. Por este motivo, tomou-se o cuidado de trabalhar a espacialização dos eventos culturais e não dos equipamentos culturais, o que poderia limitar o número de atrações divulgadas.

O primeiro evento – exibições cinematográficas – ocorre basicamente nos cinemas. Neste caso específico, pode-se falar em equipamento cultural. Trata-se do mais democrático equipamento no que se refere à distribuição geográfica na cidade. Os cinemas estão dispostos em três categorias: cinemas de rua, cinemas de artes e os *multiplex* – a tipologia de cada categoria encontra-se no capítulo sobre tipologia e histórico dos eventos culturais.

A disseminação das salas de cinema pela cidade, principalmente após a concepção do modelo *multiplex*, com exceção do cine Marabá na região central da cidade, todos os demais localizam-se dentro de shopping-centers. Apesar de alguns chamarem esta disseminação em democratização espacial, pois torna-se o acesso mais facilitado, sabe-se que em principio, trata-se de interesse do mercado em

expandir sua atuação. Hoje há em São Paulo 41 shopping-centers (Abrasce[1], 2010) espalhados por todas as regiões da cidade, portanto a disseminação destes centros de compras tornou o acesso da população a este meio de entretenimento mais fácil.

Os demais eventos usam equipamentos próprios para estes fins (casas de shows, teatros, galerias), mas também ocorrem em espaços múltiplos e adaptados.

Apresentações teatrais – musicais ou *stand-ups* protagonizados por atores com grande exposição na televisão – atraem número bastante superior a uma peça convencional. Algumas delas acontecem em casa de shows para 3000 a 6000 espectadores.

Exposições e mostras ocorrem em pavilhões multiusos como o prédio da Bienal no Parque do Ibirapuera, onde também há exposições, desfiles de moda (como o São Paulo Fashion Week) e feiras de negócios.

Esta adaptação de locais não é exclusividade de São Paulo, qualquer grande cidade do mundo que receba um show que atraia mais de 30 mil pessoas usará uma arena multiuso ou um estádio de futebol. Estes eventos são raros e não justificam a construção de um equipamento para esta única finalidade.

O grande número de eventos culturais no município justifica a importância deste trabalho, pois são poucas as cidades com as características de São Paulo que possui 11.037.593 habitantes espalhados por 1.523 km² (IBGE[2], 2009).

Os 1.523 km² de São Paulo estão divididos em 97 distritos (IBGE, 2007). A mancha urbana se espalhou de forma desorganizada com alto índice de periferização. Pode-se perceber isto, observando bairros tão dispares como o Capão Redondo, bairro da periferia da zona sul, tem 49% de sua população com somente o ensino fundamental e renda média de até cinco salários mínimos para 76% de seus habitantes; já Moema, bairro nobre da zona sul, tem 66% dos moradores com ensino superior e 27% ganhando entre dez a vinte salários mínimos, segundo a Pesquisa DNA Paulistano (2009).

---

1 Associação Brasileira de Shopping Center

2 Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

Estes exemplos de disparidade em níveis econômicos e culturais mostram a diversidade existente nesta cidade e talvez consiga explicar parte da distribuição dos eventos culturais.

A situação de desigualdade é explicada em parte pela concepção da cidade de São Paulo, hoje um dos maiores centros urbanos do mundo. Seu crescimento veio desde a vinda de imigrantes no fim do século XIX, passando por sua intensa industrialização a partir da década de 1920, culminando com a dispersão industrial e elevação do setor terciário sofisticado e de alta tecnologia, processo esse iniciado na década de 1980 e que ainda não terminou.

São Paulo se tornou após este processo numa cidade de escala mundial, uma cidade global numa categoria ainda inferior aos pólos globais como Nova Iorque e Londres, como cita Sassen (2008, p.1):

> O reconhecimento do valor das diferenças ou características de especialização entre diferentes cidades e diferentes regiões urbanas na economia global de hoje demonstra como a história econômica aprofundada de um lugar influencia o tipo de economia do conhecimento que uma cidade, ou cidade-região, termina por desenvolver. [...] São Paulo ficou classificada num grupo médio, composto por aproximadamente 20 cidades, lideradas por Dubai e com Shenzhen na lanterna. Esse grupo incluiu algumas das mais poderosas cidades do mundo.

Essa atração que São Paulo exerce a seu entorno nacional e internacional acaba por trazer diferentes ocupações e empreendimento à cidade

> [...] Firmas e mercados globais, além de empreendimentos culturais, querem estar em muitas cidades globais, porque cada uma dessas cidades expande suas respectivas plataformas globais de operações, e também porque cada uma dessas cidades poderia representar um papel de ponte, entre o global e as especificidades das economias e sociedades nacionais, assinalando, além disso, que cidades globais são construídas, desenvolvidas e concluídas. (SASSEN, 2008, p.4.)

Cidades como São Paulo acabam exercendo influências além de seus territórios e em escala mais local, estende suas ações as cidades vizinhas, no caso a sua região metropolitana. A Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) está diretamente ligada as ações da metrópole, sua rede de serviços, empregos e

transporte causam consequências diretas as cidades de seu entorno, caso haja alguma alteração. De acordo com a Constituição Estadual de São Paulo (artigo 153, parágrafo 1):

> Considera-se região metropolitana o agrupamento de Municípios limítrofes que assuma destacada expressão nacional, em razão de elevada densidade demográfica, significativa conurbação e de funções urbanas e regionais com alto grau de diversidade, especialização e integração sócio-econômica, exigindo planejamento integrado e ação conjunta permanente dos entes públicos nela atuantes. (SÃO PAULO, atualizado em 2009, artigo 153, parágrafo 1)[3]

Pensando na Região Metropolitana de São Paulo, fala-se numa área de 8.501 km² com 39 municípios[4], cruzada pelas principais rodovias do país e dois dos três maiores aeroportos do Brasil em movimento de passageiros – Cumbica, em Guarulhos e Congonhas, em São Paulo. A RMSP possui 19.697.337 habitantes (SEADE, 2008), representando 47,9% da população total do estado.

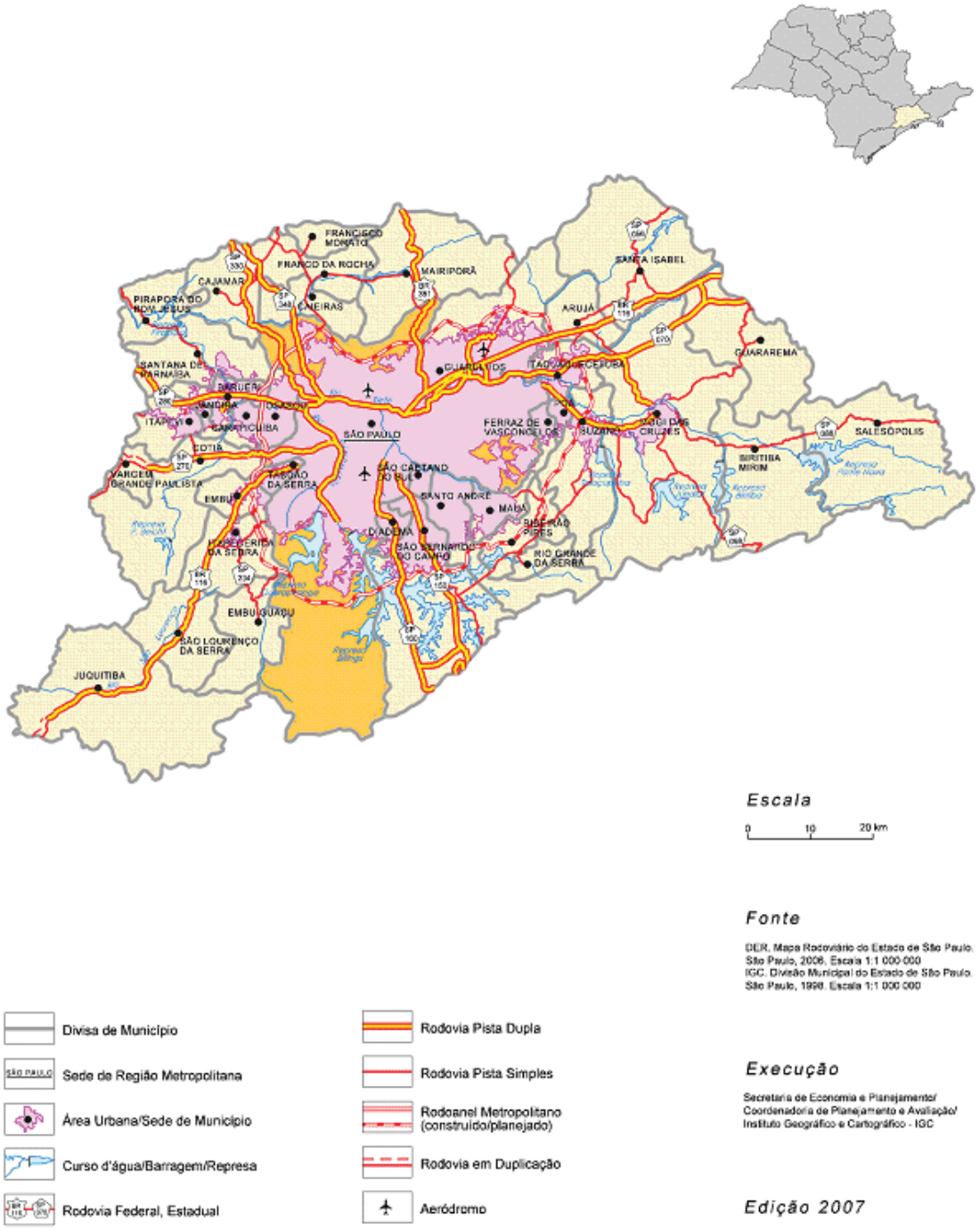
A RMSP encontra-se altamente interligada e conurbada, muitas cidades são chamadas de "cidades dormitórios" como Carapicuíba e Jandira, por exemplo, quando boa parte de seus habitantes trabalham na capital e só retornam para casa no horário de descanso. Por este fato, a cidade de São Paulo é procurada pelos habitantes de municípios vizinhos por possuir uma gama de serviços e postos de trabalhos inexistentes ou insuficientes nas demais cidades.

---

[3] Disponível em http://www.legislacao.sp.gov.br/dg280202.nsf/a2dc3f553380ee0f83256cfb00501463/46e2576658b1c52903256d63004f305a?OpenDocument acesso em 12/04/2010

[4] Os 39 municípios componentes da RMSP são: Arujá, Barueri, Biritiba Mirim, Caieiras, Cajamar, Carapicuíba, Cotia, Diadema, Embu, Embu-Guaçu, Ferraz de Vasconcelos, Francisco Morato, Franco da Rocha, Guararema, Guarulhos, Itapecerica da Serra, Itapevi, Itaquaquecetuba, Jandira, Juquitiba, Mairiporã, Mauá, Mogi das Cruzes, Osasco, Pirapora do Bom Jesus, Poá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra, Salesópolis, Santa Isabel, Santana de Parnaíba, Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, São Lourenço da Serra, São Paulo, Suzano, Taboão da Serra e Vargem Grande Paulista.

Mapa 1: Região Metropolitana de São Paulo[5]



5 Perfil regional desenvolvido pela Assessoria de Gestão Estratégica da Secretaria de Economia e Planejamento, a partir de trabalho sobre a economia regional paulista, elaborado pela Unidade de Assessoria Econômica, com a colaboração dos Escritórios Regionais de Planejamento, da Coordenadoria de Planejamento e Avaliação e do Instituto Geográfico e Cartográfico. Atualização em abril de 2009. Disponível em http://www.seade.gov.br/produtos/pibmun/pdfs/PIBMunicipal_2007.pdf acesso em 03/04/2010

Pode-se atribuir também a oferta de eventos culturais da capital como um catalisador de atração a população da região metropolitana. Tratando-se de cinemas, por exemplo, que entre os quatro eventos abordados é o de mais fácil acesso, observa-se que das 39 cidades da RMSP, somente treze possuem salas de exibição em funcionamento.

Cidades que possuem salas de cinema.
Barueri, Diadema, Embu, Guarulhos, Itapevi, Mauá, Mogi das Cruzes, Osasco, Santo André, São Bernardo do Campo, São Paulo, Suzano e Taboão da Serra.
Cidades que não possuem salas de cinema.
Arujá, Biritiba Mirim, Caieiras, Cajamar, Carapicuíba, Cotia, Embu-Guaçu, Francisco Morato, Franco da Rocha, Guararema, Itapecerica da Serra, Itaquequecetuba, Jandira, Juquitiba, Pirapora do Bom Jesus, Poá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra, Salesópolis, Santa Isabel, Santana de Parnaíba, São Caetano do Sul, São Lourenço da Serra e Vargem Grande Paulista.

Tabela 1: Cidades da Região Metropolitana de São Paulo que possuem e não possuem salas de cinema[6]

O exemplo acima citado mostra como as relações no espaço da RMSP são caracterizadas por interligações entre as cidades que se complementam. Apesar de estudar a espacialização dos eventos culturais da capital paulista, deve-se ter em mente que estes mesmos eventos, em muitos casos atendem as populações de cidades adjacentes e alguns, dada as suas características, atraem pessoas de todo o país e/ou países vizinhos.

O levantamento dos eventos culturais foi realizado tendo como fonte de material o Guia do Estado de São Paulo (conhecido como Guia do *Estadão*). Trata-se de um suplemento semanal publicado as sextas-feiras, destacando a programação cultural da semana seguinte a publicação: shows musicais, peças teatrais, filmes, exposições, sugestões de bares, restaurantes e danceterias.

A escolha desta fonte de pesquisa deve-se a familiaridade com a publicação, por ser um usuário do guia, e apresentar alto índice de atualização – semanal – dos eventos publicados. Analisando outras fontes, foi diagnosticado que, de fato, não

[6] Fonte: http://salasdecinemadesp2.blogspot.com acesso em 25/06/2010 (dados organizados por Paulo R A Moraes)

existe uma publicação 100% eficiente. Outro similar, o Guia da Folha, apresenta praticamente os mesmos eventos, havendo eventualmente mais opções em teatros ou menos em shows, em relação ao Guia do Estadão. Portanto, pode-se assegurar que não existe um guia cultural da cidade que contemple todos os eventos culturais e em todas as regiões da cidade.

Para saber quais eram e onde ocorriam os eventos culturais da cidade, foram catalogados todos os filmes em cartaz, peças, shows musicais e exposições de artes que foram divulgados no Guia do *Estadão* semanalmente entre 2007 e 2008. Esta tabulação serviu de base para elaborar os mapas deste trabalho em que se visualiza a espacialização destes eventos culturais e também sua ocorrência por regiões da capital.

O que fica evidenciado na tabulação dos eventos é a visível predominância dos eventos nos bairros mais centrais e nobres da cidade e quase que total abandono dos bairros mais periféricos, principalmente na zona leste e na periferia da zona sul. Isto não quer dizer que não existam eventos culturais nestas regiões, ao menos cinemas – como será abordado no capítulo três, sobre tipologias – apresenta uma disposição espacial mais democrática, já que a maior parte deles está em shopping-centers da cidade.

Com exceção dos cinemas, os demais eventos culturais são mais raros nas regiões leste e periferia da zona sul. Salientando-se novamente, que a raridade destes eventos pode ser a falta de divulgação deles e não sua inexistência.

Pode-se supor que a divulgação dos eventos culturais do Guia do *Estadão* esteja de acordo com os anseios dos leitores – clientes – do jornal. Dados da pesquisa sobre o perfil dos leitores do jornal, realizada pelo Instituto Ipsos-Marplan de 2003, revelam que o perfil das pessoas que compram o *Estadão* é assim definido:

Homens (52%) e mulheres (48%), com idade entre 25 a 29 anos e 50 a 69 anos, com escolaridade entre ensino médio e superior, que fazem parte das classes sociais A e B, em sua grande maioria casados (54%) com salários acima de 10 salários mínimos.

Entre os anseios dos leitores em relação ao jornal, destaca-se:

1 – utilitário: uso para compras, planejamento do dia-a-dia;

2 – aquisição de informação;

3 – integração social,

4 – lazer.

Por este levantamento, observa-se que boa parte dos leitores é da classe A e B e que um dos seus anseios ao consultar o jornal é encontrar opções para o lazer. Neste ponto, pode-se entender o porquê da pouca divulgação de eventos culturais mais populares e localizados em bairros periféricos, já que os leitores do jornal pouco procurariam estes eventos. Sem a intenção de julgar os eventos culturais não divulgados pelo Guia, acredita-se que poucos deles atrairiam interesse de público além de seu entorno próximo e menos ainda despertaria eventual interesse de turistas.

No decorrer deste trabalho, os capítulos foram organizados de modo a descrever o objeto de estudo – a cidade de São Paulo. O capítulo dois mostra uma contextualização sobre a formação espacial, destacando seu policentrismo, originado por seu desenvolvimento desordenado, ora por sua história, ora por interesses particulares em detrimento aos anseios da população comum.

O capítulo três dedica-se as tipologias dos eventos culturais estudados que ocorrem na cidade. A tipologia – cinemas, teatros, exposições e shows musicais. Neste capítulo, há também a evolução histórica destes tipos de estabelecimentos, sua caracterização e espacialização na cidade.

Entre os agentes promotores de eventos culturais na cidade – em todas as categorias estudadas neste trabalho – destaca-se o Serviço Social do Comércio (SESC). O SESC disponibiliza em todas as regiões da cidade, unidades de centros culturais e poliesportivos com atividades de qualidade, em sua maioria gratuitas ou então, a preços muito acessíveis. Tal atividade em democratizar a cultura pela cidade está descrita no capítulo quatro.

A existência e realização de eventos culturais, muitas vezes, só são possíveis com as leis de incentivos culturais, melhor difundidas a partir da década de 1990. Entre as leis criadas para este fim, a lei Rouanet é de grande impacto para a política de abatimento de impostos para incentivar eventos culturais. O capítulo cinco, busca

demonstrar a importância destas leis com destaque a Rouanet e suas realizações, desde sua implantação.

O capítulo seis apresenta a espacialização dos eventos culturais com aporte da cartografia. Como já citado anteriormente, a confecção de mapas com a espacialização dos eventos divulgados pelo Guia do *Estadão*, foi usado de base para elaboração deste capítulo. O recurso visual cartográfico junto as bases teóricas usadas como norteador deste trabalho, formulou as considerações no intuito de oferecer mais uma contribuição que acrescente a uma discussão sobre as características e identidades da cidade de São Paulo.

Por último, o capítulo sete enfoca a relação dos eventos culturais e seu potencial turístico. A variedade dos eventos e a categoria de muitos deles apresentam forte poder de atração de visitantes, mostrando que a cidade é preparada para esta atividade econômica, porém há deficiências estruturais que mais do que desagradar o turista, desrespeita a população local quanto ao uso dos serviços da cidade.

2 BASES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

Quanto mais estuda-se os problemas que se apresentam atualmente, mais percebe-se que não é possível compreendê-los isoladamente, sendo necessário outro tipo de abordagem que supere a especialização dos saberes veiculados por meio de diversas disciplinas.

O conceito de Identidade Cultural é de suma importância para o desenvolvimento deste trabalho. Para Coelho (2004), Identidade Cultural é um sistema de representações das relações entre os indivíduos e seus grupos em seu território, espaço e tempo. Estas relações se expressam pela tradição oral – língua, narrativas, canções –, a religião e o comportamento coletivo formalizado. Ainda segundo Coelho, pode-se agregar a este rol de relações os ritos profanos – carnaval e manifestações folclóricas – e comportamentos informalmente ritualizados – passeio à praia e frequentar espetáculos.

Pires (2001) não difere de Coelho para sua definição, mas abre discussão sobre a dificuldade de conceituar a Identidade Cultural da cidade de São Paulo especificamente, tendo suas dimensões e especificidades como obstáculo.

> Poderíamos dizer que a Identidade Cultural é o conjunto de caracteres próprios e exclusivos de um corpo de conhecimentos, seus elementos individualizadores e identificadores; enfim, o conjunto de traços psicológicos, o modo de ser, de sentir e de agir de um grupo, que se reflete nas ações e na cultura material.
> A cidade de São Paulo vive hoje, entre tantos sérios problemas, a angústia da indefinição da sua Identidade Cultural; e esta é a responsável pelo amor que seus cidadãos depositam em sua cidade e pelo conseqüente engajamento na tentativa de resolver os problemas que afetam toda a comunidade. (PIRES, 2001, p.102)

Segundo Pires (2001), a cidade de São Paulo não encontra uma definição dita correta para sua identidade cultural. Porém, deve-se atentar que a capital paulista se caracteriza pelo cosmopolitismo, isto é, um aglomerado de identidades, desde a verticalização (Souza, 1994), assim como a miscigenação de pessoas – migração – com diferentes costumes. Anteriormente, já elencados várias atrações que a cidade oferece, toda essa diversidade caracteriza-se pelo cosmopolitismo que São Paulo possui, como Yázigi (2006, p.306) expõe:

> Esse assombroso aglomerado de São Paulo recebeu vários componentes culturais, tendendo a aumentar e, a se miscigenar ainda mais com a globalização. Quando no final do século XX, São Paulo foi eleita capital gastronômica do mundo, isso se deveu ao fato de aí estarem representadas, além de requinte e qualidade, várias dezenas de etnias culinárias. [...] Sobre o cosmopolitismo, considero importante reter uma citação de Susan S. Fainstein (p. 268), quando diz que em certos aspectos, o turismo "cria uma cultura supranacional, formando conexões entre povos de diferentes meios, e por isso contribui para a formação de uma cultura global". Com efeito, as atividades culturais ocupam um lugar privilegiado na construção de identidades coletivas, na medida em que se abrem a todos cidadãos, congregando-os em referenciais comuns, trabalhando a relação entre o lugar e o universal.

As diferenças culturais criadas numa cidade como São Paulo, facilitam a receptividade de pessoas externas a ela, pois as migrações anteriores (nordestinos, italianos, japoneses, árabes...) deixou características na produção do espaço e no cotidiano – bairros com arquitetura típica, festas e costumes. São Paulo cresceu de uma maneira atípica a outras cidades brasileiras, a vinda de pessoas de vários lugares, trouxe um pouco da cultura de cada parte do mundo, seu desenvolvimento industrial (que garantiu dinheiro e infra-estrutura a cidade) possibilitou o surgimento dessa metrópole que se apresenta. Metrópole essa que graças ao capital acumulado e seu cosmopolitismo, desenvolveu uma atividade cultural muito diversificada para sua população.

Deve-se ter a definição do que é lazer e uma definição coerente do que é cultura. E esta definição provavelmente não exista a contento de todas as áreas do saber, pois há inúmeras definições – da sociologia, antropologia, filosofia... – alguns autores foram consultados, expostos no item "Conceito de Cultura".

2.1 Lazer

Pode-se dizer que lazer é uma expressão do uso do tempo livre das pessoas, nas palavras de Dumazedier (2004, p.30):

> [...] lazer é um tempo de expressão de si mesmo, individualmente ou em grupo. É o espaço de emergência de um grande número de práticas sociais, cada vez mais estereotipadas e variadas, cada vez mais sedutoras e ambíguas, que mesmo limitadas e determinadas, exercem crescente influência sobre o conjunto da vida cotidiana. Aqui se encontra a origem maior daquilo a que nos propomos chamar a revolução cultural de um tempo livre, em 90% constituído de atividade de lazer.

Este tempo livre vem de uma conquista recente – pouco mais de um século, em que a jornada de trabalho foi consideravelmente reduzida.

> O trabalhador brasileiro, no início do século, chegava a ter uma jornada anual de trabalho de 5000 horas. Hoje, com uma jornada semanal de 48 horas (podendo chegar a 60, com as horas extras), ao longo da jornada anual oficial de 273 dias, trabalha 2200 horas por ano. Os trabalhadores do setor terciário (escritórios e bancos) já estão no mesmo patamar dos operários europeus e americanos, ao final da década de 70, de 1800 h/ano. (CAMARGO, 1986, p.46)

No início, este tempo livre era utilizado em atividades recreativas com grande interferência de organizações como sindicatos e igrejas. A maior preocupação destas organizações era manter a integridade dos operários para que pudessem voltar sãos ao trabalho na segunda-feira. O tempo livre também criou um dilema sobre o seu uso, pois chegou-se temer que as pessoas tornariam-se egoístas em utilizar este tempo somente para seu prazer, despreocupando-se com o próximo, este temor acometeu principalmente a Igreja Católica.

O uso desse tempo livre que passou a existir acabou por gerar desde momentos de relaxamento, espairecimento (como ler, ouvir música, conversas com amigos) a atividades como viagens, excursões e atividades culturais (ir ao cinema, ver peças de teatro, exposições, shows musicais). Estas atividades acabam por gerar uma rede de serviços e movimentando milhões de dólares em todo o mundo. [...] A imprensa atual classifica o lazer como, antes de tudo, uma nova fonte de empregos. (DUMAZEDIER, 1994, p.29)

Grandes centros urbanos como Nova York, São Paulo, Las Vegas, Londres, Paris, entre outras destacam-se pela variedade de teatros, cinemas, musicais, exposições. Estes eventos, geralmente, são de grande porte, pois estas cidades os comportam e comumente acabam sendo as principais opções de lazer e estes programas culturais, muitas vezes, são exclusivos, atraindo espectadores de outras localidades.

Atualmente, vive-se um momento contraditório, em que reduziu-se drasticamente o número de horas de trabalho, em relação ao século XIX, mas tem-se a impressão de que nunca trabalhou-se tanto. O enorme fluxo de informações, mercados globalizados e a difusão do meio técnico científico-informacional fez com

que a economia mundial e consequentemente o trabalho ocorram vinte e quatro horas por dia.

A popularização da telefonia celular e da Internet faz com que um profissional possa receber orientações ou convocações de trabalho numa tarde de domingo, por exemplo. Por mais que o horário comercial tenha sido reduzido nos dias úteis, as obrigações profissionais podem acompanhar uma pessoa a qualquer dia e horário. A alta competitividade faz com que os trabalhadores se profissionalizem cada vez mais com cursos de especialização após a graduação e também aos sábados concorrendo com as horas em que conviveriam com suas famílias e/ou ao seu lazer.

Apesar de não ter todo seu tempo preenchido pelo trabalho, não se tem todo o tempo livre destinado ao lazer atualmente. Tantas novas obrigações fazem com que aumente o nível de stress nas pessoas, momento em que a busca por opções de lazer tornam-se quase que uma obrigação.

2.1.1 Lazer: práticas domésticas e práticas externas

Ao falar de lazer, deve-se ter em mente, que sua realização não ocorre somente fora de casa – viajar, ir ao teatro, shows etc. – são as práticas externas do lazer. O lazer se caracteriza em atividades que tragam prazer as pessoas independentemente de onde ele ocorra.

O hábito de ler, ouvir música em casa, fazer palavras cruzadas, e jardinagem são exemplos de atividades de lazer que tráz prazer as pessoas, sem a necessidade de saírem de seus lares. As pesquisas internacionais a respeito vêm chamando esta prática de “cultura de apartamento” ou “cultura em domicílio” (BOTELHO & FIORE, 2004).

> Uma das razões da generalização deste tipo de prática é a disseminação e barateamento dos equipamentos eletrônicos, que permite uma diversidade maior de práticas de cultura e de lazer, sem que haja a necessidade de despender tempo e dinheiro, propiciando a simultaneidade de atividades, como escutar música o dia inteiro enquanto se faz outras coisas, por exemplo. (BOTELHO & FIORE, 2004, p.5).

Deve-se salientar que uma prática de lazer não exclui a outra [...] *quem se informa (leitura de jornais e revistas) terá maior tendência a buscar mais informação sob outras formas, em práticas culturais domiciliares – como buscar novas leituras, ouvir novos discos – ou em práticas externas, como ir ao cinema, ao teatro, a concertos, espetáculos diversos, etc.* (BOTELHO & FIORE, 2004, p.6).

Entre as práticas de lazer mais difundidas a partir do século XXI, diz respeito as tecnologias da informação, com destaque aos recursos multimídias. A globalização tem papel importante neste processo, por permitir um novo regime de produção do espaço e do tempo, principalmente pelo desenvolvimento dos meios de comunicação em nível mundial. O advento dos jogos eletrônicos e a Internet propiciaram o surgimento de uma nova geração de pessoas que buscam seu entretenimento no ciberespaço.

O ciberespaço apresenta característica de desterritorialidade, não há referência local, tudo e todos estão conectado em uma sociedade em redes, aonde homogeneíza-se as características de seus usuários.

> Seu advento é equivalente ao fim da separação e até da distinção entre mídia audiovisual e mídia impressa, cultura popular e cultura erudita, entretenimento e informação, educação e persuasão. Todas as expressões culturais, da pior à melhor, da mais elitista a mais popular, vêm juntas nesse universo digital que liga, em um supertexto histórico gigantesco, as manifestações passadas, presentes e futuras da mente comunicativa. Com isso, elas constroem um novo ambiente simbólico. Fazem da virtualidade nossa realidade. (CASTELLS, 2000, p. 394)

Nesta situação específica, o uso dos meios técnicos-informacionais – sobretudo a informática e Internet – como meios de lazer e entretenimento, contribuem para situações negativas e positivas em relação a seus usuários.

Estudos na área de psicologia e comportamento atestam que estas atividades colaboram para o isolamento das pessoas, fazendo com que elas não desenvolvam características de sociabilidade preferindo o ciberespaço ao meio social ao qual está inserido. Outra característica preocupante destes meios técnicos é a facilidade a conteúdos pornográficos por menores de idade e, principalmente, atividades ilícitas previstas em lei, como a pedofilia.

Apesar desses malefícios que podem ocorrer, percebe-se que os aspectos positivos se sobressaem aos anteriores. O uso da informática e Internet possibilitam o aprimoramento cultural das pessoas, enquanto atividade de lazer e educação. Museus e bibliotecas do mundo inteiro disponibilizam seus acervos em modo digital para serem consultados e contemplados, ou seja, um internauta da região amazônica pode conhecer – de modo virtual – o Museu do Louvre em Paris ou consultar livros da biblioteca de Harvard, nos Estados Unidos ou da USP em São Paulo.

As redes sociais na Internet – como o Orkut, Facebook, Twitter – propiciam que pessoas, geograficamente, distantes, mas com interesses em comum, passam a trocar mensagens e contatos, criando novas amizades e relações.

Portanto, a Internet tem papel importante como agente de socialização e de lazer neste milênio. A importância desse meio de comunicação é relevante, para o lazer, também, do ponto de vista econômico.

> [...] no país pioneiro, os Estados Unidos, o entretenimento em todas as suas formas, em meados da década de 90, era o setor de crescimento mais rápido, com consumidores gastando mais de US$ 350 bilhões por ano, cerca de 5 milhões de trabalhadores e aumento do nível de empregos em 12% ao ano. No Japão, uma pesquisa nacional de mercado em 1992 sobre a distribuição de softwares de multimídia por categoria de produto, descobriu que o entretenimento representava 85,7% do valor, enquanto a educação representava apenas 0,8%. (CASTELLS, 2000, p. 389)

Passando para dados relacionados a realidade nacional, Botelho & Fiore (2004), em suas pesquisas sobre a RMSP apontam que 28% das pessoas têm computador em casa e 30% têm acesso a Internet. O acesso também é feito em outros espaços: trabalho, escola, faculdade, casa de parentes e amigos, além de *lan-houses* e órgãos públicos que disponibilizam acesso ao meio digital. Graças a estes espaços, o acesso torna-se mais democrático as classes sociais menos favorecidas.

2.2 Cultura

No campo da antropologia, Clyde Kluckhohn (1949), foi um dos primeiros autores a conceituar cultura. Entre as várias definições[7] dadas por ele, passa-se o conceito sobre “o modo de vida global de um povo”; “o legado social que um indivíduo adquire do seu grupo”; “uma forma de pensar, sentir e acreditar”; “uma abstração do comportamento”; “uma teoria, elaborada pelo antropólogo, sobre a forma pela qual um grupo de pessoas se comporta realmente”; “um celeiro de aprendizagem em comum”; “um conjunto de orientações padronizadas para os problemas recorrentes”; “comportamento aprendido”; “um mecanismo para regulamentação normativa do comportamento”; “um conjunto de técnicas para se ajustar tanto ao ambiente externo como em relação aos outros homens” e “um precipitado da história”, e voltando-se, talvez em desespero, para as comparações, como um mapa, como uma peneira e como uma matriz.

Para Santaella (2004), a cultura:

> [...] é a parte do ambiente que é feita pelo homem. Implícito nisto está o reconhecimento de que a vida humana é vivida num contexto duplo, o habitat natural e seu ambiente social. A definição também implica que a cultura é mais do que um fenômeno biológico. Ela inclui todos os elementos do legado humano maduro que foi adquirido através do seu grupo pela aprendizagem consciente, ou, num nível algo diferente, por processos de condicionamento – técnicas de várias espécies, sociais ou institucionais, crenças, modos padronizados de conduta. A cultura, enfim, pode ser contratada com os materiais brutos, interiores ou exteriores, dos quais ela deriva. Recursos apresentados pelo mundo natural são formatados para vir ao encontro de necessidades existentes. (SANTAELLA, 2004, p.31)

Tanto Kluckhohn (1949) quanto Santaella (2004) admitem que cultura é um processo coletivo, comunicação, transferência de hábitos e costumes. Cultura é parte integrante de uma civilização. Raymond Williams em seus estudos antropológicos e humanistas definem cultura e civilização como sinônimos: (op.cit, 2004, p. 33)

1. um estado geral ou hábito da mente tendo relações próximas com a ideia de perfeição humana;

---

[7] Classificações extraídas de GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas, LTC Editora, Rio de Janeiro, 1º edição, 1989 – pg 4. Original em *Mirror for a Man* de Clyde Kluckhohn.

2. um estado geral de desenvolvimento intelectual numa sociedade como um todo;
3. o corpo geral das artes e do trabalho intelectual;
4. um modo geral de vida, material, intelectual e espiritual.

Observando essas concepções antropológicas sobre cultura, notamos a preocupação em classificá-la, catalogá-la ou nas palavras de Clifford Geertz (1989) limitar, especificar, enfocar e conter. Geertz na sua linha de pesquisa antropológica e semiótica afirma:

> [...] o homem é um animal amarrado a teias, de significados que ele mesmo teceu, Geertz assume a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado. É justamente uma explicação que procura, ao construir expressões sociais enigmáticas na sua superfície. Todavia, essa afirmativa, uma doutrina numa cláusula, requer por si mesma uma explicação. (GEERTZ, 1989, p.4)

Adotamos a concepção de cultura como um processo coletivo de experiências, transferências de conhecimentos. Independentemente da abordagem, cultura é também comunicação. A relação entre culturas de povos diferentes, a miscigenação – ou não – esteve entre as preocupações de Geertz. É importante entendermos o quanto essas teias citadas por ele interferem em nosso desenvolvimento. Tal abordagem é pertinente, pois trata a cultura como um processo, ou seja, não finda, as mudanças ocorridas nas sociedades – as teias – fazem com que civilizações apropriem-se ou não de normas, leis, credos e demais características de comunicação.

Analisando a história da humanidade, principalmente a ocidental pós-idade-média até a contemporaneidade, observamos o quanto a cultura de um povo pode ter sido enaltecida, dizimada, renegada ou adaptada. Exemplos não faltam: desde as populações pré-colombianas como Maias e Astecas, que deixaram as ruínas de suas cidades como testemunhos de seu modo de viver e sua cultura. Toda a América Latina miscigenando a cultura dos povos nativos aos dos colonizadores (europeus) e dos escravos vindos da África. Por último, pode-se observar o quanto a cultura norte-americana está espalhada por todo o planeta, ora por programas de televisão, ora por músicas e videoclipes, ora pelo cinema. Em todos esses produtos culturais estão os hábitos e costumes dos norte-americanos que acabam sendo copiados por pessoas de várias regiões do mundo.

Reiterando cultura como comunicação, transmissão e/ou troca de conhecimentos e analisando as mudanças na sociedade ocidental principalmente pós-revolução industrial, observamos que as cidades urbanas superaram o meio rural transformando milhões de camponeses em operários fabris, que passaram a ocupar os centros urbanos em busca de empregos. Os hábitos e rotinas dessas pessoas mudaram, a medição do tempo passou das atividades rurais para a hora do relógio – entrada e saída das fábricas. Com o passar do tempo e com as revoluções tecnológicas, a necessidade de maior escolarização, o custo de vida urbano e o planejamento familiar acabaram por expandir o leque de opções das pessoas – tanto de lazer em seu tempo livre, como acesso a música, literatura, teatro. O modo de vida urbano, a centralidade converge tais opções que dificilmente estariam disponíveis em quantidade e variedade no campo, por exemplo.

Voltando a Geertz, todas essas mudanças ocorridas em nossas sociedades seriam as teias que nós mesmos criamos e nos adaptamos a elas, essas adaptações – comunicação, relacionamentos, interpretações... É o que pode-se chamar de cultura.

O trabalho em disseminar essas atividades e manifestações artísticas que passam a ser consumidas, tanto no lazer como na relação intelectual/profissional, acabam sendo convertidas em produtos gerando renda e nas sociedades urbanas, principalmente, adquirem importante peso na economia a transformação das manifestações culturais (que o senso comum muitas vezes denomina somente de cultura) em mercadorias.

Antes de definir o que é produto cultural, há que se remeter à questão do consumo desses produtos. As sociedades urbanas industriais acabam atribuindo ao consumo uma fuga aos desejos não alcançados, desejos esses que estão cada vez mais exigentes devido à gama de ofertas a que as pessoas estão expostas, nas palavras de Lash (1990) *"[...] o consumidor vive rodeado não apenas por coisas como por fantasias. Vive num mundo que não dispõem de existência objetiva ou independente e que parece existir somente para gratificar ou contrariar desejos".*

O consumo de bens culturais nas sociedades modernas é cada vez maior e passa a representar importante parcela da economia dessas sociedades. De acordo com Paul Tolila,

> "**Pensar a economia do setor cultural é uma arma para a cultura**. Uma arma de que o setor cultural deve se apossar para melhorar sua própria visão das coisas, defender suas escolhas e sua existência, participar de maneira ativa do seu desenvolvimento futuro". (TOLILA, 2007, p.19)

Segundo Smith e Ricardo, os ganhos nas artes contemplam apenas ao lazer e não contribuem para a riqueza das nações. Marx questionou as teorias de Smith e Ricardo, em todo o livro II do Capital, onde tece teorias sobre a mais valia. Escrito no século XIX, corrobora até hoje sobre a venda e o lucro referente à força de trabalho. Cada vez mais a produção cultural e os serviços figuram como importantes setores da economia dos países. Arte, entretenimento e turismo, principalmente o histórico e o urbano, têm na cultura seu atrativo, gerando captação de recursos gastos por consumidores desses produtos. Com isso, o setor cultural acaba por entrar no processo de produção, defendido por Marx, não como processo acabado de um bem material, mas um produto – serviço – tipicamente capitalista, onde há emprego de mão-de-obra, lucro e salário, obviamente, com a mais-valia.

A concepção de que cultura transformou-se em produto é ratificada por David Harvey, ao classificá-la como *commodities,* pois segundo a cultura passou a agregar uma renda monopolista. "A renda monopolista surge porque os atores sociais podem aumentar seu fluxo de renda por muito tempo, em virtude do controle exclusivo sobre algum item, direta ou indiretamente, comercializável, o que é, em alguns aspectos, crucial, único e irreplicável." (HARVEY, 2006, p 222)

2.3 Espaço e territorialidade

O espaço urbano paulistano é de complexa análise, visto que se trata de uma cidade inserida no circuito mundial da economia globalizada, sendo palco de intenso fluxo de pessoas, mercadorias e informações.

O uso do conceito de espaço refere-se ao fato de estar associado às relações e práticas sociais, ao mesmo tempo que as transformações ocorridas na interação dos sistemas de objetos e dos sistemas de ações (Santos, 2004); que acaba por resultar numa possível territorialidade; e as redes, resultante das relações/interações entre diferentes territorialidades (nós) que mantém conexões entre si (fluxos), sejam elas políticas, econômicas ou simbólicas (CASTELLS, 2000).

A idealização de espaço, de acordo com Milton Santos (2004, p.63), é “formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá”.

O espaço não é estático, está em constante transformação, resultante da interação dos sistemas de objetos e dos sistemas de ações, sendo o primeiro condicionante das formas que se dão as ações e o segundo levando à criação de objetos novos ou se realizando sobre objetos já existentes (op.cit, 2004, p.63). Ainda na definição de SANTOS;

> Consideramos o espaço como uma instância da sociedade, ao mesmo título que a instância econômica e a instância cultural-ideológica. Isso significa que, como instância, ele contém e é contido pelas demais instâncias, assim como cada uma delas o contém e é por ele contida. A economia está no espaço, assim como o espaço está na economia. (SANTOS, 2008, p.12)

Esta simbiose espaço-economia-espaço, é palco das ações que norteiam esta pesquisa. As mudanças temporais devido a transição do perfil da cidade de São Paulo de industrializada para o setor terciário globalizado é fator relevante para a evidência do fenômeno de espacialização dos eventos culturais.

Só há interesse em conhecer outras culturas, rituais se há contato ou o conhecimento destes. Os fluxos de informações e pessoas, desde as migrações e mobilidade forçadas do trabalho intensificada com a globalização aumentaram também esse cosmopolitismo em São Paulo.

As localidades da cidade são momentos apreendidos em um ponto geográfico, segundo Santos (2008), cada lugar está sempre mudando de significação e a articulação dos processos produtivos tem direta relação com seu período histórico.

Ainda de acordo com Santos (2008), os elementos do espaço são: os homens, as firmas, as instituições, o chamado meio ecológico e as infra-estruturas. Esta sistematização explica-se pelo homem ser fornecedor de trabalho (transformação do espaço), as firmas têm a responsabilidade da produção de bens e serviços, enquanto as instituições produzem as normas, ordens e legitimações. A base física do trabalho humano encontra-se no conjunto de complexos territoriais, denominado

por Santos de meio ecológico. O produto físico materializado do trabalho humano são as infra-estruturas.

As estruturas do espaço geográfico seguem uma metodologia de classificação que auxilia a compreensão de sua realidade temporal. Santos (2008) expõe que para entender a relação espaciotemporal, deve-se ater as definições de: forma, função, estrutura e processo.

> *Forma* é o aspecto visível de uma coisa. Refere-se, ademais, ao arranjo ordenado de objetos, a um padrão. Tomada isoladamente, temos uma mera descrição de fenômenos ou de um de seus aspectos num dado instante de tempo. *Função*, de acordo com o *Dicionário Webster*, sugere uma tarefa ou atividade esperada de uma forma, pessoa, instituição ou coisa. *Estrutura* implica inter-relação de todas as partes de um todo; o modo de organização ou construção. *Processo* pode ser definido como uma ação contínua desenvolvendo-se em direção a um resultado qualquer, implicando conceitos de tempo (continuidade) e mudança. (SANTOS, 2008, p.69)

A forma de uma paisagem é resultado de processos ocorridos nesta localidade, ou seja, está imbuída de um contexto histórico e econômico. Pode-se conferir ao tempo a responsabilidade nas mudanças na relação entre forma, função e estrutura, pois o tempo passa, mas a forma fica, muda-se sua apropriação e uso de acordo com as novas características da sociedade a qual está inserida.

A apreensão dos lugares no espaço, seu valor, sentimento de pertencimento faz com que se criem as territorialidades dos mesmos. Tratam-se de localidades criadas ou requalificadas no sentido de possuir outra utilização, com o passar do tempo, muitas vezes fruto das mudanças políticos-econômicas ocorridas no espaço geográfico.

Segundo Souza (2004, p.23) “[...] As características do mundo novo e sua nova dinâmica agregam ao espaço geográfico novos atributos fazendo com que a velha justaposição espaço/tempo seja substituída pela possibilidade de simultaneidade, da instantaneidade.” Isto quer dizer que, novas territorialidades são criadas na cidade, justamente, pela nova racionalização do uso do espaço – de características seletivas.

A nova racionalização do espaço urbano de São Paulo acontece por interesses e objetivos além da esfera local. Atividades e necessidades globais usam este espaço para reproduzir novas demandas, tendo características físicas – materiais – bem definidas.

> Essa mundialiazação cria, especialmente nos lugares mundiais, lugares especializados, que respondem a uma demanda globalizada, com uma infra-estrutura precisa e especializada. Lugares complexos, as grandes cidades e as metrópoles, onde o meio humano permite o desenvolvimento de uma série de atividades localmente complementares, nos diversos *sub-espaços* metropolitanos, o meio técnico é diferenciado e adaptado para recebê-las. Assim, a metrópole possui *sub-espaços* especializados, fundados na ciência e na técnica, concebidos para permitir a maior eficácia de um determinado tipo de função *geoeconômica*. (SOUZA, 2000, p.25)

O uso do território como categoria de análise ajuda a explicar estas novas apropriações do espaço paulistano, entre todas estas resignificações encontra-se a espacialização dos eventos culturais. Assim, como Souza identificou a verticalização como uma identidade do processo de urbanização da cidade, em que observa-se a elevada valorização da terra para justificar esta sobreposição de pessoas no mesmo lugar – a verticalização paulistana é majoritariamente usada para residências – pelo agregado de serviços, infra-estrutura em seu entorno. Pode-se dizer que a quantidade e diversidade de eventos culturais é uma identidade desta cidade, que tem como necessidade entreter esta enorme e diversa população inserida num ambiente mundializado, com acesso a informações de diferentes locais de modo, praticamente, instantâneo e colaborando para um maior grau de exigência do que lhe é oferecido.

3 CARACTERÍSTICAS SOBRE A CIDADE DE SÃO PAULO

A cidade de São Paulo caracteriza-se por ser uma das maiores do mundo. Uma megacidade, nas palavras da ONU (Organização das Nações Unidas), adjetivo dado às aglomerações urbanas com mais de 10 milhões de habitantes. Trata-se da cidade mais importante do Brasil economicamente, onde a industrialização do século XX e a mudança de perfil, a partir das duas últimas décadas do mesmo século e início do XXI transformou São Paulo em uma cidade mundial, porém com características de cidade global, como SASSEN (1993) diz:

> [...] a combinação da dispersão espacial e da integração mundial – sob a condição de continuidade da concentração do domínio e do controle econômicos – tem contribuído no desempenho de um papel estratégico das maiores cidades na atual fase da economia mundial. Muitas vezes devido as suas longas histórias como centros mundiais de negócios e transações bancárias, estas cidades funcionam hoje como postos de comando na organização da economia mundial; como lugares-chaves e praças de mercado fundamentais para as indústrias que lideram neste período, financeiras e de serviços especializados para empresas; e como campos para a produção de inovações nas indústrias. Estas cidades vieram a concentrar tão vastos recursos e as indústrias de liderança exerceram tão pesada influência na ordem econômica e social destas cidades, que acabaram por criar a possibilidade de um novo tipo de urbanização, de uma nova cidade. Eu a chamo de cidade global. Os maiores exemplos na década de 80 são Nova York, Londres e Tóquio. (SASSEN, 1993, p.188)

Mesmo considerando apenas Nova York, Londres e Tóquio, pode-se em menor escala – quanto à influência internacional – considerar São Paulo como uma cidade mundial e não global. É possível elucidar esta dúvida, observando a amplitude de influência em nível global dos acontecimentos ocorridos em Nova York – que repercute em praticamente todo o planeta – ao contrário de São Paulo, que provavelmente repercutiria em alguns pontos específicos do globo.

Sendo uma cidade mundial, observa-se que os processos citados por Sassen, também ocorreram aqui: a desconcentração industrial, a permanência do domínio econômico, o desenvolvido setor bancário e os novos serviços aqui instalados, por exemplo. Pode-se elucidar esta dúvida, observando a amplitude de influência em nível global Para ratificar o exposto, tem-se um trecho de CARLOS (2004):

> [...] é necessário levar em conta [...] quais as indústrias que se deslocam de São Paulo e quais as que permanecem, pois muitas empresas deslocam o setor produtivo, enquanto suas sedes aqui permanecem. Sabemos, por exemplo, que estão na cidade as principais fábricas de tecnologia do país – como informática e telecomunicação – é o caso da Ericson que mantém sua fábrica em São José dos Campos e sede em São Paulo. Aqui também se encontram as sedes da Motorolla Digcall, Escentria, Impactools, Mais Ativo, entre outras empresas de tecnologia. Só assim se pode entender o conteúdo do processo de desconcentração produtiva – centralização do capital. [...] São Paulo cresce como centro financeiro e tecnológico da América Latina, lugar onde muitas empresas instalam-se para alavancar suas estratégias de crescimento na América Latina (como é o caso da Eccentria). (CARLOS, 2004, p. 57)

Ou seja, São Paulo mantém os setores administrativos de grandes empresas – serviços – e serve como um “termômetro” econômico para a América Latina, pois uma atividade econômica sendo viável em São Paulo será, em tese, viável para o resto do continente.

Uma cidade dessa categoria atrai uma mão-de-obra cada vez mais especializada, consequentemente mais exigente e bem remunerada. Para essas pessoas, a cidade passa a oferecer atrativos culturais semelhantes a de outros centros mundiais: boas salas de teatros – com peças de sucesso, salas de cinema com filmes do circuito comercial e de arte, restaurantes de diversas procedências, casas de shows, danceterias, shows nacionais e internacionais, exposições, etc. Não se pode restringir essas atrações somente a esse grupo da sociedade, pois as mesmas são de acesso público, basta os interessados pagarem para usufruírem (quando a atração não é gratuita).

Acredita-se que a gama de atrações culturais e de lazer desperte o interesse de outras pessoas não residentes em São Paulo, por essas atrações não chegarem as suas cidades, ou seja, o que é bom para o munícipe acaba atraindo demais pessoas de outras cidades e estados. Tem-se alguns exemplos como a corrida de Fórmula 1 que ocorre, anualmente, entre setembro e outubro em São Paulo – única cidade latino-americana que pertence ao calendário do evento – na semana da corrida, praticamente, todos os hotéis da cidade ficam ocupados, pelas equipes de fórmula 1, imprensa internacional e os apreciadores do esporte, vindos de todos os lugares do mundo. Nos dias 20 e 21 de fevereiro de 2006, o grupo, irlandês, de Rock *U2* fez duas apresentações no estádio do Morumbi, as únicas no Brasil, para 73000

pessoas/noite. Segundo Caio Maluf, diretor do Grupo Riema – rede de flats em São Paulo, os sete estabelecimentos da rede mais próximos ao estádio do Morumbi estavam reservados nos dias dos shows. Além de grandes shows internacionais, de corridas de fórmula 1, a Parada *Gay,* realizada anualmente na Avenida Paulista, a Mostra Internacional de Cinema (no mês de outubro) e o São Paulo *Fashion Week*, costumam aumentar consideravelmente a ocupação dos hotéis próximos a esses eventos. [8]

Sob o olhar do geógrafo está o interesse nas mudanças que ocorrem na cidade, e neste aspecto, é importante esta pesquisa tendo São Paulo como palco no enfoque de suas mudanças de cidade industrial para prestadora de serviços, também na área de entretenimento e lazer cultural. Pretende-se mostrar que essa modalidade econômica também é geradora de receita para a cidade, além de ser muito importante para a melhoria da qualidade de vida de seus habitantes e visitantes.

3.1 Espaço e centralidade

De acordo com Santos (2004), o espaço não é algo estático. O espaço da cidade de São Paulo apresenta uma dinâmica tão intensa a ponto de estudiosos discriminarem uma multicentralidade. Os estudos de Frúgoli (2000) procuraram demonstrar a formação das centralidades a partir da conjunção particular de instituições e atores sociais.

Para o autor, as centralidades de São Paulo seguem uma cronologia, inicinado-se no centro tradicional, que por um período viu sua área expandir do entorno do Pátio do Colégio até a Praça da República. Esta primeira centralidade sofreu degradação e fuga de escritórios. A Avenida Paulista surgiu, principalmente na década de 1970, como um desdobramento do centro tradicional, sendo caracterizada como o capital financeiro do país. Na década de 1990 a avenida passou por um processo de deterioração, por ser palco de inúmeras passeatas e avanço de camelôs em suas calçadas. A terceira centralidade caracteriza-se pela concentração de sedes de empresas do setor terciário moderno em São Paulo, a partir dos anos oitenta, com papel decisivo desempenhado pela empresa Bratke-

[8] Dados extraídos do Jornal do Comércio de 17/02/2006.

Collet nessa estruturação. Trata-se da Avenida Engenheiro Luís Carlos Berrini, no vetor sudoeste do município.

A multicentralidade, ou policentrismo de São Paulo é fruto de um processo histórico das mudanças ocorridas na cidade, onde o espaço foi palco da dinâmica do capital sobre a mesma. De cidade industrial a prestadora de serviços sofisticados e totalmente inserida no contexto globalizado, estes novos espaços foram criados pela necessidade da reprodução das atividades capitalistas, cada espaço é produto dessas atividades com sua respectiva periodização.

3.2 As centralidades de São Paulo

São Paulo caracteriza-se como uma cidade policêntrica, que engloba o chamado centro expandido, delimitado pelas avenidas Marginais dos rios Tietê e Pinheiros, as avenidas Bandeirantes, Salim Farah Maluf e o Complexo Viário Maria Maluf. Esta centralidade difusa ocorre pelo desenvolvimento de áreas comerciais em determinados bairros que acabam por atrair a população de bairros vizinhos, a exemplo da Lapa, Tatuapé, Santo Amaro e Santana que, respectivamente, atendem moradores de localidades próximas as zonas oeste, leste, sul e norte.

Estes bairros apresentam lojas, shoppings, bancos, escolas, hospitais, clínicas, faculdades, estabelecimentos que não estão em todos os bairros. Os sistemas de transportes – ônibus, trem e metrô – têm a função de ligar as populações residentes destes bairros afastados a estas centralidades.

Esta policentralidade está além do chamado centro expandido, pois o vetor sudoeste da cidade, região da Marginal Pinheiros até o Centro Empresarial, em Santo Amaro, é a região que recebe mais investimentos. São empreendimentos imobiliários de médio e alto padrão, aprimoramento de sistema viário, além de modernos prédios que são endereços de escritórios de importantes empresas transnacionais.

A seguir, está elencado um histórico da expansão espacial do policentrismo mais significativo da cidade:

3.2.1 Centro Antigo

Como toda a expansão do território urbano, inicia-se do centro para a periferia. No centro de São Paulo foi onde iniciou a indústria, que seguiu para bairros muito próximos como o Brás e a Mooca. O comércio, que existe até hoje em ruas como Direita, São Bento, Barão de Itapetininga entre outras, comércio este que pode ter mudado de foco, mas não de lugar – antes atendendo a elite paulistana com as butiques nessas mesmas ruas e hoje tomadas por lojas de roupas e produtos populares.

Por volta da década de 1820, a vida cultural do centro de São Paulo ganhou uma importante contribuição, como explicam Araujo e Schechtmann (1999)

> Em 1827 nasce a Academia de Direito, e os estudantes começam a participar de manifestações políticas e culturais. A movimentação social acontece na Rua São Bento, mas a vida noturna, as movimentações financeiras, e o comércio, na Praça Antônio Prado. Nessa época é inaugurada a iluminação à gás nas ruas da cidade, e entra em funcionamento a Cia de Carros de Ferro colocando um novo tipo de transporte na cidade: o bonde movido por tração animal. A primeira linha liga o Centro ao Bairro da Luz, atendendo a uma população que já começa a crescer acentuadamente.

O desenvolvimento da cidade, instalação e melhoria da infra-estrutura, propiciaram a vinda de mais pessoas. Com 30 mil habitantes, em 1870, a cidade se moderniza com o crescimento do comércio do café. No Largo São Bento, concentravam-se os pontos de carros, carruagens e automóveis de aluguel.

Há a mudança do comércio sofisticado na cidade – até a década de 1930, na Rua XV de Novembro, na década de 1940, na Rua Barão de Itapetininga e na década de 1950, na Rua Augusta seguindo em direção da Avenida Paulista.

No final da década de 1980, o centro passou por um processo de degradação mais acentuada que o decorrido anteriormente. Muitas sedes de bancos, escritórios de advocacia entre outros estabelecimentos estavam deixando a região, rumo aos modernos prédios da Marginal Pinheiros, como bem exemplifica Regina M. Prosperi Meyer, professora da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo e consultora de urbanismo da Associação Viva o Centro, em 16.7.1997, em entrevista a Frúgoli [...] Naquele momento, seis grandes instituições estavam saindo

do Centro: o Lloyds, o Banco Holandês, o Citibank, um outro banco estrangeiro [...] Ao todo, seis instituições. No comecinho dos anos 90, foi a debandada para a Marginal. (FRÚGOLI, 2000, p.70)

A partir desse período, empresas aí instaladas, com destaque as duas bolsas – Bolsa de Mercadorias e Futuros (BM&F) e Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) – e o BankBoston fundaram a Associação Viva o Centro, com o intuito de interceder junto ao poder público melhorias para a revitalização da região.

Partindo da linha de raciocínio capitalista, é de suma importância para as empresas ali instaladas a valorização do entorno de suas empresas, visto os investimentos das mesmas aplicados na região. Junta-se a isso a vinculação da imagem do grupo de empresários, as medidas tomadas a partir daí visando a melhoria da região, agregando a essas empresas um marketing social de valorização do bem público, sendo que essas mesmas empresas também estão, na verdade, investindo em algo que estarão se beneficiando.

Desde então, o centro passou a receber muitos investimentos em prol do patrimônio público e novos empreendimentos comerciais. O maior símbolo dessas medidas, provavelmente, seja a Sala São Paulo, sala de concertos anexa a estação Júlio Prestes de trens metropolitanos. Há poucos metros da Sala São Paulo, anexo a estação de trens e metrô da Luz, está outro equipamento estatal: o Museu da Língua Portuguesa. Nota-se no perímetro próximo a estas estações, grandes interferências do governo estadual para requalificar a região e está usando a cultura para este propósito, já que além destes equipamentos, há o Instituto Pinacoteca no antigo prédio do DOPS e a Pinacoteca do Estado, mas é preciso também trabalhar e dignificar o entorno destes estabelecimentos para que sua visitação seja tão segura quanto prazerosa.

3.2.2 A região da Avenida Paulista

Como já exposto, São Paulo contou com um único centro até o final da década de 1960. Foi quando uma nova e significativa concentração se estruturou ao longo do então “Centro Paulista”, formado basicamente pela conjunção do corredor comercial da Rua Augusta com a expansão do corredor de serviços da própria Avenida (Cordeiro, 1980, p.66). Isso fez com que o Centro Metropolitano se desdobrasse então em “Centro Principal” (formado pelo “Tradicional” e o “Novo”) e o

“Centro Paulista”. Iniciou-se então uma fuga dos escritórios centrais das grandes empresas de maior prestígio, tanto na região da Paulista, como também nas residências senhoriais de determinados corredores de serviços metropolitanos, nas Avenidas Brigadeiro Luís Antônio, Rebouças, Nove de Julho, Brasil e Faria Lima (CORDEIRO, 1993, p.325).

A avenida foi inaugurada em 1891 como um empreendimento liderado por Joaquim Eugênio de Lima e outros empresários. A Avenida Paulista, em seus primórdios,

> [...] destinava-se a abrigar as moradias de segmentos de altíssimo poder aquisitivo da sociedade paulistana da época [e fora] fruto de um empreendimento imobiliários cuja base é o crescimento econômico e demográfico da cidade, e a demanda de terras urbanas bem localizadas por parte de uma crescente classe de ricos negociantes e fazendeiros. (Souza, 1986, p.141-143)[9]

A partir da década de 1940, a Avenida Paulista passa a sofrer marcantes interferências em sua paisagem, os antigos casarões começam dar espaço a construções modernas e verticais. Nas palavras de Sousa “[...] a dinâmica da produção do espaço na Avenida Paulista (construção/destruição) está diretamente ligada à própria história do desenvolvimento do capitalismo no Brasil” (Souza, 1986, p.137). Exemplo dessas mudanças são os edifícios Anchieta (1940), o Nações Unidas (1952), o Conjunto Nacional (1956), o Paulicéia (1956) e o 5º Avenida (1959), com exceção do Conjunto Nacional de uso misto, os demais são todos residenciais. Finalizando esse quadro surgem nos anos 60, os edifícios Cásper Líbero e o do Museu de Arte de São Paulo – MASP – ambos de concreto armado.

Inaugurado em outubro de 1947, o MASP originalmente localizava-se no segundo pavimento do prédio sede dos Diários Associados na Rua Sete de Abril. Sua transferência para a Avenida Paulista, em 1968, além de conferir relevância as futuras atividades culturais da região, antecipou-se as migrações de empresas, sobretudo os bancos, iniciadas na década de 1970, além disso, sobretudo na década de 1980, seu vão livre serviu de cenários para grandes manifestações públicas e shows.

Pode-se observar pelo relato acima que a migração de empresas do centro de São Paulo para a Avenida Paulista deu-se mais nitidamente a partir da década de

---

[9] FRÚGOLI Jr, Heitor - Centralidades em São Paulo Trajetórias, conflitos e Negociações na metrópole,

1970. Dados de Frúgoli (2000) mostram que das 89 sedes de bancos nos estado de São Paulo, em 1968, 70 estavam no Centro Principal, na área do Triângulo; no final dos anos 70, 81,1% desse total ainda estavam no Centro Principal, mas o Centro Paulista já contava com 16,6%; já em 1987, havia 50 sedes no Centro Principal e 80 no Paulista, enquanto que 11 na Faria Lima. Ainda referente a bancos, até 1970 havia somente duas agências e duas matrizes na Paulista. Em 1983 esses números passaram para 38 agências e 23 matrizes.

Referente a saída de sedes de empresas não-financeiras do chamado Centro Principal, os números encontrados em Frúgoli mostram o quanto foi expressivo "[...] enquanto em 1968 o Centro Principal detinha 315 (41,5% do total do estado de São Paulo) e o Centro Paulista apenas 45 (5,9%), em 1987 o Centro Principal abrigava 115 (13,5%), o Centro Paulista 116 (13,6%), a Faria Lima 44 (5,2%) e a Berrini 91 (10,7%)". (FRÚGOLI, 2000, p.130)

Tal interesse dessas empresas em se mudar para a Avenida Paulista suscitou-se com o anúncio das obras da Nova Paulista, que acabou por elevar o preço do metro quadrado da avenida. Essas obras consistiam na demolição de 60 mansões e em seus lugares a construção de edifícios comerciais inicialmente destinados a médicos, advogados, consultores – profissionais liberais. Na sequência grandes empresas do Centro passaram a alugar salas e até andares nos novos prédios da Avenida Paulista. A partir daí, foram construídos edifícios para grandes empresas no final dos anos 70, como: Companhia Energética de São Paulo (CESP), Petroquímica União, Grupo Ultra, Duratex, Cacique Café Solúvel, Tecelagem Parahyba, Goodyear, Union Carbide, Mannesmann, Olivetti e Hoescht. As grandes entidades de classes e federações patronais também marcaram presença na Avenida Paulista, com destaque a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), o Centro das Indústrias do Estado de São Paulo (CIESP) e do Serviço Social da Indústria (SESI) reunidos em um único edifício na avenida, em 1979. Outras instituições que se instalaram na Avenida Paulista foram: a Federação do Comércio de São Paulo (FCESP), o Serviço Social do Comércio (SESC), o Banco de Desenvolvimento do Estado de São Paulo (BADESP) e o Fórum de Justiça Federal.

Apesar dessas grandes empresas e associações instaladas na Avenida Paulista, certamente o tipo de estabelecimento comercial que mais caracteriza a avenida é o setor bancário. Já em 1978, o jornal *O Estado de São Paulo*, abordava o assunto:

> Cresce cada vez mais o número de empresas interessadas em ir para a região e a rede bancária não se faz representar apenas pelas filiais – de praticamente todos os bancos. Depois do pioneiro Mercantil, foi a vez do Banco Nacional e, daí em diante, as mudanças ocorreram quase ao mesmo tempo, tirando do Centro também a sede do Banco de Tókio, do Grupo Sumitomo do Brasil e até do Citibank. O próprio Banco Central começou a construir uma nova sede nas proximidades da Augusta com a Paulista, próxima à futura instalação do Banco Real. (O ESTADO DE SÃO PAULO, 5.8.1978; s.p)

Com o tempo, o *status* adquirido, da Avenida Paulista reverteu-se no ônus de ser o palco de inúmeras manifestações – passeatas, assembléias de greves, comemorações de torcidas de futebol – além do abandono no fim da década de 1980 e início de 1990, momento em que suas calçadas eram tomadas por camelôs. A piora da situação do trânsito e aumento da criminalidade deu início ao processo de decadência da avenida. Empresas começaram a deixar a avenida ou preteri-la em relação a localidade com m² mais baratos. Outro fator que fez com que empresas procurassem outros endereços, foi a busca por prédios mais modernos com lajes grandes e versáteis com poucas colunas para melhor dimensionar o espaço dos escritórios. A maior parte dos edifícios do Centro Antigo e da Avenida Paulista eram construções mais antigas em que o custo de uma reforma e adaptação, muitas vezes não compensavam.

Atualmente somente duas manifestações são permitidas na Avenida Paulista, ambas com apoio e patrocínio da prefeitura de São Paulo: a Parada do Orgulho Gay, ocorre normalmente em um domingo de julho e o Reveillon na noite de 31 de dezembro. O público de cada evento supera dois milhões de participantes sendo, também, grande atrativo turístico.

3.2.3 A Avenida Engenheiro Luiz Carlos Berrini e o entorno da Marginal do Rio Pinheiros

As mudanças ocorridas na Avenida Engenheiro Luiz Carlos Berrini e o entorno da Marginal do Rio Pinheiros foram muito bem estudadas e analisadas por Fujimoto (1994) e Frúgoli (2000), respectivamente em *"A produção monopolista do espaço urbano e a desconcentração do terciário de gestão na Cidade de São Paulo: o caso da av. Eng. Luiz Carlos Berrini"* e *"Centralidades em São Paulo. Trajetórias, conflitos e*

negociações na metrópole". Essa duas obras servirão de referência para a contextualização desse novo "pólo" de concentração de novas empresas.

Em 1977, foi instalado na região de Santo Amaro, junto a Marginal Pinheiros, sentido Santo Amaro, o Centro Empresarial de São Paulo, um conglomerado de escritórios que somavam dez mil funcionários e cinco mil visitantes/dia, muitos com elevada renda. Um empreendimento desse porte acabou por atrair a seu entorno outras empresas de grande porte, como redes de supermercado e sedes de importantes empresas como a Bayer e a Hoescht.

Posterior a esse período foi surgindo na cidade uma nova área de concentração de sedes empresariais, chamado de "Centro Berrini", tal denominação foi usada por autores como Cordeiro. Esse "centro" surgiu da continuação virtual do corredor da Avenida Brigadeiro Faria Lima em direção a via expressa da Marginal Pinheiros, iniciada pelo Centro Empresarial São Paulo. Nota-se nesse ponto que, uma região afastada como a região de Santo Amaro, até então pouco valorizada em relação a outras localidades usadas para abrigar escritórios e empresas, recebeu um grande projeto que foi o Centro Empresarial. Esse Centro Empresarial acabou por se transformar na extremidade de um novo corredor na cidade que tem como seu início a nobre e valorizada região de Pinheiros, mais precisamente a Avenida Brigadeiro Faria Lima. Justamente no centro desse corredor encontra-se a Avenida Engenheiro Luiz Carlos Berrini, uma região muito bem localizada, próxima a Marginal do Rio Pinheiros e bairros de classe média e média alta como Brooklin, Morumbi e Itaim Bibi, apresentava condições muito favoráveis para valorização de seus terrenos.

Na já citada obra de Frúgoli, há um capítulo dedicado a descrever como as empresas dos arquitetos Roberto Bratke e Francisco Collet agiram na aquisição dos terrenos e posterior venda e locação dos imóveis construídos na Avenida. O que devemos ater nesse trabalho é o processo de fomentação da avenida como uma nova "centralidade", de como ela passou a ser uma opção a mais para agregar empresas.

Em entrevista concedida por Carlos Bratke a Frúgoli em 1997, ele comenta como surgiu a ideia de investir na avenida. Segundo Bratke, seu escritório está na avenida desde 1974 e observaram a Berrini como um nicho de mercado. A época tratava-se de uma região com grande potencial para empresas que necessitavam de espaço, pouco luxo e não precisavam de um endereço forte como a Avenida Paulista, que já era um dos metros quadrados mais caros do país. As primeiras empresas a se instalarem na avenida eram fábricas de pilhas, baterias e escritórios de indústrias, posteriormente

empresas prestadoras de serviços - escritórios de engenharia, de publicidade. Nesta entrevista, Bratke realça também a chegada de empresas de grande porte como a Nestlé, em que é indiferente localizar-se na Paulista ou em Barueri, por exemplo. Finaliza enaltecendo o rol de vantagens que a região oferecia (…) "a linha do trem ao longo, as colinas do Morumbi, a clareza dos acessos, uma boa distribuição de trafego, o baixo custo dos terrenos na época e as condições de zoneamento, a perspectiva de estabelecimento de novos projetos sem os vícios de outras áreas da cidade, acabaram nos atraindo". (FRÚGOLI, 2000, p.181)

Pode-se notar que essa estratégia deu certo no mercado imobiliário paulistano, pois em 1992, dos serviços locados na Berrini, 73,7% eram escritórios de empresas, dentre os quais predominavam os escritórios industriais (31,3%), comerciais e prestadores de serviços (20%) e de informática (18,3%).

Em 1996, matéria da grande imprensa reafirmava a deterioração da Paulista em curso, sendo que duas avenidas estariam disputando seu "espólio": a Faria Lima e a Luiz Carlos Berrini. Naquele momento, nove grandes empresas estavam deixando a Paulista, cinco para a Faria Lima (a Gafisa imobiliária e os bancos Garantia, CEF, ING e Fibra) e quatro para a Berrini (a Rede Globo, a Novel Brasil Software e a Visa/Net, as três sediadas na região da Paulista, e a Visa, sediada na própria Paulista). Entre as causas apontadas por empresários, estariam congestionamentos, camelôs e altos índices de criminalidade (sobretudo os assaltos nos semáforos), além do fato de a Paulista ser então, segundo Andrés Espinosa, presidente da Visa, palco de quase todas as manifestações da cidade. (FRÚGOLI, 2000)

Ainda com dados de 1996, divulgados por Paul Weeks, diretor da divisão de consultoria da Bolsa de Imóveis de São Paulo, o aluguel nos últimos três anos (1993 – 1995) subira 90% na Berrini, enquanto na Avenida Paulista o valor do aluguel caiu em 25%, concluindo-se que a Berrini passava a ser uma opção mais procurada que a Avenida Paulista. Foram citados na época, os fatos de ser um local saturado tanto de carros quanto de pedestres, a falta de terrenos disponíveis e da grande quantidade de prédios em estado de deterioração, os problemas da Avenida Paulista.

Além da busca por terrenos mais baratos, consequentemente menor valor de aluguéis, os edifícios construídos na Berrini eram projetos mais modernos em relação aos do Centro e da Avenida Paulista. A vantagem desses prédios era a noção de flexibilidade, pois seus projetos priorizavam vãos muito grandes, sem pilares, de até

12m por 60m, possibilitando agrupar maior número de pessoas num mesmo lugar e readequar o ambiente, quando necessário, atividade muito comum na dinâmica das empresas atualmente. Outros fatores que os projetos desses edifícios levaram em conta foram as novas necessidades dessas empresas, que foi possível realizá-las desde a estrutura, como cabeamento para telecomunicações, ar-condicionado central, sistema de segurança, circuito interno de TV, por exemplo. Adaptar prédios com projetos antigos, como a maioria dos prédios do Centro e da Avenida Paulista, acarretaria um custo muito elevado e em alguns casos até inviáveis.

O cenário exposto até então, era muito propício para agregar novas empresas e com isso um fluxo diário de pessoas que passaria a trabalhar ali, algo que fez a imprensa e as empresas diretamente envolvidas com o “produto Berrini”, denominá-la de novo centro. Porém, esqueceram de que a grande circulação de pessoas exige um desenvolvimento periférico da região que normalmente ocorre concomitantemente ao processo principal. A constituição artificial desse “centro” foi nitidamente percebida em 1987, quando um volume considerado de trabalhadores foi instalado na Berrini, mostrando suas deficiências:

> Quando da inauguração, naquele ano do centro administrativo da Philips, com a chegada de 1,5 mil novos funcionários, uma matéria já indicava lacunas da área em termos de infra-estrutura, já que a instalação de empresas não vinha sendo acompanhada do oferecimento de serviços gerais – com queixas sobre a falta de estacionamento, restaurantes baratos, comércio, bancos, drogarias e transporte público (havia apenas quatro linhas na época). (Folha de São Paulo, 2.8.1987:C10)

Os problemas de infra-estrutura, quanto aos serviços oferecidos aos trabalhadores da região, foram sanados com o passar do tempo, pois a demanda ali instalada propiciou a oferta. A região continuou a receber investimentos de infra-estrutura em maior escala, nesse caso da administração pública, maiores exemplos foram o prolongamento de Avenida Brigadeiro Faria Lima e construção da Avenida Águas Espraiadas (atual Avenida Roberto Marinho) pela administração municipal e a modernização e da linha ferroviária que liga Osasco ao Grajaú, linha essa que é paralela a marginal do Rio Pinheiros. Entre as estações desta linha, há a estação Berrini, próxima a avenida de mesmo nome, sendo uma das estações com maior número de desembarques no período da manhã e embarques ao final do dia. Há a

intenção de converter essa linha em metrô de superfície. Tantas obras ratificam a constituição de um corredor sudoeste, como citado anteriormente, valorizando ainda mais a região. Com isso, além da Avenida Engenheiro Luiz Carlos Berrini, seu entorno passa a atrair investimentos semelhantes.

Sobre esta constatação, Frúgili (2000) pesquisou, coletou dados da grande imprensa no início da década de 1990, que apontou que a região da Avenida Berrini, compreendendo o entorno até a Marginal Pinheiros, como um forte pólo de atração de grandes projetos imobiliários. Em parte este desenvolvimento se deu pela saturação de imóveis da Avenida Paulista e Faria Lima. Segundo dados da Bolsa de Imóveis do Estado de São Paulo (BIESP), havia na região 380 mil m² de obras, no ano de 1992. Característica importante dos novos empreendimentos desta região é a flexibilidade de uso dos novos projetos, dos quais o mais expressivo talvez seja a versão brasileira do World Trade Center, com torres de escritórios de alto padrão, um shopping de design e decoração (o D&D), um hotel “cinco estrelas” (o Meliá), centro de convenções e garagens subterrâneas. Esse conjunto de megaprojetos passa também a competir com a área da Berrini pela atração de novas empresas.

O desenvolvimento do pólo de serviços da Marginal Pinheiros ocorreu de maneira muito semelhante ao da Berrini, em 1995, segundo Luis Gonzaga Soares Mayor, diretor técnico da empresa de consultoria Richard Ellis, o aluguel de escritório de alto padrão na Avenida Paulista seria de R$ 20 a R$ 36 o m², enquanto isso os preços praticados nos prédios da Marginal, mais modernos e equipados, estavam entre R$ 18 a R$ 30.

Assim como Bratke-Collet teve grande influência no desenvolvimento da Berrini, a Richard Ellis fez o mesmo com a Marginal Pinheiros. Observaram que sedes de bancos instaladas na Paulista passaram a migrar para a Marginal Pinheiros na década de 1990. Esta região da cidade começou a se desenvolver já na década de 1970, paralelamente ao Centro Empresarial, em Santo Amaro, que foi importante pólo na região.

Os terrenos no entorno da Marginal Pinheiros eram Z1 ou Z2, possibilitando a construção de edifícios com lajes muito grandes em terrenos muito mais baratos. Os investidores observaram o potencial da região, ainda na década de 1980, em que predominavam galpões industriais, ao lado da Zona Sul, Santo Amaro, toda a região

mais nobre da cidade, ou seja, havia uma caracterização de que nesta localidade poderia surgir um novo centro de São Paulo, aos olhos dos empresários.

Percebe-se que sendo uma região Z1 e Z2 (uso misto) e junto a vias expressas, a região apresentava grande potencial para novos investimentos, aliados às futuras obras que seriam realizadas, as já citadas Águas Espraiadas, reformulação da rede ferroviária. Em suma o grande corredor sudoeste que foi se formando desde os anos 70, da Avenida Brigadeiro Faria Lima até o Centro Empresarial, propiciou o desenvolvimento de seu entorno com o passar dos anos, sempre com o argumento das empresas do setor imobiliário de que a cidade precisa expandir e os “centros” já existentes não são suficientes para atender as necessidades dessa nova demanda. Esse entorno engloba regiões muito valorizadas nos dias de hoje, como a Avenida Verbo Divino, a Vila Olímpia, Itaim Bibi que em maior ou menor escala passaram por transformações semelhantes as já explanadas.

Como estudiosos da relação homem-espaço, não se deve ignorar nesse contexto a operação realizada por um *pool* de empresários da Avenida Eng. Luiz Carlos Berrini e entorno em retirar da região a população moradora de favelas, como segue abaixo:

> Houve na região da Berrini, entre 1974 e 1992, um aumento da porcentagem da área ocupada por favelados próxima ao córrego – de 0,18% para 4,98%. É provável que parte dessa população prestasse ou tivesse prestado algum tipo de serviço durante a construção ou manutenção dos edifícios do local. Nesse mesmo estudo, o autor afirmava: [...] *pode-se observar que o intenso crescimento do terciário em edifícios já se estende da Rua Flórida em direção à favela, apesar de esta poder representar um certo obstáculo à valorização dos terrenos à sua volta [...] Com o avanço da especulação imobiliária no sentido da favela, provavelmente aumentara a pressão dos proprietários da região junto aos órgãos públicos para que se viabilize sua remoção, com ou sem a realização das obras do Pequeno Anel Viário.* (FUJIMOTO, 1994, p.84-89)

Para a retirada dessa população, empresários da região criaram a Associação de Promoção Habitacional para levantar fundos para as obras de remoção da favela, o valor de R$ 8 milhões seria arrecadado entre empresas como Bratke-Collet, *Unibanco*, World Trade Center (incluindo Hotel Meliá – atual Sheraton – e o shopping D&D), a Biesp, a ASD Empreendimentos, o Centro Empresarial Nações Unidas entre outras empresas que segundo fontes pesquisadas por Frúgoli (Revista Veja e O

Estado de São Paulo) poderiam chegar até 122 empresas participantes. O valor doado de cada empresa dependeria do porte da empresa, tamanho da área construída e distância da área onde houve a remoção, mas houve muito empresários que mesmo beneficiados com essa remoção não contribuíram.

> Tal doação dispensaria a formação de uma "operação interligada", já que esse *pool* construiria as moradias e as doaria ao Fundo Municipal de Habitação, sem custos para a prefeitura, e também sem ter que passar pela aprovação da Câmara Municipal, sendo depois formada uma associação sem fins lucrativos para a administração do empreendimento. Inicialmente foram aventados os Conjuntos Santa Etelvina e Barro Branco (entre 40 e 50 km de distância dali), na Zona Leste, como possíveis locais para a construção das casas; em seguida, cogitou-se, através da Secretaria Municipal de Habitação e Desenvolvimento Urbano (Sehab), que talvez um local na própria zona sul fosse destinado aos mesmos, visando, segundo o então secretario Lair Krahenbuhl, "não desorganizar a vida dos moradores" (FOLGATO, 1995, p.C3)

Com uma região com tanto potencial imobiliário, certamente as empresas do setor não poderiam perder essa oportunidade e o *pool* de empresários com o intuito de "limpar" a região ainda passaria uma preocupação com a população perante a sociedade, porém segundo Mariana Fix, essa artimanha empresarial pouco ajudou a população favelada.

> A "generosidade" do capital com a divulgada contribuição financeira dos empresários da Berrini serviu para forçar a remoção de toda a favela de Jardim Edith, e ainda obter boa repercussão na mídia, como se estivéssemos diante de empresários com uma "nova mentalidade". Mas o dinheiro doado é suficiente para a construção de habitações somente para cerca de 15% dos moradores de apenas uma das favelas (ou seja, 5% da população do Córrego Águas Espraiadas). O valor é irrisório perto do lucro gerado pela remoção. Além disso, apesar das promessas da prefeitura, mesmo depois de terminada a remoção, o conjunto habitacional não havia nem começado a ser construído e os favelados ainda aguardavam nos alojamentos. (FIX,1996)

Esse tipo de atitude é fruto do mau planejamento que afeta os grandes centros urbanos brasileiros, o déficit habitacional junto com o processo de levar a população carente para áreas periféricas, faz com que o tempo venha causar conflitos de interesses. No caso específico a região que antes foi periférica, tornou-se por meio da especulação imobiliária uma nova "centralidade" em São Paulo.

3.3 Concentração espacial dos eventos culturais

Esta mesma multicentralidade, infelizmente, não propicia uma diversidade cultural em todas as regiões da cidade como aponta BOTELHO (2004)

> [...] é uma cidade desequilibrada onde há uma baixa correspondência entre crescimento urbano e a distribuição dos equipamentos culturais. O tal desequilíbrio na distribuição pelo espaço na cidade, devem-se acrescentar outras formas de geração de diferenças no uso destes equipamentos, pois há outros fatores decisivos na definição do seu uso por parte da população, vizinha ou não, de algum teatro, museu, cinema ou centro cultural. [...] a vida cultual da população não é feita pelas práticas legitimadas, aquelas com as quais se preocupam os gestores culturais que administram os equipamentos da cidade, práticas distas de elite (teatro, museus, bibliotecas, por exemplo), mas sim pelo recurso a equipamentos e produtos da indústria cultural, sobretudo eletrônicos. (BOTELHO, 2004, p.1)

De acordo com a pesquisa Perfil Sócioeconômico e Cultural dos paulistanos, a distribuição da oferta dos eventos culturais, divulgados no Guia do jornal O Estado de São Paulo, basicamente concentram-se nos bairros do entorno destas centralidades. Como bem apontado por BOTELHO e a pesquisa Datafolha, a população residente nos bairros periféricos, muitas vezes por falta de opção, ficam em casa assistindo televisão ou ouvindo música.

3.4 Perfil sócioeconômico e cultural dos paulistanos.

A acessibilidade das pessoas aos programas culturais de lazer, muitas vezes é condicionada pelo preço das atrações e pela distância geográfica.

Pesquisa desenvolvida pelo Instituto Datafolha, entre fevereiro a julho de 2008, divulgada sob a forma de livro, DNA Paulista, traçou o perfil da população paulistana em vários aspectos quanto suas impressões da cidade. Neste período foram entrevistadas 28.389 pessoas com 16 anos ou mais, residentes nas localidades avaliadas. Os resultados obtidos em cada um dos 96 distritos da cidade foram agrupados em oito regiões: norte, noroeste, oeste, centro, leste, extremo leste, sul e extremo sul.

As regiões da cidade agrupadas pela pesquisa Datafolha são compostas pelos distritos:

Norte: Jaçanã, Mandaqui, Santana, Tremembé, Tucuruvi, Vila Guilherme, Vila Maria e Vila Medereiros;

Sul: Campo Belo, Cursino, Ipiranga, Jabaquara, Moema, Sacomã, Saúde e Vila Mariana;

Centro: Bela Vista, Bom Retiro, Brás, Cambuci, Consolação, Liberdade, Pari, República, Santa Cecília e Sé;

Extremo Leste: Cidade Líder, Cidade Tiradentes, Ermelino Matarazzo, Guaianazes, Iguatemi, Itaim Paulista, Itaquera, Jardim Helena, José Bonifácio, Parque do Carmo, São Mateus, São Miguel Paulista, São Rafael, Vila Curuçá, Vila Jacuí e Lajeado;

Oeste: Alto de Pinheiros, Barra Funda, Butantã, Itaim Bibi, Jaguara, Jaguaré, Jardim Paulista, Lapa, Morumbi, Perdizes, Pinheiros, Raposo Tavares, Rio Pequeno, Vila Leopoldina e Vila Sônia;

Extremo Sul: Campo Grande, Campo Limpo, Capão Redondo, Cidade Ademar, Cidade Dutra, Grajaú, Jardim Ângela, Jardim São Luís, Marsilac, Parelheiros, Pedreira, Santo Amaro, Socorro e Vila Andrade;

Noroeste: Anhanguera, Brasilândia, Cachoeirinha, Casa Verde, Freguesia do Ó, Jaraguá, Limão, Perus, Pirituba e Parque São Domingos;

Leste: Água Rasa, Aricanduva, Artur Alvim, Belém, Cangaíba, Carrão, Mooca, Penha, Ponte Rasa, São Lucas, Sapopemba, Tatuapé, Vila Formosa, Vila Matilde e Vila Prudente.

Analisando a frequência de atividade de lazer, abordada na pesquisa – anexo –, observa-se que as os moradores que mais frequentam programas culturais são os das regiões Oeste (cinema, teatro, shows/espetáculos, bares, restaurantes, viagens de fins de semana, clubes/academias de ginástica, jogos/eventos/competições esportivas e shopping centers), seguidos pelos moradores do Centro (restaurantes, parques públicos e jardins) e a região Sul (danceterias ou boates e viagens de fins

de semana). Observando a mesma tabela verifica-se que os moradores das regiões Extremo Leste e Extremo Sul são os que menos fazem programas culturais, tendo a maior porcentagem de moradores que frequentam estes eventos uma vez por ano ou menos.

Dados importantes desta pesquisa se referem ao grau de escolaridade e renda dos paulistanos. Ao cruzarmos estas informações, pode-se deduzir que estes fatores desencadeiam o atual quadro, pois um fator depende de outro: quanto mais escolarizada uma pessoa é, teoricamente, mais crítica ela deverá ser, em tese, será mais exigente e terá maiores condições de ter uma melhor colocação profissional e bons rendimentos. Estas pessoas procurarão bairros com melhores opções de infra-estrutura e serviços para morarem, diferentes dos que tiveram menos oportunidades de estudo, com baixos salários, sendo obrigados a morar nos bairros periféricos da cidade, que são mais distantes de serviços e opções de lazer.

Diante do exposto, observa-se que a região Oeste de São Paulo – onde concentra-se, de acordo com a pesquisa, a maior quantidade de pessoas que praticam alguma opção de lazer cultural – tem os moradores com maior nível de escolaridade (38% com nível superior), e maiores rendimentos (8% ganham entre 20 a 50 s.m. - salários mínimos – e 2% mais de 50 s.m.), representando 14% do moradores da classe A. O oposto é observado no Extremo Sul da cidade, em que a maior parte da população – 37% - ganham até 2 s.m. E com o maior número de pessoas com somente o ensino fundamental concluído (47%).

Obsevando o mapa sete, página 127, nota-se que a maior concentração destes eventos está nas regiões central, oeste e sul. O Centro se justifica pela formação histórica da cidade e agrega principalmente estabelecimentos mais antigos, como alguns teatros, antes de surgirem novas centralidades. As regiões Oeste e Sul são as que abrigam a população de maior renda e a concentração destes estabelecimentos visam a demanda, ou seja, o perfil costumeiro de consumo destes produtos.

A visão comercial dos estabelecimentos de eventos culturais renega uma potencial demanda existente nas regiões mais periféricas da cidade. Segundo o site *Folha Online*, de 23 de dezembro de 2008, pesquisa da FGV (Fundação Getúlio Vargas) mostra que em Itaquera – distrito do Extremo Leste, de acordo com a

pesquisa DNA Paulistano – o lazer da população basicamente se resume a ouvir música e assistir televisão. A pesquisa da FGV mostra ainda que 76% dos jovens divertem-se dentro de casa, mas gostariam de sair mais, principalmente para shows musicais. Itaquera possui 34% com renda de até dois salários mínimos, mas mesmo assim há, segundo o site, 4% da população que se disporia a pagar mais de R$ 100 para assistir a um show de seu cantor favorito, se este ocorresse no bairro ou muito próximo a ele.

4 TIPOLOGIA DOS EVENTOS CULTURAIS

O presente capítulo visa definir uma tipologia aos estabelecimentos que apresentam em São Paulo as peças teatrais, os filmes, apresentações de música ao vivo e exposições de obras de artes. Deu-se maior relevância as salas de teatros, cinemas, casas de shows e espaços para exposições (museus, pavilhões de exposições e galerias de artes).

Junto a esta tipologia, há uma periodização dos teatros e cinemas na cidade, mostrando sua evolução, principalmente no decorrer do século XX até os dias atuais. Durante a pesquisa não foi encontrado bibliografia referente a tipologias sobre shows e exposições, somente artigos jornalísticos divulgando shows e exposições, nada de caráter conceitual. A tipologia e descrição apresentada neste trabalho são frutos da experiência e conhecimento do autor.

4.1 Histórico do teatro em São Paulo

A cidade de São Paulo, ao fim do século XIX apresentava poucas salas de teatros e as companhias locais eram poucos profissionais, tendo destaques as companhias de teatro cariocas.

> [...] em 1890, já em O Estado de São Paulo, a notícia de que o ator Moreira de Vasconcelos veio à cidade com o fim de organizar uma companhia dramática permanente. Ele esbarrou na dificuldade de arranjar uma sala... O São José exigia gastos imensos e o Congresso estava à venda. [...] No ano seguinte, a Companhia de Teatros Brasileira estabeleceu uma sucursal em São Paulo [...] A empresa assumiu o controle do Teatro São José por dezessete anos, com a possibilidade de prorrogação por mais treze, em virtude das melhorias que iria introduzir na casa de espetáculos. (MAGALDI, 2000, p.23)

Neste período, o desenvolvimento econômico de São Paulo trouxe companhias estrangeiras a cidade, como as companhias francesas e italianas “O programa é, na maioria das vezes, um divertimento inconsequente, cópia de êxitos europeus, adaptados ao nosso gosto. [...]” (op.cit., 2000, p.24). Basicamente, a programação teatral se manteve constante entre adaptações europeias e demais produções

nacionais de pouca repercussão até o início do século XX. A inauguração do Teatro Santana, em 1900, atraiu a atenção pela qualidade de suas instalações, iluminação e acústica. A chegada do cinematógrafo à cidade passa a criar uma rivalidade com o teatro. Algumas salas passam a exibir projeções cinematográficas também, como o próprio Teatro Santana.

Na década de 1900-1910, São Paulo ganhou novas casas como o Teatro Colombo (1908), no Brás (pertencente a colônia italiana), o Moulin Rouge, dirigido as famílias da sociedade paulistana (para provar a moralidade do local, diariamente se publicavam os nomes das tradicionais famílias que lá estiveram na véspera), o Teatro Cassino (1909), no mesmo ano, o Teatro São José (o segundo com esse nome), ressaltando em sua inauguração o fato de ser “profundamente iluminado a luz elétrica”.

Com o aumento do número de estabelecimentos, a cidade recebeu em 1911 vinte e uma companhias estrangeiras: onze delas italianas, seis portuguesas, duas alemãs e duas francesas. Ainda em 1911, São Paulo ganha sua Companhia Teatral Paulista, mas o fato mais importante relacionado ao teatro neste ano foi a inauguração do Teatro Municipal, evento que foi responsável pelo primeiro congestionamento de automóveis da cidade:

> No dia 12 de setembro de 1911, inaugurou-se o Teatro Municipal, cujo principal responsável, Ramos de Azevedo, deu nome à praça em que ele se encontra. A notícia diz: “Hoje, com 400 mil almas, com doze jornais diários, com uma grande quantidade de escolas de todos os graus, uma biblioteca, com associações literárias e cientificas, com uma vida intelectual relativamente intensa, São Paulo tem um grande, um formoso teatro moderno” (12/9/1911). O teatro ocupa uma área de 3.609 metros quadrados e a lotação é de 1.816 lugares (mais tarde reduzida para 1.665, por uma reforma que melhorou a visibilidade dos espectadores). Aberto com *Hamlet*, ópera de Ambroise Thomas, na interpretação de Titta Ruffo e Maria Pareto, o Municipal tem uma placa comemorativa em latim. (MAGALDI, 2000, p.54)

Em 1912, pela primeira vez, o poder público municipal incentiva o teatro, oferecendo 20 contos de réis à Companhia Nacional (de origem carioca), com a condição de que fossem encenadas ao menos duas peças de autores paulistas. O

auxílio contempla também a isenção do aluguel do Teatro Municipal e despesas de iluminação.

No início da década de 1910, pode-se perceber uma espacialização dos teatros pela cidade (ainda que de modo concentrado, se comparar com a atualidade). O Municipal, o São José, o Variedades (antigo Moulin Rouge) e o Apolo servem à Consolação e à Vila Buarque. Na Brigadeiro Luís Antonio inaugura-se, em 1913, o Palace Théâtre, que dispõe de quarenta frisas, quarenta e cinco camarotes, uma plateia de setecentos lugares e uma galeria de seiscentos. Na praça João Mendes está o Pathé. Na rua General Osório, o Rio Branco; nos Campos Elísios, o Coliseu; e, no Brás, o Colombo. Um novo cassino é inaugurado em dezembro de 1913, o Antártica, na rua Anhangabaú.

São Paulo possuía, em 1914, os seguintes teatros: Roma (na rua Barra Funda), Palace Théâtre, Apolo, Polietama (sempre variedades), Colombo, São José, Municipal, Variedades, Coliseu, Campos Elísios, Royal, Pathé, Folies Bergéres (café-concerto e filmes), High Life, Espéria (transformado por Sérgio Cardoso e Nydia Lícia, em 1954, no Bela Vista e, mais tarde, desapropriado para converter-se no atual Teatro Sérgio Cardoso, do governo do estado) e São Paulo (na rua da Glória, na Liberdade). Dispunha o Teatro São Paulo, destruído na década de 60 por motivos urbanísticos, de 1036 cadeiras, 20 frisas, 36 camarotes e galeria com acomodações para oitocentos espectadores. Àquela época, de acordo com pesquisas de Magaldi (2000) atuavam na cidade companhias cariocas, paulistas (uma ou duas), portuguesas, italianas e espanholas.

Dois anos depois, na Rua Boa Vista, considerada o ponto *chic* da sociedade elegante de São Paulo, é inaugurado o teatro Boa Vista de propriedade do grupo empresarial, dono do jornal O Estado de São Paulo.

Em 1924, a Companhia Procópio Ferreira estreia em São Paulo e uma característica de seu trabalho é a preocupação com a cenografia. Amparado pela revolução visual do cinema e com a possibilidade de uso de novos materiais, de maneira tímida, começava a surgir os cenários nos palcos de teatros.

A situação dos teatros da cidade apresenta um dos piores quadros em 1930, onde encontra-se em funcionamento somente oito teatros, ao passo que as salas de

cinemas somavam-se vinte e duas. Esta nova modalidade de entretenimento fez com que as próprias companhias teatrais se anunciassem com características de cinema, a exemplo da peça Via Láctea, em que sua propaganda citava *"tem mais de cinema do que de teatro"* (MAGALDI, 2000)

O teatro da experiência chega a São Paulo em 1930, efeito tardio da Semana de 22, mas em 1934, inaugura-se o Teatro Ambulante, em um terreno no largo do Paissandu de esquina com a Rua Capitão Salomão, tratava-se de um barracão de madeira desmontável que possibilitava seu transporte e encenação para outros bairros e cidades.

Após período crítico referente ao número de teatros em funcionamento, o Teatro Cosmos é inaugurado em 1937, na Praça Marechal Deodoro. Porém, em 1946, a cidade contava com apenas três estabelecimentos abertos: o Boa Vista, o Santana e o Municipal; enquanto que o número de cinemas aumentavam, sendo que alguns teatros como o Colombo transformaram-se em cinema. Acredita-se que a censura do Estado Novo foi um dos co-responsáveis para este quadro.

Em 1948, ocorrem dois eventos que se tornariam marcos para o teatro paulistano: o surgimento do TBC (Teatro Brasileiro de Comédia) e a EAD (Escola de Artes Dramáticas). O TBC surge como um teatro amador, construído pelo industrial italiano, radicado na capital paulista, Franco Zampari, que reformou uma sala na Rua Major Diogo para o empreendimento.

A importância do TBC deu-se com sua profissionalização, poucos anos após seu surgimento, como aponta MAGALDI (2000)

> [...] Em novembro de 1949, o ator Sérgio Cardoso e o diretor Ruggero Jacobbi são contratados pelo TBC, depois de uma experiência financeira infeliz com o Teatro dos Doze, não obstante vários sucessos artísticos. E sob sua responsabilidade estreia *O mentiroso*, de Goldoni, por muitos considerado um dos mais perfeitos espetáculos do TBC. (MAGALDI, 2000, p.213)

A situação do teatro paulistano nas décadas de 1940 a 1960 mostrava-se de grande inconstância. Havia momentos importantes como inaugurações de salas e montagens importantes e logo após companhias terminando suas atividades, teatros fechando, avanço do cinema na preferência do público e os altos custos de

manutenção das companhias. O jornal Estado de São Paulo, em 10/05/1952, faz o seguinte levantamento:

> [...] Com uma população de mais de 2,2 milhões de habitantes, São Paulo possui apenas seis teatros: o Municipal, com 1665 lugares, o São Paulo, com 1320 poltronas, o Santana, com 1336, o TBC, com 365 lugares, o Cultura Artística, com duas salas, a maior comportando 1563 lugares e a menor comportando 400 espectadores. Ao todo os teatros de São Paulo têm 6649 lugares, o que corresponde a uma cadeira para cerca de 360 lugares. (MAGALDI, 2000, p.214-215)

Em 1961, Franco Zampari, mantenedor do TBC conjectura a seguinte situação:

> "[...] De 1948 até hoje, o custo de vida aumentou dez vezes [...] Quando iniciamos nossas atividades, o ingresso custava 60 cruzeiros, e agora é de 180 a 200 cruzeiros, num acréscimo muito inferior À majoração de todas as utilidades. Um espetáculo custava-nos de 50 a 60 mil cruzeiros, agora custa de 500 a 600 mil.[...]"(op.cit., 2000, p.223)

Após divulgarem a real situação de alguns teatros, a Associação Paulista de Críticos e Artes (APCT) solicita ao então governo de Jânio Quadros concessões financeiras a companhias que produzirão textos originalmente brasileiros. É criada a Comissão Estadual de Teatro (CET), sob decreto n° 26.348 de 31/8/1956, com a incumbência de amparar o teatro cultural, deixando-o acessível a maior camada da sociedade.

Uma nova Companhia de Teatro surgiu em 1954 com tantos elogios quanto o TBC, trata-se do Teatro Popular de Arte Maria della Costa (TMDC), tendo sua própria casa de espetáculos – o Teatro Maria della Costa – na Rua Paim. Outra importante companhia surgiu de egressos do TBC, a Companhia Tônia-Celi-Autran (Tônia Carrero, Adolfo Celi e Paulo Autran). Assim como o TBC esta companhia investia na profissionalização de sua equipe.

Em 1957 a atriz, Cacilda Becker, considerada a primeira dama do teatro paulista, desmembra seu teatro do TBC, levando sua Companhia para várias cidades do estado.

Como citado anteriormente, além do surgimento do TBC, 1948, também foi marcado pela criação da EAD. Inicialmente na região central, migrando, em 1968, para a Cidade Universitária com instalações em seu teatro, consideradas insatisfatórias até 1995, com a inauguração do Teatro-Laboratório. A Escola de Comunicação e Artes da USP (ECA/USP) da qual faz parte a EAD destaca-se por ser a única no país na oferecer pós-graduação, disciplina de teatro em áreas de concentração.

Em 1958, no Teatro Arena, a EAD apresentou uma das montagens mais importantes do teatro brasileiro *"Eles não usam Black-tie"*. O texto de Gianfrancesco Guarnieri foi um sucesso de crítica e de público e consolidou a política e os problemas urbanos como temática no teatro paulista.

No decorrer dos anos 1960 e 1970 novas companhias e o teatro universitário se destacam. Neste período a cidade recebe novas salas – entre recuperações e inaugurações. O ano de 1972 houve aproximadamente cinquenta estreias na cidade, além de ser cada vez mais constante a visita de companhias estrangeiras.

Mesmo com novas salas e companhias surgindo e se estabelecendo no cenário paulista e nacional, este período foi fortemente marcado pela censura, posta pelo regime militar vigente.

> Sabe-se que o teatro sensibiliza as plateias quando se torna um evento. Um evento de qualquer tipo, mas sempre trazendo um elemento de originalidade ou de audácia que leva o espectador a deixar a poltrona confortável diante de um aparelho de televisão. Esse evento só ocorre se o teatro se exprime com liberdade. A liberdade questionar as situações de toda ordem, seja no plano ético, seja no social. O teatro só interessa na medida em que põe o dedo numa ferida. O espetáculo tranqüilizante fala apenas a um público passivo, que não abandona mais as mensagens sedativas da tevê. Por isso, o problema verdadeiramente grave do teatro brasileira, na década de 70, foi trazido pela censura [...] (MAGALDI, 2000, p.433)

Uma característica do teatro paulistano observada no decorrer do século XX foi sua constante profissionalização: o surgimento de novas companhias; o intercâmbio com companhias estrangeiras; a criação da EAD e o surgimento de novas salas. O regime militar que assolou o país entre as décadas de 1960 a 1980 – com maior ênfase nas duas primeiras – cerceou a liberdade de expressão, fonte de

desenvolvimento do teatro, mas arrisca-se a afirmar que este cerceamento atiçou a verve criativa das companhias para usurpar a censura.

A década de 1980, já com o fim da censura e o término do regime militar, o teatro de maior destaque foi o de puro entretenimento alçado por textos e atores de grande apelo popular. Peças como "*O Mistério de Irma Vap*", "*Trair e Coçar é só Começar*" e "*Meno Male*" ficaram em cartazes por anos ("*Trair e Coçar*" continua há mais de vintes anos sendo apresentada). As peças deste período se destacavam por contar em seu elenco atores já famosos em telenovelas como Marco Nanini, Ney Latorraca, Antônio Fagundes entre outros.

O teatro na década de 1990 e no início do século XXI foi um desdobramento do panorama da década de 1980. O destaque neste período foi a incursão de grandes musicais, muitos inspirados e adaptados da Broadway, a exemplo de *"O Beijo da Mulher Aranha", "Les Misserables", "A Bela e a Fera"* e *"Os Produtores"*. Neste mesmo período a cidade ganhou salas de espetáculos mais modernas e arrojadas tecnologicamente. Fruto da globalização estes espetáculos – montados em vários países – foram possíveis graças a aberturas destes novos teatros. O teatro Folha, Alfa e Abril destacam-se como palcos destas grandes produções.

Uma característica de alguns destes novos teatros é sua localização. O Folha, Frei Caneca e do Das Artes situam-se dentro de shopping-centers (Pátio Higienópolis, Frei Caneca e Eldorado, respectivamente). Esta tendência corrobora com o conceito de "enclave fortificado" estudado por CALDEIRA (2000).

> Trata-se de espaços privatizados, fechados e monitorados para residência, consumo, lazer e trabalho. A sua principal justificativa é o medo do crime violento, esses novos espaços atraem aqueles que estão abandonando a esfera pública tradicional das ruas para os pobres, o que "marginalizados" e os sem-teto. (CALDEIRA, 2000, p.211)

Os shoppings não deixam de ser um "enclave fortificado" como disse Caldeira, pois retira as pessoas das ruas, dando opções de compras e lazer: além dos habituais cinemas, praça de alimentação, os teatros e até faculdades.

Ao mesmo tempo em que há a evolução das montagens e surgimentos de salas modernas de padrão internacional, o chamado teatro alternativo[10] ficou mais acessível ao público com a disseminação de muitas salas pela cidade. A intenção deste trabalho não é contextualizar a qualidade das peças teatrais, do ponto de vista artístico, até porque não há por parte do autor conhecimento suficiente para isto, mas há salas com pouca estrutura em conforto, iluminação e acústica. Os teatros da região central da cidade, ao entorno da Praça Roosevelt e Bexiga carecem de melhor estrutura para tal. Algumas companhias amadoras – ao contrário das primeiras como o TBC na década de 1950 – não dispõem de programa de profissionalização. A proletarização da profissão de ator faz com que este exerça outra atividade remunerada durante o dia para ter condições de ensaiar à noite (após uma jornada de trabalho) realizando apresentações nos finais de semana, com pouco tempo para aprimoramento.

4.2 Tipologia dos teatros

O teatro, do ponto de vista arquitetônico, é um estabelecimento próprio para a execução da arte de representar. Suas acomodações são dispostas de maneira que o espetáculo ocorra e que seja apreciado pelos presentes. Estruturalmente, o teatro mais familiar aos nossos olhos, é o chamado teatro italiano

> Estilo de casa de espetáculo na qual a separação entre o palco (o lugar cênico) e a plateia (lugar do espectador) fica bem definida. A representação na caixa ótica (o palco) fica separada do público por uma moldura de janela (a boca de cena), através da qual o público simplesmente espia o que está acontecendo do outro lado. A ideia desse estilo de organização e forma de divisão da casa de espetáculos surgiu no Renascimento. [...] (TEIXEIRA, 2005, p.258)

---

[10] Nas palavras de GUINBURG, FARIA e LIMA (2006:22), o teatro alternativo possui duas perspectivas: a artística e a de produção. A artística encontra-se *"Na primeira, são incontáveis os grupos e espetáculos montados que, deliberadamente, posicionaram-se contra as convenções estabelecidas, em vieses tão disparares quanto são eles em número, tornando impossível as classificações."* Referente a perspectiva de produção, um marco é o grupo Tá na Rua, de 1978, inovando com repertório e gestão, de teatro gratuito nas ruas.

Este tipo de estabelecimento é palco para as grandes produções teatrais da cidade de São Paulo, como os já citados Teatro Folha, Abril além do Teatro Municipal e Alfa.

Foto 1: Palco do Teatro Municipal de São Paulo[11]

Foto 2: Palco do Teatro Folha[12]

Foto 3: Palco do Teatro Abril[13]

11 http://www.usp.br/prc/caminhos/img/coralusp_interna1.jpg acesso em 11/05/2010

12 http://www.baladacerta.com.br/bares/fotos/teatrofolha_palco.jpg acesso em 11/05/2010

13 http://mondomoda.files.wordpress.com/2009/07/a-bela-e-a-fera-200912.jpg acesso em 11/05/10

4.2.1 Teatro alternativo

A designação de teatro alternativo – mencionada na página 62 –, como já dito, caracteriza-se, do ponto de vista de produção, entre outros a apresentação de rua e gratuita. Pode-se assimilar este conceito ao de teatro de rua.

> Movimento underground de forte tendência política, surgido nos Estados Unidos, da intenção dos grupos militantes de praticar uma forma de arte imediata que não precisasse do edifício teatral para se exibir, os grupos iam ao público onde este se encontrava – nas ruas e praças, nas igrejas, nos bares e cafés, nos metrôs, nas saídas das fábricas. (TEIXEIRA, 2005, p.261)

O teatro alternativo, não é necessariamente gratuito e de rua, o adjetivo alternativo vem da diferenciação de temas e produções do teatro, dito tradicional. Suas instalações são – inclusive por limitação financeira – diferenciados, menores. Os teatros alternativos encontram sua territorialidade bem marcada no entorno da Praça Roosevelt, como demonstra a figura[14] abaixo:

Figura 1: O entorno da praça Roosevelt

As pessoas acabam se identificando com determinadas atrações e

---

14 http://2.bp.blogspot.com/_sR5yHrbiqMc/SBJAN3ha0PI/AAAAAAAAAk8/FP719ebZj2o/s400/teatrosroosevelt.jpg acesso em 14/05/2010

localidades e passam a ter vínculos de pertencimento com elas. Magnani desenvolveu algumas categorias de análise que pode-se utilizá-las aqui, visando mostrar o uso da cidade pelas pessoas. A primeira categoria é a noção de *pedaço*, "[...] supõe uma referência espacial, a presença regular de seus membros e um código de reconhecimento e comunicação entre eles". (MAGNANI, 2002, p.20)

Portanto um determinado teatro, como o Espaço dos Satyros e Espaços Parlapatões, que possuem uma programação diferenciada pode ser um *pedaço* para várias pessoas, independente do bairro que elas moram. Frequentam esses estabelecimentos por sua programação e acabam encontrando outras pessoas com as mesmas afinidades, criando novos laços de relacionamentos. Estas pessoas já identificadas podem usufruir demais pontos da paisagem urbana, denominada pelo de autor, de mancha, áreas contíguas do espaço urbano dotadas de equipamentos que marcam seus limites e viabilizam [...] Numa mancha de lazer, os equipamentos podem ser bares, restaurantes, cinemas, teatros, o café da esquina etc [...] (op.cit., 2002, p.22). Seguindo o mesmo exemplo do *pedaço*, a *mancha* pode ser todo o entorno dos teatros, na Praça Roosevelt, Ruas da Consolação e Nestor Pestana com seus bares, tanto durante a semana após as 18 horas quanto nos finais de semana, estes estabelecimentos estão sempre cheios de pessoas que marcam encontros para espairecer após o trabalho ou irem ao teatro. Ponto importante nessa categorização é o conceito de *trajeto* que *aplica-se a fluxos recorrentes no espaço mais abrangente da cidade e no interior das manchas urbanas. É a extensão e, principalmente, a diversidade do espaço urbano para além do bairro que colocam a necessidade de deslocamentos por regiões distantes e não contíguas* [...] *ligam equipamentos, pontos, manchas, complementares ou alternativos.* (op.cit.,2002, p.23)

Por último, Magnani usa a categoria de *circuito: a totalidade dos equipamentos que concorrem para a oferta de tal ou qual bem ou serviço, ou para o exercício de determinada prática, mas alguns deles acabam reconhecidos como ponto de referência e de sustentação a atividade.* [...] (op.cit., 2002, p.24) Partindo do exemplo dos atrativos culturais da cidade, o circuito pode ser desde os teatros, cinemas, lojas de CDs e DVDs, cafés,

sebos, ou seja, lugares que apresentam produtos e serviços correlatos que possivelmente foram identificados pelos freqüentadores do *pedaço*. Essa troca de informações, contraditoriamente, é favorecida pela suposta segregação que a cidade propicia, pois um *pedaço* além-bairro como um cinema central ou bar agrega pessoas de todas as regiões da cidade que trocam referências, criando um *circuito*, podendo este ultrapassar os limites da cidade inclusive.

As mesmas categorias de análise[15] citadas acima para explicar a territorialidade do teatro alternativo, certamente aplicam-se ao teatro amador. Esta prática apresenta-se enquanto simples diversão, ideologia e também pela liberdade e descompromisso e utilização de temas e montagens que possam não ser viável ao teatro profissional. Em São Paulo, já em 1828, os alunos dos Cursos Jurídicos foram importantes amadores teatrais. Posteriormente universitários iniciaram suas montagens no TUCA (teatro da Pontifícia Universidade Católica) e os das USP. Nos dias atuais, a Casa das Rosas, na Avenida Paulista é um importante palco para a exibição de teatro amador na cidade.

4.3 A evolução das salas de cinema na cidade de São Paulo

Criado pelos irmãos Lumiére, em Paris, o cinematographo, foi o embrião do que é o cinema nos dias de hoje. Em sua origem, no final do século XIX, as exibições ocorriam ao ar livre em feiras, cafés, parques de diversões, portanto não necessitava de um ambiente fixo. Desta modalidade que surge a expressão *movie* do inglês, que significava deslocamento até o cinema.

O dia nove de janeiro de 1898 foi marcado como a primeira apresentação cinematográfica em São Paulo. O Teatro Apolo – Rua Boa Vista – foi palco desse evento. As salas de teatros foram os locais para exibições cinematográficas no início do século XX, pois ofereciam maiores condições para exibição, por usar a infra-estrutura do local.

---

[15] O teatro amador, como a designação indica, é aquele praticado por um grupo de pessoas que apreciam o teatro, executam-no com dedicação, mas sem dele tirar proveito econômico. Em caso de lucro, a importância cobrirá os gastos da montagem ou será encaminhada para entidades previamente escolhidas. (GUINBURG, FARIA e LIMA, 2006, p.22)

> As projeções eram realizadas em back projection, isto é, com o projetor atrás da tela, e a imagem era vista frontalmente pelos espectadores. No intervalo de troca das bobinas de filmes, a tela era novamente molhada para ganhar maior transparência, melhorando a qualidade da projeção. É comum a ideia de que as telas seriam molhadas para se evitar incêndios provocados pelo aquecimento da tela, mas estes acidentes ocorriam porque as películas eram à base de nitrato de celulose, material altamente inflamável e que só foi substituído no final da década de 1940. (OLIVEIRA, 2006, p.41-42)

Muitas salas de teatro passaram a alternar apresentações entre peças e projeções, entre elas o Cine Bijou (1907). As projeções cinematográficas, em princípio, eram atrações bastante populares e não atraiam as camadas mais abastadas da sociedade acostumadas com as apresentações teatrais.

As projeções cinematográficas eram espetáculos muito parecidos às apresentações teatrais, tendo os teatros apropriados para suas exibições, pois os palcos eram de dimensões adequadas para exibições, e a plateia em número condizente para abrigar os espectadores. Vários teatros passaram a ser cine-teatros.

Em suas pesquisas sobre os teatros paulistanos, Oliveira (2006) constata que o centro da cidade abrigou os primeiros cine-teatros da cidade, juntamente com o Brás, maior pólo de lazer popular em São Paulo. Os primeiros cine-teatros de São Paulo estavam principalmente localizados no centro da cidade e no Brás, maior pólo de lazer popular da cidade. Os principais cine-teatros na área central foram: o Cine Teatro Santana (1907); o Cine Bijou Palace (1907); Cine Teatro São Paulo, projetado por Alexandre Albuquerque por volta de 1914, e demolido em 1967 para a abertura da Radial Leste; Cine Teatro Central, inaugurado em 1916 no mesmo lugar do antigo Teatro Politheama, incendiado dois anos antes; Cine Teatro Avenida, de 1919; Colyseo Paulista etc. No Brás, estavam o Cine Teatro Colombo, construído em 1908 com projeto do arquiteto Arthur Fried, no lugar do antigo Mercado do Brás, no Largo da Concórdia, e demolido em 1966; o Brás Poliethama, inaugurado em 1917; o Cine Teatro Olympia (1920) entre outros.

Nota-se que a concentração no centro da cidade e entorno se explica pela já existência destes teatros**.** São salas que devido as crises ocorridas nas companhias de teatro e a perda de público para as apresentações

cinematográficas, passaram a dividir o espaço alternado peças com filmes. Essa alternância passou a agregar camadas mais populares que passaram a frequentar estes estabelecimentos pelos filmes.

Somente na década de 1920, com o aprimoramento da indústria cinematográfica, surgem em São Paulo as primeiras salas voltadas exclusivamente para exibição de filmes. Em 1921 era inaugurado o Cine República, o primeiro nestas características.

Surgem em São Paulo, os chamados “Palácios do Cinema”. Trata-se de estabelecimentos, em que a publicidade e a arquitetura também são eventos tão importantes quanto o filme a ser exibido. [...] *grandes cinemas, construídos com luxo e requinte, nos quais a arquitetura se mostrava como parte integrante do espetáculo. Nestes Palácios, não era o filme em cartaz o maior evento, mas todo o conjunto de atrativos do lugar.* (OLIVEIRA, 2006, p.48)

A partir da década de 1920, estes cinemas de grandes dimensões e assentos (acima de 2000 lugares) passaram a fazer parte da paisagem paulistana, trazendo a ideia da modernidade e do cosmopolitismo, visto que, estas salas eram claramente inspiradas nas salas norte-americanas. Exemplo disto foi o Cine Paramount (1929), sito a época na Avenida Brigadeiro Luís Antonio, este cinema se destacou por ser ligado a uma produtora dos Estados Unidos, a mesma proprietária do Paramount de Nova York.

A popularização do cinema na cidade de São Paulo, como opção de lazer, fez surgir várias salas em diversos bairros, criando novas centralidades. Entre eles destaca-se o Alhambra (1928), Santa Cecília (1930), Paratodos (1929), Broadway (1934), este inspirado no Radio City Music Hall de Nova York, o Babylônia (1935) no Brás, com 3700 lugares era o maior cinema da América do Sul, entre outros.

Na década de 1940, as atividades comerciais passaram a migrar para as áreas além do Viaduto do Chá, expansão da centralidade inicial da cidade, que era circunscrita na região do Triângulo – Rua XV de Novembro, Direita e São Bento (Frúgoli, 2000). A Rua Barão de Itapetininga recebe grandes lojas da época – como o Mappin e a Mesbla. Este novo perfil comercial trouxe estabelecimentos que estimulavam o convívio de pessoas, como bares, cafés e casas de chás.

> A região também passou a abrigar importantes espaços para a vida cultural de São Paulo, como o Instituto dos Arquitetos do Brasil (sede paulista), em funcionamento a partir de 1944 no Edifício Esther, na Praça da República; o Museu de Arte de São Paulo, inaugurado em 1947 no edifício sede dos Diários Associados, na Rua 7 de Abril; o Museu de Arte Moderna, fundado em 1948; a nova Biblioteca Municipal, instalada na Rua da Consolação a partir de 1942, entre outras iniciativas. (OLIVEIRA, 2006, p.70)

Cinemas como o Marabá e Ipiranga, grandes palácios surgiram neste período, ambos na Avenida Ipiranga. Estes cinemas corroboram com a pujança econômica e cultural desta centralidade expandida à época. O cine Ipiranga localizava-se no térreo do Hotel Excelsior. O cine Marabá funcionou de 1945 a 2007, sendo reaberto e reformado em 2009 com outras características.

Na década de 1950, esta centralidade vinha perdendo atratividade devido a ascensão da região da Avenida Paulista. Mesmo assim, algumas salas de cinema ainda foram inauguradas neste período, como os Cines Jóia (1952), Mônaco e Regina (ambos em 1959). Tratava-se de salas menores e no entorno dos grandes cinemas – logradouros menos nobres. Novidade para a época foi o surgimento de cinemas em galerias comerciais, como o Cine Olido (1957), que atualmente funciona como centro cultural. A importância do Olido vem de seu pioneirismo, pois a partir dele, as salas sofisticadas passaram a estar vinculadas com as galerias comerciais, como o Paissandu (1958), Barão (1962), Metrópole (1964) e Copan (1969).

Esta centralidade além do Viaduto do Chá caracteriza-se como a primeira centralidade da cidade. A nova centralidade de fato da cidade segue o vetor da Avenida Paulista, pela Rua Augusta (Frúgoli, 2000). A inauguração do Cine Astor, em 1960, foi um marco importante para a formação deste novo circuito de salas em São Paulo. O Astor localizava-se dentro do Conjunto Nacional.

Esta modalidade de salas menores dentro de prédios comerciais tornou-se referência para as novas salas. Em 1968, é inaugurado o primeiro cinema em shopping-center – no Iguatemi. Esta modalidade seguiria uma tendência mais intensificada nas décadas seguintes.

Nas décadas de 1970 e 1980, os cinemas de rua foram perdendo público, muitos se readequaram dividindo salas – tornando-as menores e

consequentemente aumentando a gama de opções de exibições. Outra característica que contribuiu para a decadência das salas do centro foi seu estado de conservação e higiene. A insegurança na região também foi um fator que afugentou o público. Atualmente muitos destes cinemas foram fechados, transformados em igrejas, estacionamentos ou se dedicam a exibição de filmes pornográficos.

Os cinemas de shopping-centers foram os maiores destaques nas décadas de 1980 e, principalmente, 1990. A espacialização destes empreendimentos ficou mais democrática, chegando a bairros menos nobres, deixando de ter a característica exclusiva de centros de compras. O lazer também é característica dos shoppings com suas praças de alimentação e cinemas, que passaram a ter a função de atrair público.

Estes cinemas de shopping apresentam uma disposição denominada de *multiplex*[16], seguem padrão norte-americano. São redes e destacam-se duas internacionais: Cinemark e UCI. Os *multiplex* possuem os equipamentos mais modernos de som e imagem disponíveis e se especializam na exibição de filmes de grande apelo comercial de grande facilidade de atrai público. Todos estes recursos tecnológicos e de conforto atraíram o público novamente ao cinema, a classe média, principalmente dos bairros não centrais, em que os shoppings se instalaram.

Os *multiplex* trouxeram ao cinema uma espécie de pasteurização do hábito de ir ao cinema, pois os ambientes e os filmes seguem padrões semelhantes. Ir ao cinema tornou-se uma atividade trivial complementar ao passeio no shopping, o público apesar de aumentar numericamente, pouco questiona sobre os gêneros cinematográficos em cartaz.

Contrapondo-se a esta pouca exigência sobre filmes, alguns cineclubes se estabeleceram na cidade formando um circuito, principalmente nos arredores da Avenida Paulista. O Espaço Unibanco e Cine Sesc – Rua Augusta – apresentam programação diferenciada, filmes alternativos e

---

[16] Trata-se de um conjunto de cinemas integrados em um único espaço, com uma única sala de espera, com uma *bomboniére*, sanitários e um largo corredor de acesso às salas de projeção. As salas de projeção possuem pequena oferta de lugares, variando entre 150 e 250, com o complexo possuindo, normalmente, salas com diferentes lotações. Possuem um projeto de visibilidade seguindo o sistema *stadium*, no qual as cadeiras são distribuídas em degraus de pelo menos 40 cm, eliminando a possibilidade de barreiras visuais, mas comprometendo o conforto visual de algumas fileiras.

mostras temáticas de cinema.

Os cinemas, assim como os teatros, marcam sua espacialidade na cidade como opções de lazer cultural, cada qual com maior ou menor aceitação, de acordo com seu público e segmento da sociedade, porém sempre coexistindo e não substituindo um ao outro.

4.4 As casas de shows em São Paulo.

A cidade de São Paulo contabiliza poucas casas de shows, considerando suas dimensões, população e diversidade. De acordo com o site www.cidadedesaopaulo.com/sp/br/casas-de-shows[17], as casas de shows da cidade são: Acústica São Paulo (Rua Martiniano de Carvalho, 266, Bela Vista), Auditório do Ibirapuera (Avenida Pedro Álvares Cabral, s/n°, Ibirapuera), Citibank Music Hall (Avenida dos Jamaris, 213, Moema), Credicard Hall (Avenida das Nações Unidas, 17955, Santo Amaro), Theatro Municipal de São Paulo (Praça Ramos de Azevedo, s/n°, Centro), Tom Jazz (Avenida Angélica, 2331, Higienópolis) e Via Funchal (Rua Funchal, 65, Vila Olímpia).

A tipologia destes estabelecimentos como casas de show refere-se ao eseu formato arquitetônico que destaca o palco para apresentação, a platéia – com poltronas, cadeiras, mezaninos e a pista em que o público fica em pé ou que pode ser adaptado para instalação de mesas. Além destas disposições, possuem equipamentos adequados de som e iluminação de ambiente. O mais importante a se ater, que estas casas têm com principal objetivo a apresentação de shows musicais – independente do gênero.

Outros estabelecimentos também apresentam atrações musicais, mas não são considerados como casas de shows, pois não é a sua principal atividade. Neste contexto há bares com música ao vivo, as boates, centros culturais, entre outros.

De acordo com a relação de eventos culturais, divulgados pelo Guia do Estadão, tabulados para esta pesquisa, ocorrem na cidade apresentações musicais em praças e parques públicos, livrarias, shoppings, teatros – cujas atrações principais são as peças –, autódromos, estádios de futebol entre outros.

---

[17] Dados de 26.04.10

Elaborar uma tipologia para os estabelecimentos que apresentam shows musicais é complexo, pois há poucas casas em que sua finalidade seja de fato esta. Observa-se a adaptação de estabelecimentos, que entre outras atividades apresentam números musicais ao vivo. Desse modo, pode-se iniciar uma tipologia quanto às dimensões destas apresentações.

Estádios de futebol são palcos para grandes shows como de rock e pop – ou seja, de grande apelo popular e midiático. Em São Paulo, normalmente são artistas internacionais que atraem público – entre 40.000 a 70.000 pessoas – a estes locais. Os estádios do Morumbi e o Parque Antártica são os mais usuais para estas apresentações.

Existem shows com grande atração de público também – entre 15.000 a 30.000 pessoas – em que são usados estabelecimentos multiusos como a Arena Anhembi, no sambódromo e o Ginásio do Ibirapuera ou adaptam outros – sem muita preocupação com conforto e acessibilidade – como a Chácara do Jóquei, na Vila Sônia, zona oeste da cidade.

As casas de shows, propriamente dita – com capacidades flexíveis entre 3000 a 7000 lugares – recebem shows de todos os gêneros musicais nacionais e internacionais. Uma característica destas casas na cidade passou a ocorrer no final da década de 1990, com a inauguração do Credicard Hall, algumas casas, como a citada, passaram a ser patrocinadas por empresas e sendo rebatizadas com seu nome, outros exemplos: Citibank Hall (antigo Palace) e o HSBC Brasil (antigo Tom Brasil). O Citibank Hall e o Credicard Hall passaram a ser geridos pela Ticketmaster – principal empresa norte-americana de venda de ingressos para shows, com isto maximizam lucros pela venda promoção e espaço para os shows, pois a mesma empresa contrata o artista e comercializa sua apresentação.

Existem casas de shows mais intimistas, com número reduzido de assentos, em torno de 200 a 600 – alguns só disponibilizando mesas e outros flexibilizando entre mesas e pista em pé de acordo com o gênero musical a ser apresentado. Nesta categoria, pode-se incluir o Tom Jazz, o Bourbon Street e o Hangar 110. Curiosamente, estas casas são especializadas em determinadas gêneros musicais: MPB e jazz, blues e rock’n’roll, respectivamente.

Seria muito difícil caracterizar as demais localidades de espaços para shows, visto que não são, de fato, como já ditos, locais que têm a apresentação musical ao vivo como sua principal atividade. Há parques públicos, como o Ibirapuera, Aclimação, Carmo. *Megastores* de livrarias e praças de eventos de *shopping-centers*, costumam apresentar *pocket-shows*[18] gratuitos com cantores que estejam lançando CDs ou apresentações promocionais. É comum, estes shows, nas livrarias Saraiva, FNAC e Cultura, na região da Avenida Paulista e *shoppings*. Os shoppings Metrô Tatuapé e Anália Franco também organizam estes shows em suas praças de eventos.

4.5 Tipologia das exposições em São Paulo

A cidade de São Paulo se destaca no cenário nacional e internacional como palco de vários eventos como feiras e exposições: Salão do Automóvel, Salão do Turismo, Bienal do Livro, Feira de equipamentos hospitalares e outros segmentos. Apesar da importância econômica e também turística destes eventos (turismo de negócios), estes são caracterizados como exposições de caráter principalmente comercial, movimentando altos valores monetários em vendas.

As exposições que serão consideradas para esta pesquisa referem-se a seu aspecto cultural. Trata-se de exposições de obras de arte – quadros e esculturas. Estas mostras ocorrem basicamente em dois ambientes na cidade: locais de simples apreciação – centros culturais, museus, pinacotecas – e galerias de arte.

A diferença entre estes dois ambientes refere-se às dimensões físicas e a modalidade de exposições. Os centros culturais, museus e pinacotecas recebem exposições – de quadros e esculturas – de grande divulgação pela imprensa atraindo elevado número de visitantes. Historicamente, São Paulo já recebeu exposições que atraíram muitas pessoas como a de Auguste Rodin, que em 1995 atraiu 150.000 pessoas[19], na Pinacoteca. Já o MASP recebeu no primeiro semestre de 2009 o maior público dos últimos dez anos, somando

---

[18] Em tradução livre "show de bolso", trata-se de shows curtos de três a cinco músicas em média, com o intuito de divulgar o lançamento de um trabalho fonográfico.

[19] http://www.sampa.art.br/pinacoteca acesso em 03/04/2010.

46.655 pessoas.[20]

Estes pavilhões de eventos e exposições são espaços múltiplos, sendo possível a montagem de diferentes modalidades de exposições, tendo espaço para adequar sistema de iluminação e refrigeração adequada para cada exposição, permitindo a circulação de grande número de pessoas concomitantemente. Essas exposições são majoritariamente contemplativas, com obras de um artista específico – Rodin, Monet, Degas, por exemplo – ou sobre a vida de um personagem histórico ou período – Darwin, período napoleônico.

As galerias de artes se destacam por ser um ambiente menor e apresentam outros tipos de exposições. Normalmente são edifícios de um ou dois andares ou salas comerciais. As exposições são comercializadas, a função destes estabelecimentos é expor os trabalhos de artistas – pintores e escultores – para apreciação de um público segmentado – apreciadores e compradores de obras de artes. Nestas galerias são organizadas vernissages[21] para exposição e no mesmo evento a possível venda das obras. Portanto uma galeria dificilmente possui um acervo fixo como um museu, pois a rotatividade de obras e sua comercialização é o que garante a existência, já que gera interesses em visitação.

---

[20] http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL1236795-7084,00-MASP+REABRE+SEU+ACERVO+EM+DUAS+EXPOSICOES.html acesso em 23/07/2009

[21] Na definição do Dicionário Aurélio: recepção que precede a abertura de uma exposição de quadros.

5 EVENTOS CULTURAIS ACESSÍVEIS

5.1 O caso do SESC

Analisando os mapas dos eventos culturais, nota-se a concentração de muitos deles na região denominada centro expandido – região da cidade delimitada pelas Avenidas Marginais Pinheiros e Tietê, Bandeirantes e Salim Farah Maluf. A mancha urbana da cidade é muito maior que esta delimitação, pois trata-se de uma cidade com várias centralidades e alto índice de periferização. Esta concentração é ratificada pela urbanista Raquel Rolnik (2008).

> A lógica [do surgimento de equipamentos de cultura] é a da concentração de renda, [...] E como a gente tem uma renda extremamente, e historicamente, concentrada, os equipamentos de lazer e cultura se localizaram onde a classe média e a classe média alta da cidade habitam e se concentram.[22].

Há um senso comum em associar atrações culturais de grande apelo de público e mídia – shows musicais e peças teatrais com artistas famosos e populares – serem em bairros mais nobres e com valores de ingressos elevados. Vale destacar nesta pesquisa as ações do Serviço Social do Comércio – SESC.

> O tipo de ação desempenhado pelo SESC na sua origem está delimitado pelo tempo/espaço estabelecidos nas cidades. As regras do mundo do trabalho e o cotidiano que marcam as relações urbanas nos deslocamentos ou no tipo de sociabilidade são intrínsecos às ações de assistência em saúde e nutrição, ao lazer e à cultura adotados pelo SESC e transformados ao longo dos anos, sempre na perspectiva de adequarem-se às necessidades dos trabalhadores do comércio e serviços e aos princípios de cidadania mais coerentes com essas mudanças. (MIRANDA, 2008, p.173)

O SESC, assim como o SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) e o SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) entre outros serviços formam o chamado Sistema “S”. Foram criadas ao final da II Guerra Mundial, derivando de uma preocupação dos empresários com um produtivo uso do

---

22 http://www.sescsp.org.br/sesc/revistas/revistas_link.cfm?Edicao_Id=307&Artigo_ID=4782&IDCategoria=5464&reftype=2#r edição 131, abril de 2008, data de acesso 05/12/2008

trabalhador no seu local de trabalho através de adequada qualificação e através políticas de bem estar “extra-fábrica”, sob a inspiração da “Carta da Paz Social” (Weinstein, 1966).

Foi em decorrência desse Pacto Social, que o Governo Federal promulgou, em 13 de setembro de 1946, o Decreto-Lei nº. 9.853, outorgando à Confederação Nacional do Comércio a incumbência de criar o SESC, exatamente para implementar e gerir o novo sistema desejado e proposto pelo próprio empresariado, dispondo-se este a bancá-lo mediante contribuições de todos.

Esse sistema foi estruturado para proporcionar aos empregados das áreas de comércio e serviços, em especial, e à sociedade de modo geral, o acesso a importantes e sofisticadas atividades ligadas à cultura, à educação, ao lazer, aos esportes, à saúde etc., cuidando-se, desse modo, não só de cada um dos indivíduos e suas famílias, mas, globalmente, do bem-estar social (conforme art. 1.º do Decreto-lei n.º 9.853/1946).

A espacialização dos SESC na cidade de São Paulo é proposital em desvincular sua localização aos bairros de maior poder aquisitivos somente. Tem-se a preocupação de demonstrar as diversas camadas da população a importância dos diferentes conteúdos e formas das atividades oferecidas e seu contexto urbano. A própria arquitetura das unidades, com áreas livres – a céu aberto –, promove uma interação do público-visitante aos serviços oferecido.

> Há duas dimensões da ação cultural nas Unidades que podem ser entendidas nos limites entre o “fora” e o “dentro”. Nos limites de “dentro” encontra-se um conjunto de ações programáticas que são reforçadas pela pedagogia arquitetônica e instalações específicas no interior de cada Unidade. Nos limites de “fora” o partido arquitetônico e as instalações legitimam e reiteram que há na cidade espaços vivos para o exercício e a vivência da “educação e cultura”; para a convivência, o prazer e a troca; para a organização e o desenvolvimento de outros valores não utilitários ou consumistas. E para efeito de ação, ambas as dimensões são complementares. (MIRANDA, 2008, p.177)

São treze unidades do SESC na cidade de São Paulo, sendo três no centro (rua 24 de Maio, rua do Carmo e SESC Consolação); uma na avenida Paulista; duas na zona leste (Belenzinho e Itaquera), quatro na zona sul (Interlagos, Ipiranga, Santo

Amaro e Vila Mariana); uma na zona norte (Santana) e duas na zona oeste (Pinheiros e Pompéia).

Como já citado, as unidades do SESC apresentam atividades poliesportivas para todas as idades, shows musicais e peças de teatro com artistas de grande apelo popular, que comumente se apresentam nos estabelecimentos já citados no vetor sudoeste de São Paulo e nas imediações da avenida Brigadeiro Luis Antônio. Observando o croqui abaixo, vemos a disposição das unidades do SESC na cidade (em destaque em vermelho), estando tanto nos bairros de classe média quanto na zona leste quanto na periferia sul, localidades carentes de equipamentos culturais e com pouca acessibilidade aos demais equipamentos já mencionados.

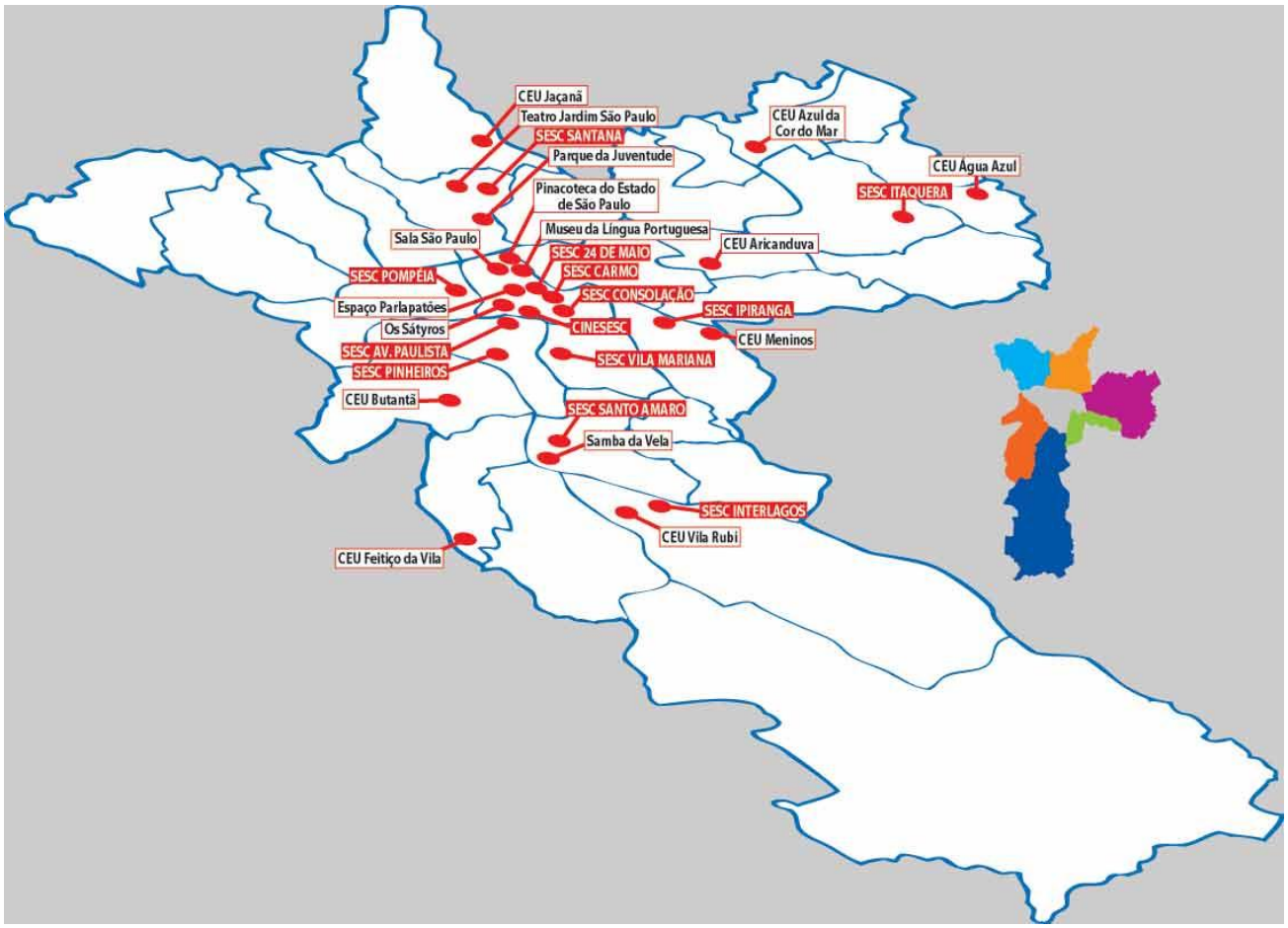


Figura 2: Distribuição das unidades do SESC[23]

[23] Fonte: http://www.sescsp.org.br/sesc/controle/dynimages/mapa_regioes_ampliada.jpg acesso 05/12/2008

Referente as unidades da capital paulista, pode-se fazer o seguinte levantamento:

- todas as unidades juntas têm capacidade de atender mais de 54750 pessoas por dia;

- possuem centros de pesquisas teatrais no centro (SESC Carmo) e na zona leste (SESC Belenzinho);

- há oficinas de artes nas zonas oeste (Pompeia e Pinheiros), zona leste (Belenzinho), centro (Bom Retiro) e zona sul (Santo Amaro);

- oferece acesso a Internet livre em todas as regiões da cidade (Carmo, Ipiranga, Pinheiros, Santana, Santo Amaro, 24 de Maio, Av. Paulista, Belenzinho e Bom Retiro),

- também possui salas de teatros em todas as regiões (Consolação, Interlagos, Ipiranga, Pinheiros, Pompeia, Santana, Vila Mariana, 24 de Maio, Belenzinho, Bom Retiro e Santo Amaro).

O exposto acima demonstra que com vontade política-administrativa – o que não é sinônimo de vontade pública – pode democratizar o acesso a cultura para a população mais carente. A forma desorganizada que a mancha urbana se espalhou, obrigando os mais pobres a morarem nos bairros mais periféricos da cidade, com pouco acesso a serviços públicos, ficam restritos ao lazer que não seja dentro de casa – televisão – praticamente.

Essa atitude da iniciativa privada demonstra que é possível chegar as regiões mais distantes eventos culturais de qualidade. Inclusive peças teatrais, shows musicais e exposições que estariam nos estabelecimentos mais tradicionais da cidade e com ingressos proibitivos para a maior parte da população.

5.2 A Virada Cultural Paulistana

Desde 2005, a cidade de São Paulo se inspira no evento “Noites Brancas” europeias. Trata-se de um evento criado em Paris, em 2002, em que por várias

atrações gratuitas, busca-se capturar uma atmosfera citadina com a ajuda da cultura contemporânea.

Este evento ocorre durante toda a madrugada com artistas de ruas, shows musicais, apresentações de Djs, sendo solicitado aos participantes que usem roupas brancas. Em 2006 mais quatro cidades adotaram o projeto – Roma, Riga, Bruxelas e Madrid –, já em 2008, Bucareste também passa a fazer parte do projeto Noite Branca Europeia.

As cidades participantes deste projeto criaram uma rede de cooperação com intercâmbio de artistas, cada uma dela recebendo um artista ou companhia de teatro proveniente de outra cidade participante do evento.

Esta política cultural, além de proporcionar um diferencial à população local, com acesso a lazer cultural, tornou-se um atrativo turístico a cidades participantes. Estes eventos passaram a trazer vários visitantes de localidades próximas, gerando receita no setor de alimentação, hospedagem e transporte, além de agregar valor às cidades, criando mais uma identidade a elas.

Nesta mesma estratégia, o mês de maio na cidade de São Paulo, desde 2005, recebe a Virada Cultural em que no período de 24 horas (das 18 horas de um sábado até as 18 horas do domingo) inúmeras atrações culturais – música, exposição, teatro, filmes – atraem em média quatro milhões de pessoas por edição. Esta iniciativa é de total responsabilidade da Prefeitura e uma das ações deste projeto é revitalizar o centro antigo da cidade – local em que se concentra a maior parte das atrações – outras atrações se espalham por bairros mais distantes, mas usando a estrutura pública, como os CEUs – Centro de Educação Unificada –, escolas municipais com grande infra-estrutura, como salas de cinema e teatros, as unidades do SESC e os institutos culturais (Itaú Cultural, Caixa Cultural entre outros).

Enquanto atrativo turístico a Virada Cultural atrai, predominantemente a população residente. Dados da SPTuris, referente a edição 2010, o público é em sua maioria jovem (39,9% entre 18 a 24 anos), com ensino médio de instrução (37,6%) e renda entre um a três salários-mínimos (27,5%). Somente 8,3% do público são turistas e destes, 98,8% são domésticos e 1,2% internacionais. A virada Cultural é o

motivo de 64,3% da vinda dos turistas e a frequência da visita a cidade é mensal. Entre os turistas internacionais, a maior parte vem da Argentina, Estados Unidos e Chile. Os turistas nacionais destacam-se os oriundos do interior de São Paulo e dos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, Paraná e Rio Grande do Sul. Os turistas domésticos gastaram em média R$ 747,00 em 3,6 dias de estadia, enquanto os turistas internacionais ficaram 5,2 dias gastando R$ 1545,00. Os gastos foram divididos entre hospedagem, alimentação, lazer, táxis e compras.

Entre os itens gastos, destacam-se:

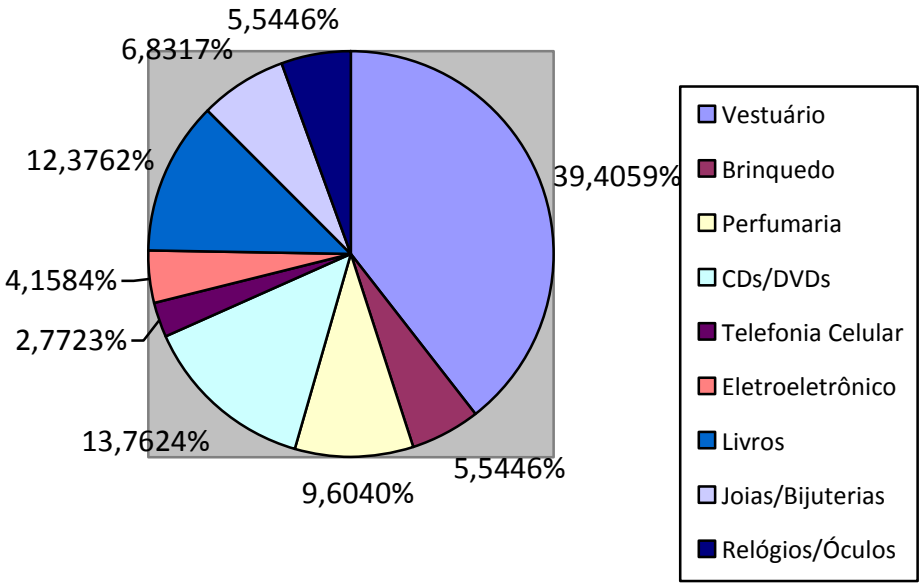


Gráfico 1: Virada Cultural 2010 - Itens gastos pelos turistas[24]

Por edição, a Virada Cultural apresenta entre 800 a 1000 atrações culturais. Como citado, concentrando-se na região central da cidade – área deteriorada em constante processo de requalificação – e bairros periféricos nas instalações públicas ou privadas de caráter cultural. Pode-se perceber, novamente com a fala de Rolnik (2008), sobre a lógica da concentração de renda na cidade de São Paulo segue a mesma direção da oferta de eventos culturais. Uma espacialização democrática da oferta ocorre com a interferência pública em levar estes atrativos a periferia ou subsidiado pela iniciativa privada que, posteriormente, recebe abatimento no imposto de renda.

[24] Fonte: SPTuris, 2010, gráfico organizado por Paulo R A Moraes

5.3 Parada do Orgulho Gay

Um evento *sui generis* na cidade, que não é de simples classificação é a Parada do Orgulho Gay. Assim como foi complexo usar uma definição de cultura e suas ramificações, este tipo de evento é, em princípio, cívico, pois busca a conscientização das pessoas sobre a tolerância a diversidade sexual.

A complexidade de classificação deste refere-se a sua estrutura, pois são dezenas de trios elétricos com músicas eletrônicas, dançarinos, drag-queens, artistas e celebridades. O evento torna-se uma grande festa – praticamente um carnaval fora de época –, reunindo, segundo organizadores, três milhões de pessoas em suas últimas edições. Desde 2003, com 1,5 milhão de pessoa, entrou para o livro dos recordes como a maior parada gay do mundo.

Toda essa evolução – de dois mil pessoas na primeira edição em 1997 até o recorde de 3,5 milhões de pessoas em 2007 – transformou a parada gay de São Paulo no evento que atrai mais turistas à cidade, em valores gastos perde somente para o Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1 no autódromo de Interlagos. Este quadro torna o evento relevante para este trabalho, pois mesmo com o objetivo de fortalecer a cidadania da comunidade gay, tornou-se uma festa – propositalmente ou não – atraindo turistas e gerando muita receita como é amplamente divulgado pela imprensa.

Dados do jornal Folha de São Paulo, a 12° Parada Gay (2008) atraiu 300 mil turistas a cidade, sendo 95% brasileiros, só perdendo para a Virada Cultural (400 mil). Estes turistas ficam em média quatro dias na cidade e para o ano aferido gerou uma arrecadação de R$ 198 milhões, perdendo somente para os R$ 200 milhões da Fórmula 1. O mercado de luxo também é aquecido, como cita o portal Terra:

> Segundo informa o jornal *Folha de S.Paulo*, os jeans da grife Diesel (que custam em média R$ 1 mil) já se esgotaram em algumas numerações. O shopping Iguatemi, conhecido por ter lojas caras como Louis Vuitton, Tiffany e Emporio Armani, também lotou de turistas por causa da parada. O salão Studio W, localizado no shopping, tem a agenda cheia para cortes de cabelo com preço variando de R$ 130 a R$ 350.[25]

---

[25] http://exclusivo.terra.com.br/paradagay2007/interna/0,,OI1678583-EI9099,00.html acesso em 06/03/10

O potencial turístico da Parada Gay foi aferido pela SPTuris. Dados referentes a edição 2010, definiu seu frequentador como jovem (48,8% entre 18 a 24 anos), com o ensino médio como grau de instrução (43,7%) e com renda de um a três salários mínimos (27,5%). 12,6% do público são turistas, com seguinte divisão sobre esse percentual: 98,5% nacionais e 1,5% estrangeiro. 72,1% têm a parada como o principal motivo para a visita e a frequência de visita a São Paulo é mensal. Entre os visitantes domésticos, a maior parte vem do interior de São Paulo e dos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e do Distrito Federal. A maior parte dos estrangeiros é dos Estados Unidos, Uruguai, Inglaterra e França. A permanência dos turistas nacionais na cidade é de 4,3 dias e neste período gastam em média R$ 839,00, para os estrangeiros estes números são 5,1 dias e R$ 2877,00, respectivamente. Os gastos foram divididos em compras, hospedagem, alimentação, lazer e táxi.

Entre os gastos, destacam-se os seguintes itens:

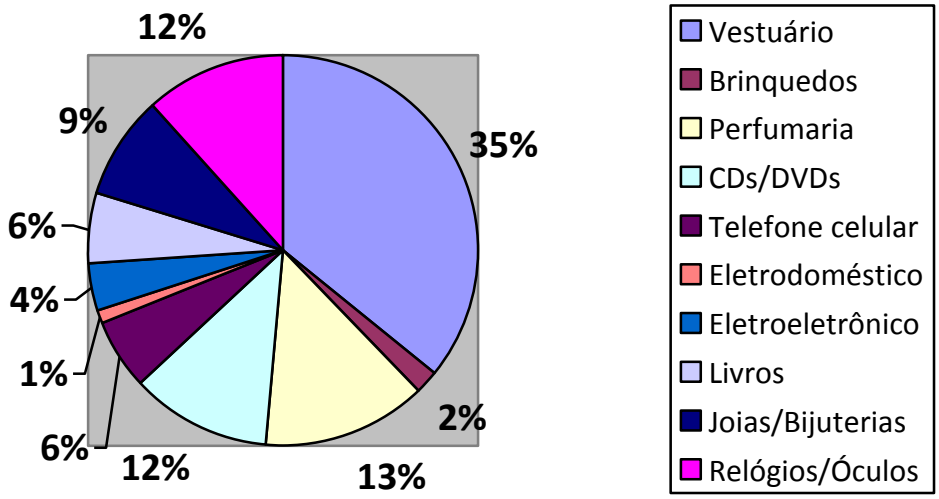


Gráfico 2: Parada do Orgulho Gay 2010 - Itens gastos pelos turistas[26]

A grande repercussão que este evento traz a cidade, infelizmente, é priorizada no âmbito econômico e não na questão cívica que a causa exige. Culturalmente, pode-se atribuir a este evento os anseios da população gay, independe de sua

[26] Fonte: SPTuris, 2010, gráfico organizado por Paulo R A Moraes

nacionalidade e classe social, a busca pela cidadania e respeito, que cria conflitos com demais grupos de pessoas alheias a suas reivindicações.

5.4 Leis de incentivos culturais

Uma característica importante a respeito da realização de eventos culturais no Brasil, principalmente a partir da década de 1990 é a intensificação do uso de incentivos financeiros para promoção destes eventos. Estes incentivos, denominados de incentivos cultuais, podem ser de origem pública (federal, estadual ou municipal) quanto privada (pessoas físicas e jurídicas).

A doação de recursos financeiros para promoção de eventos culturais no país é incentivada por leis. Como citado, na década de 1990, o governo federal, promulgou leis de incentivos culturais, em que empresas e pessoas físicas poderiam doar valores em dinheiro para promotores de eventos para realização dos mesmos, podendo abater esta quantia em seus impostos de renda.

As leis de incentivos culturais mais conhecidas são as leis do audiovisual e a lei Rouanet, esta a mais utilizada por patrocinadores culturais. A lei do audiovisual, na definição do Ministério da Cultura, *é a lei de investimento na produção de obras cinematográficas / audiovisuais e infra-estrutura de produção e exibição*[27].

A Lei Rouanet

A lei Rouanet, promulgada em dezembro de 1991, instituiu o Programa de Apoio à Cultura (Pronac), com o intuito de captar e canalizar recursos para facilitar acesso à cultura e promover a regionalização da produção cultural no país, visando:

- proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira e responsáveis pelo pluralismo da cultura nacional;

- salvaguardar a sobrevivência e o florescimento dos modos de criar, fazer e viver da sociedade brasileira;

- preservar os bens materiais e imateriais do patrimônio cultural e histórico brasileiro;

---

[27] www.cultura.gov.br acesso em 05/02/2010

- desenvolver a consciência internacional e o respeito aos valores culturais de outros povos ou nações;

- estimular a produção e difusão de bens culturais de valor universal, formadores e informadores de conhecimento, cultura e memória;

- priorizar o produto cultural originário no País.

Pelo texto da lei, entre os objetivos está a necessidade de democratizar o acesso aos eventos, gratuito ou mediante a pagamento de ingressos, ou seja, não se destina a eventos privados que estabeleçam limitação de acesso. Há também o incentivo para:

1. concessão de bolsas para estudos, pesquisa ou trabalho no país ou exterior para autores, artistas e técnicos;
2. concessão de prêmios aos autores, artistas e técnicos;
3. instalação e manutenção de cursos de caráter cultural para aprimoramento e formação de pessoal no ramo cultural, sem fins lucrativos;
4. fomento a produção cultural e artística: produção de discos, filmes, vídeos, documentários, preservação de acervo;
5. realização de exposições e festivais de artes diversas;
6. preservação e difusão do patrimônio artístico cultural e histórico: manutenção, ampliação e equipamentos de museus, bibliotecas, acervos;
7. restauração de obras de arte e equipamentos de valor cultural;
8. proteção do folclore e tradições culturais;
9. levantamentos, estudos e pesquisas na área da cultura e da arte e de seus vários segmentos.

O Fundo Nacional de Cultura (FNC) tem o objetivo de captar e destinar recursos para projetos culturais compatíveis com as finalidades do Programa de Apoio à Cultura (Pronac). Destaca-se entre as atribuições o estímulo e a distribuição regional e equitativa dos recursos a serem aplicados na execução de projetos culturais e artísticos. Volta-se também, como já citado, o interesse de projetos voltados à coletividade.

5.5 Incentivo a projetos culturais

O Governo Federal faculta a pessoas física e jurídica a opção de aplicar parcelas de Imposto sobre a Renda, a título de doações e/ou patrocínios a promotores de projetos culturais. Estas doações e/ou patrocínios destinam-se exclusivamente a:

a) artes cênicas;

b) livros de valor artístico, literário ou humanitário;

c) música erudita ou instrumental;

d) exposições de artes visuais;

e) doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoa e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos;

f) produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual;

g) preservação do patrimônio cultural material e imaterial;

h) construção e manutenção de salas de cinema e teatro, que poderão funcionar também como centros culturais comunitários, em Municípios com menos de 100000 (cem mil) habitantes.

Os projetos apresentados que pretendem captar incentivos devem ter como objetivo desenvolver as formas de expressão, os modos de criar e fazer, os processos de preservação e proteção do patrimônio cultural brasileiro, interpretação da realidade cultural, meios que propiciem a sociedade conhecer bens de valores artísticos e culturais, abrangendo os seguintes segmentos:

- teatro, dança, circo, ópera, mímicas e congêneres;

- produção cinematográfica, videográfica, fotográfica, discográfica e congêneres;

- literatura, inclusive obras de referência;

- música;

- artes plásticas, artes gráficas, gravuras, cartazes, filatelia e outras congêneres;

- folclore e artesanato;

- patrimônio cultural, inclusive histórico, arquitetônico, arqueológico, bibliotecas, museus, arquivos e demais acervos;

- humanidades; e

- rádio e televisão, educativas e culturais, de caráter não comercial.

5.6 Os maiores patrocinadores de eventos culturais no País.

A realização de muitos eventos culturais no país ocorre, devido a captação de verba destinadas por empresas para sua realização. Como já citado, há leis de incentivos em que empresas, privadas ou públicas, assim como pessoas físicas, podem disponibilizar quantias em dinheiros para a realização destes. Posteriormente, estes financiadores podem deduzir até 100% do valor em seus impostos de rendas.

Em um recente levantamento, realizado pela revista eletrônica Marketing Cultural[28], foram catalogadas as cem empresas que mais patrocinam eventos culturais no país, com dados obtidos do Ministério da Cultura. Essa mensuração reflete o cenário do ano de 2008 e sobre este, observamos que estas empresas investiram um montante de R$ 600.641.277,00, com uma média de R$ 60.064.112,77 por empresa. As médias matemáticas nem sempre representam a realidade, pois a maior patrocinadora daquele ano, a Petrobrás, investiu R$ 151.338,182,00 (não contando com a Petrobrás Distribuidora que ocupou a 18˚ posição com R$ 7.104.652,00) e o centésimo investidor foi a Sky, operadora de televisão por assinatura via satélite, que investiu R$ 1.553.014,00 em eventos culturais.

Deste montante investido em cultura no país em 2008 notamos que o estado de São Paulo recebeu R$ 29.420.046,00, o equivalente a 4,9% do total. Este

[28] www.marketingcultural.com.br

número corrobora com o artigo 4˚ da Lei Rouanet referente ao Fundo Nacional de Cultura, sobre as finalidades do Programa Nacional de Apoio a Cultura (Pronac) que visa *estimular a distribuição regional equitativa dos recursos a serem aplicados na execução de projetos culturais e artísticos*.

Contabilizando todos os eventos culturais patrocinados por estas empresas, constatamos cento e quinze projetos diferentes no estado de São Paulo. Pelo montante investido, calcula-se o valor médio de R$ 255.826,49 para cada projeto.

Ainda sobre este estudo os controladores destas empresas estão divididos em públicos e privados, sendo que 81% são empresas privadas (nacional, internacional e/ou misto) e 19% são empresas do setor público (estadual e federal).

A supremacia das empresas privadas é notada no setor financeiro e fabril (siderúrgicas e setor automotivo), mas o setor terciário de serviços predomina no ramo de atividades dos maiores investidores culturais.

Referente as áreas de interesses dos investidores os eventos relacionados a música são os que recebem mais atenção para patrocínio seguido por artes cênicas e artes plásticas.

Gráfico 3: Perfil das cem empresas que mais investem em eventos culturais 2008. Ramo de atividade.[29]

[29] Fonte:www.perfil.marketingcultural.com.br/?c=investidores acesso em 12 e 13/01/2010 (dados organizados por Paulo R A Moraes)

Gráfico 4: Perfil das empresas que mais investem em cultura. Área de interesse[30]

[30] Fonte:www.perfil.marketingcultural.com.br/?c=investidores acesso em 12 e 13/01/2010 (dados organizados por Paulo R A Moraes)

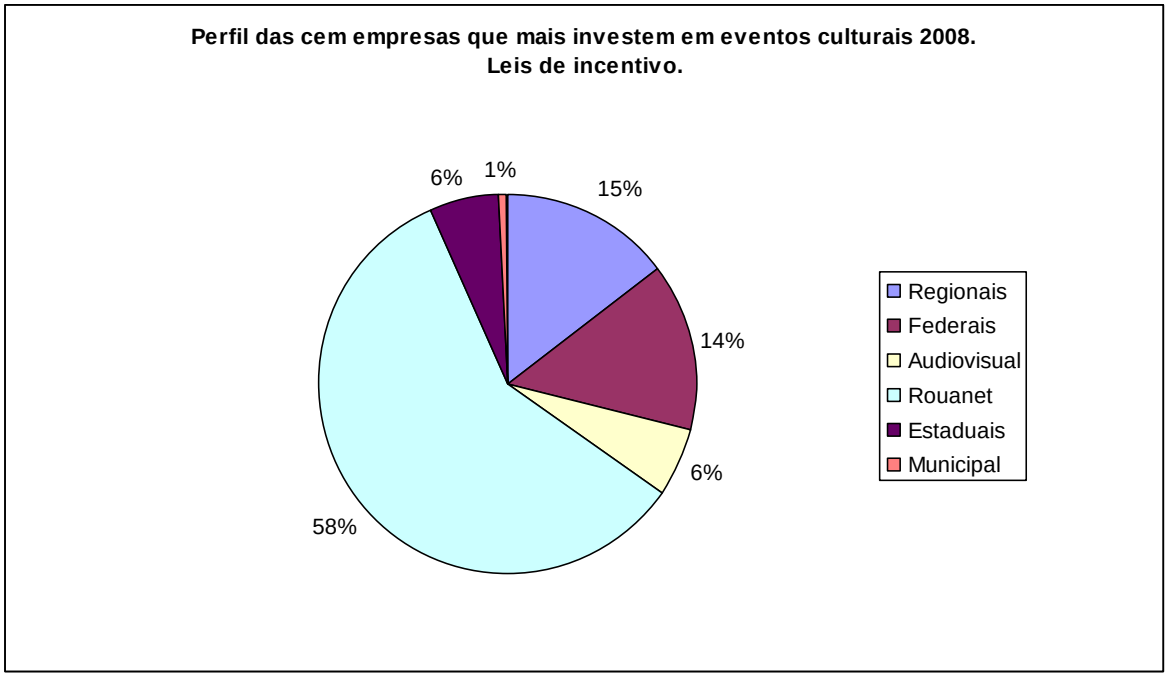
Pode-se deduzir que o maior interesse em eventos relacionados a música, artes cênicas e plásticas, cinema e teatro seja estratégico por divulgar o nome dos patrocinadores em eventos que atraem grande número de pessoas. Normalmente, o logotipo dos patrocinadores são impressos em ingressos, banners pelos estabelecimentos ou em vídeo antes de filmes ou inseridos em cenas.

Os patrocínios culturais por empresas é uma maneira de marketing que as mesmas encontram para associar seu nome ou linha de produtos para determinados nichos de mercado ou faixa da população – potenciais consumidores. Na década de 1980 e 1990, as marcas de cigarros eram patrocinadores de grandes eventos culturais, principalmente musicais, como o *Hollywood Rock, Free Jazz* e *Carlton Dance*. A lei federal número 10.167 de 27 de dezembro de 2000, proibiu o patrocínio de eventos esportivos nacionais e culturais em todo o país por empresas de cigarros e demais derivados do tabaco.

Esta lacuna começa a ser preenchida ainda na década de 1990 e 2000 por empresas de bebidas – principalmente cervejas – e operadoras de telefonia celular. Exemplos podem ser dados como o *Skol Rock, Skol Beats, Skol Sensation, Tim Festival* e *Claro que é Rock*.

O empenho destas empresas em vincular sua marca a eventos culturais recebe importante incentivo governamental, como já citado. No levantamento dos cem maiores investidores, o uso da lei Rouanet é a preferida por 58% destes.

Gráfico 5:



Fonte: Fonte:www.perfil.marketingcultural.com.br/?c=investidores acesso em 12 e 13/01/2010 (dados organizados por Paulo R A Moraes)

Como já explanado no início deste capítulo, a lei Rouanet permite que os investidores possam deduzir até 100% do valor investido em seu imposto de renda. Na verdade, pode-se dizer que o próprio governo, indiretamente, patrocina todos estes eventos, pois se abstém de receber essa quantia que viria na forma de impostos. Estas empresas teriam que despender desses valores de qualquer maneira, pois há tributos a serem pagos.

Tal atitude, além de beneficiar o setor cultural, beneficia a própria imagem das empresas. Podemos comparar, uma suposta consequência, o fato de no mesmo ano – 2008 – seis empresas no ranking das dez empresas mais admiradas do Brasil (tabela 2), realizado pela revista Carta Capital, também estão entre as maiores investidoras em cultura:

Tabela 2: **As dez empresas mais admiradas em 2008**		
1˚	Vale	2˚ maior investidor em cultura.
2˚	Natura	62˚ maior investidor em cultura.
3˚	Petrobrás	1˚ maior investidor em cultura.
4˚	Gerdau	12˚ maior investidor em cultura.
5˚	Nestlé	
6˚	Google	
7˚	Embraer	
8˚	Apple	
9˚	Banco Real	54˚ maior investidor em cultura.
10˚	Votorantim	42˚ maior investidor em cultura.

Fonte: www.cartacapital.com.br/app/materia.jsp%3Fa%3D2%26a2%3D6%26i%3D2473+carta+capital+empresas+mais+admiradas+2008&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br acesso em 09/02/2010 (dados trabalhados por Paulo R A Moraes)

É de se supor que um dos critérios da classificar uma empresa como muito admirada é seu envolvimento na área social e cultural. No ano de 2010, a lei Rouanet deverá sofrer alterações como a adoção de faixas de deduções de impostos. O novo texto da lei sugere acabar com a possibilidade de abatimento de 100% do valor investido e a criação de faixas de deduções de 20%, 40% e no máximo 80%.

Caso ocorra esta modificação na lei, poderemos ver se a quantidade de investimento em cultura aumentará ou não e se as mesmas empresas manterão suas posições no ranking. Ou seja, a lei Rouanet serve para democratizar o acesso da população a cultura e pode ser também, um meio para as empresas patrocinadoras se autopromoverem.

6 A ESPACIALIZAÇÃO DOS EVENTOS CULTURAIS NA CIDADE DE SÃO PAULO

Um dos principais objetivos deste trabalho é a catalogação dos eventos culturais e posteriormente a elaboração de sua cartografia. Como já relatado no capítulo dois, essa catalogação foi realizada tendo os suplementos semanais do Jornal O Estado de São Paulo – Guia do Estado, conhecido como Guia do Estadão – como fonte de pesquisa. No período de 2007 e 2008 todos os eventos divulgados – filmes, peças, exposições e shows – foram tabulados e geraram um banco de dados volumoso, totalizando mais de dez mil linhas (eventos).

Com este banco de dados foi possível elaborar mapas em que se observa a disposição espacial destes eventos, podendo analisá-los isoladamente – por tipo de evento – e também por sua ocorrência.

Observa-se de imediato a concentração de alguns eventos em determinadas regiões da cidade, outros mais dispersos, mas visualmente é nítida a ocorrência deles nas zonas centrais e sudoeste do município.

Esta concentração pode representar uma apropriação do território formando uma territorialidade na cidade. [...] “o domínio do espaço reflete o modo como indivíduos ou grupos poderosos dominam a organização e a produção do espaço mediante recursos legais ou extralegais, a fim de exercerem um maior grau de controle [...]” (Harvey, 1992, p.202). Já a territorialidade “aparece como a interação entre dois sistemas, um espacial e o outro informacional, na perspectiva de assegurar a autonomia de uma coletividade através do tempo” (HAESBAERT, 2000, p.173).

Neste caso, o domínio e a organização do espaço citado por Harvey, refere-se a localização destes eventos que não é aleatório, há uma razão de ser, mercadológica, de uso e resiginificação dos lugares. Os cinemas de shoppings-centers são grandes exemplos disto, pois este equipamento de lazer cultural é um chamariz de público aos centros de compras. É improvável, atualmente, um shopping-center ser construído, na cidade, sem haver salas de cinema.

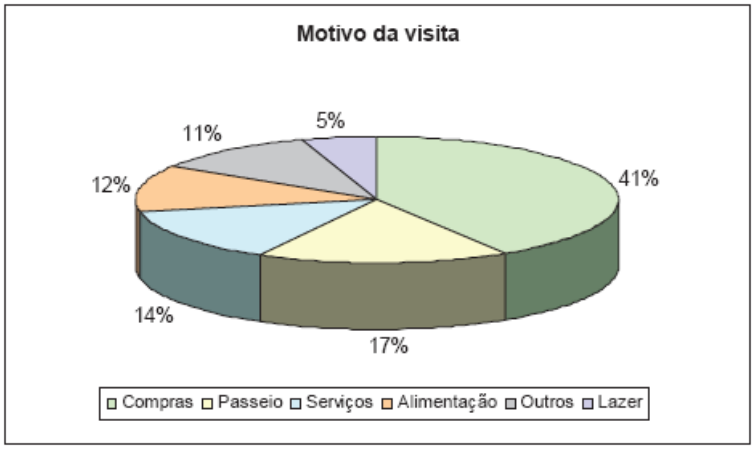
Estas salas nos shoppings, como citado anteriormente, fazem parte de redes de empresas exibidoras – Cinemark, Kinoplex, PlayArte, Box Cinema, entre outras – sua instalação depende de estudos de viabilidade e demanda. Ao observar o mapa "Distribuição dos locais que apresentaram seções cinematográficas no município de São Paulo em 2007 e 2008" (mapa 2), como já dito no capitulo sobre tipologias, estes são os equipamentos que geograficamente, estão mais espalhados pela cidade.

Ir ao cinema faz parte dos hábitos dos frequentadores de shopping-center. O que nasceu como um centro de compras, hoje é também uma extensão da rotina dos paulistanos. Almoçar, encontrar amigos ou simplesmente passear, são atividades corriqueiramente realizadas dentro de shopping-centers. Várias são as razões para esta mudança de atitude das pessoas, desde a comodidade, até o medo das vias públicas, criando os espaços segregados (Caldeira, 2000).

Independente dos motivos, os shopping-centers já fazem parte da paisagem paulistana há mais de quatro décadas e os cinemas são parte integrante deste fenômeno.

Pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (Alshop), sob o título "Indústria de Shoppings no Brasil", mostra que entre os motivos de visitas das pessoas aos shoppings (gráfico 6), 5% vão a procura de lazer, porém, outros 17% alegam que vão passear, o que pode ser considerado uma forma de lazer.

Gráfico 6:



Fonte: http://www.alshop.com.br/alshop_dados.asp acesso em 13/06/2010

(Dados trabalhados por Paulo R. A. Moraes)

Mapa 2: Distribuição dos locais que apresentam seções cinematográficas no município de São Paulo em 2007 e 2008

A concentração de serviços dentro de um centro de compras permite o maior trânsito de pessoas e evita que elas se desloquem por demais localidades da cidade. A estrutura dos cinemas de shoppings é padronizada pelas redes de exibição. Estes cinemas, do tipo multiplex – salas com 150 a 400 lugares em média – são localizados no mesmo pavimento que as praças de alimentação dos shoppings.

Este dimensionamento permite que as pessoas assistam ao seu filme preferido e após, façam um lanche e encontre amigos, muitas vezes com seu carro em segurança no estacionamento ou então, com fácil acesso ao transporte público. Desse modo cria-se uma territorialidade dos frequentadores de cinemas de shoppings que pouco influência nos demais equipamentos da cidade, tudo que necessitam está contido neste estabelecimento.

Observando o mapa nota-se que independente da região da cidade, a localização dos shoppings com cinemas estão muito próximos de estações de trens, metrôs e vias de fácil acesso por automóvel particular ou ônibus. Há shoppings que estão anexos a estações de metrô, tendo o transporte público, inclusive como parte de seu nome: Shopping Metrô Tatuapé, Shopping Metrô Itaquera (ambos na zona leste) e o Shopping Metrô Santa Cruz (zona sul). O shopping Itaquera tem seu *multiplex* gerenciado pela rede Box Cinema e os demais pertencem a rede norte-americana Cinemark.

Foto 4: Shopping Metro Itaquera, anexo a estação do metro Itaquera, última estação da linha leste-oeste do metro.

Fonte: http://www.ancar.com.br/livesuite/shared_files/it/it6.jpg acesso em 14/06/2010.

Foto 5: Entrada do multiplex Box cinemas do Shopping Metrô Itaquera.

Fonte: http://img.estadao.com.br/fotos/44/D1/1A/44D11A4C8D4142408582A16FE21C1F9F.jpg acesso em 14/06/2010

Foto 6: Avenida Radial Leste e estações do metro e CPTM do Bairro do Tatuapé, zona leste de São Paulo. Observam-se anexo as estações os shoppings Metrô Tatuapé e Boulevard Tatuapé.

Fonte: http://www.encontratatuape.com.br/imgs/imagens-tatuape/shopping_tatuape.jpg acesso em 14/06/2010

Foto 7: Shopping Metro Santa Cruz.

Fonte: http://www.cbca-iabr.org.br/nsite/site/img/obras/arquit02.1.gif acesso em 14/06/2010.

Foto 8: Entrada do multiplex Cinemark Shopping Metro Santa Cruz.
Fonte: http://veja.abril.com.br/vejasp/151204/imagens/consumo3.jpg acesso em 14/06/2010

Ratificando a ideia de democratização ao acesso aos cinemas que os shoppings-centers trouxeram aos usuários, pesquisa realizada pela Revista Veja São Paulo, de 15/12/2004[31], sobre os campeões do varejo, indica que entre os cinemas da rede Cinemark, o Metro Santa Cruz possui público bem acima da média e um dos fatores que explicam este fato é por sua acessibilidade:

> [...] A rede possui 102 salas em São Paulo, distribuídas por onze complexos. Destes, o mais procurado é o do Shopping Metrô Santa Cruz, na Vila Mariana. Com 2687 lugares, recebe 20000 espectadores por semana. É um número e tanto. O vice-campeão, que fica no Shopping D, atrai metade dessa quantidade de gente. Durante as férias escolares, o movimento cresce ainda mais. Em julho, 214000 pessoas foram às onze salas do Santa Cruz (cerca de 53500 por semana, ou 2,6 vezes mais do que a média). Para Adriana Cacace, diretora de marketing da rede, o motivo de tanto entra-e-sai é a proximidade da estação do metrô.

Os cinemas de ruas na cidade são poucos em relação aos multiplex dos shopping-center. Estes cinemas se diferenciam por sua programação não ser tão homogênea como as do primeiro grupo. São cinemas, em sua maioria dedicados a filmes fora do chamado circuito comercial, especializando-se mais em filmes de artes.

---

31 http://veja.abril.com.br/vejasp/151204/comercio.html acesso 14/06/2010

O que se denomina cinema de arte seria uma programação diferenciada dos filmes dito de massa. Brito (1985: 198) distingue este tipo de cinema do chamado "*cinema clássico*", que seria "*cinema convencional, que Hollywood produziu*". Ainda o autor contrapõe o cinema clássico com o "cinema de arte europeu". Para ele, este cinema exigiria um esforço maior do espectador de interpretação da linguagem, muitas vezes abstrata e tirando-o da zona de conforto de mero passivo dos conteúdos dos filmes hollywoodianos, de roteiros superficiais.

Não necessariamente estes filmes sejam exclusivamente europeus. São filmes com linguagem, estética e ritmos diferentes das produções de Hollywood, que são basicamente entretenimentos de conteúdos pouco complexos e em meses após seu lançamento já são exibidos na TV para o público em geral. Os filmes do circuito de artes são também asiáticos e latinos.

Este tipo de filme encontrou uma territorialidade bem visível na Avenida Paulista e entorno. Neste perímetro, há o Espaço Unibanco, HSBC Belas-Artes, Cine BomBril, Cine SESC, Gemini, Arteplex Frei Caneca, Bristol e o Reserva Cultural[32]. Nota-se que alguns destes estabelecimentos possuem patrocínios de empresas que não são ligadas a área cultural: Unibanco e HSBC (instituições financeiras) e BomBril (produtos de limpeza doméstica).

O interesse de empresas patrocinarem salas de cinema é uma estratégia de marketing para vincular sua marca a ações culturais, que agregam valor as mesmas perante o espectador dos cinemas, potenciais clientes de seus produtos. Segundo Kotler (1998), marketing é o conjunto de atividades humanas que tem por objetivo facilitar e consumar relações de trocas, havendo quem oferece e quem tem a necessidade do que é oferecido. Já Cobra (1984) complementa que as ações de marketing também são usadas para fins culturais, denominado marketing cultural, transformando os produtos ou estabelecimentos patrocinados em mais um modo de divulgação dos produtos das empresas patrocinadoras.

Outro aspecto importante, perante as empresas patrocinadoras, é a consolidação de suas marcas agregando status a elas por suposta preocupação em disseminação de produtos culturais. De acordo com Aaker (2000), a marca é o nome

---

[32] Extrapolando a territorialidade da Avenida Paulista, outros cinemas especializados nestes filmes são: Cinemateca Brasileira, Cine UOL Lumiere e o Cine Morumbi TAM.

e a imagem – logotipo – de produtos, que pode transmitir conjunto de benefícios e serviços podendo conduzir a seis níveis: atributo: característica principal de um produto ou serviço, próprio dele; valor: desejos relativamente permanentes que parecem ser bons por si só; benefícios: os atributos podem ser transformados em benéficos emocionais ou funcionais; personalidade: a marca pode assumir personalidade de uma pessoa ou porta-voz bem conhecido; cultura: a marca pode representar determinada cultura, e usuário: a marca sugere o tipo de consumidor que compra o produto.

Em relação aos equipamentos culturais – salas de cinemas – o patrocínio cultural é importante, pois: possibilita que filmes com menos recursos de divulgação e exibição tenham locais para serem exibidos; permite que as salas tenham infra-estrutura moderna com sistema de som e acústica padronizada; favorece a uma assimilação da marca patrocinadora com preocupação a ações culturais pelos espectadores.

A imagem abaixo (figura 3) mostra a localização dos cinemas com programação diferenciada no entorno da Avenida Paulista.

Figura 3: Cinemas no entorno da Avenida Paulista

Estes estabelecimentos formam uma rede de cinemas, somando 6704 poltronas[33], e programação diferenciada em sua maioria. Há neste conjunto de estabelecimentos, *multiplex* que devido a sua localização próxima aos demais cinemas mesclam filmes comerciais e alternativos, como o PlayArte Bristol, dentro do Center 3 na Avenida Paulista e o Arteplex Frei Caneca no shopping Frei Caneca. Este último, arbitrariamente se denominou arteplex, mesclando multiplex com arte, para demonstrar que os filmes exibidos são do circuito comercial e alternativo.

Os cinemas da região da Paulista são responsáveis por boa parte do movimento de pessoas após o expediente comercial e final de semana, mantendo a avenida viva todos os dias. A região é servida por muitos escritórios de empresas prestadoras de serviço e sedes de bancos, fazendo com que milhares de pessoas passem pela avenida. Esta demanda exige uma gama de serviços como lojas e restaurantes, que mantém fluxo de clientes aos finais de semana devido aos atrativos culturais da região.

Evento importante que ocorre anualmente, na cidade, no mês de outubro, é a Mostra Internacional de Cinema de São Paulo. Tal mostra exibe em média quatrocentos filmes de vários países durante quinze dias. Pela programação diferenciada, muitos filmes chamam a atenção de pessoas apreciadoras desta arte, sendo motivo de visita a cidade, tornando-se um atrativo turístico. Esta quantidade de filmes é distribuída por várias salas de exibição, concentrando-se principalmente nos cinemas da região da Avenida Paulista.

Além dos cinemas, há no entorno centros culturais e teatros, movimentando a região além do horário comercial. Os frequentadores desta programação cultural também frequentam os demais equipamentos de uso comum: bares, restaurantes, livrarias, lojas de CDs, criando uma identificação com determinados locais. É muito comum o público do Espaço Unibanco, enquanto seu filme não começa, olhar as novidades e comprar CDs e DVDs na loja Neto Discos em frente, na rua Augusta. A livraria Cultura, no Conjunto Nacional, normalmente, é extensão do público dos eventos culturais na região, antes ou depois do compromisso, assim como a FNAC em frente ao Reserva Cultural e Teatro Gazeta. Estas duas livrarias inclusive,

---

[33] Dados do Guia do Estadão.

realizam vários eventos como lançamentos de livros, com noites de autógrafos com os autores e *pocket-shows* com cantores em época de lançamento de CDs.

Estes nós – cinemas, teatros, exposições – formam uma rede de serviços nesta região, criando uma territorialidade e identidade marcante para a cidade de São Paulo. A fala de Castells (2000) atesta esta situação.

> [...] Outros fatores também parecem contribuir para fortalecer a concentração de atividades de alto nível em alguns nós: uma vez realizados, grandes investimentos empresariais em imóveis valiosos explicam a relutância em mudar-se, porque tal iniciativa desvalorizaria seus ativos fixos; também, contatos pessoais para decisões cruciais continuam sendo necessários [...] os principais centros metropolitanos continuam a oferecer as maiores oportunidades de aperfeiçoamento pessoal, *status* social e auto-satisfação aos imprescindíveis profissionais liberais de nível superior – de boas escolas para seus filhos a uma adesão simbólica ao grande consumo, inclusive de arte e entretenimento. (CASTELLS, 2000, p. 411)

A disposição espacial das apresentações teatrais na cidade de São Paulo – conforme o mapa – é muito concentrada na região central. Esta concentração se justifica pela história do teatro paulistano, já detalhado no capítulo três. Tal disposição espacial nesta região específica reflete o mesmo tipo de apropriação do espaço por seus usuários, como dos frequentadores dos cinemas da região da Paulista, que é próxima a muitos dos teatros como mostra a figura abaixo (figura 4).

Nestes dois exemplos de territorialidades, pode-se deduzir que elas existem por serem próximas geograficamente, sendo que em alguns casos, há congruências como a Avenida Paulista propriamente dita e trecho da Rua Augusta. O processo de ocupação histórica dos teatros, em especial na Avenida Brigadeiro Luís Antônio. Por último, a aceitação do público e se deslocarem a estes logradouros, visto que, os cinemas com programação diferenciada – ou arte como está sendo usado neste trabalho – se instalaram aí porque já existia um público intelectualizado, apreciador destes filmes que comumente frequentava a região.

Figura 4: Teatros no entorno do Bixiga e Paulista

Ainda o mapa “Distribuição dos locais que apresentaram peças teatrais no município de São Paulo em 2007 e 2008” (mapa 3), nota-se que após a região central e paulista – duas primeiras centralidades de São Paulo, segundo Frúgoli (2000) – o vetor sudoeste – a terceira centralidade paulistana – se destaca.

Nesta região, as apresentações teatrais ocorrem em espaços próprios para isso – ou seja, teatros – e também em locais de uso misto, como casas de shows, bares e restaurantes. O tipo de apresentação define o local a ser realizado. Muito comum nos Estados Unidos no final da década de 1980, as comédias *stand-up*[34] estão muito difundidas no circuito paulistano. Este tipo de apresentação, por requerer poucos equipamentos e sem cenários, é frequente em bares e teatros de pequena capacidade. Os bairros de Pinheiros, Itaim-Bibi e Moema, com alta concentração de pessoas das classes A e B possuem considerável número destes estabelecimentos.

Há de se notar no mapa a escassez de apresentações de peças teatrais nas zonas leste, norte e extremo sul da cidade. Vale ressaltar que o abandono só não é completo pela intervenção pública ou ações democratizadoras do SESC. Observa-se em Perus – extremo norte – um único apontamento, refere-se a uma unidade do CEU, que possui teatro em suas instalações. Essa limitação de acesso favorece o desconhecimento de parte da população a este tipo de evento cultural, sendo difícil classificar se o mesmo agrada ou não o público daquela localidade, como Botelho (2000) exemplifica.

> As pesquisas internacionais existentes apontam para o fato de que as maiores barreiras à aquisição de hábitos culturais são de ordem simbólica. A primeira lição que se extrai desta evidência é a lei do sistema de gostos: não se pode gostar daquilo que não se conhece; logo, o gostar e o não gostar só podem existir dentro de um universo de competência cultural, significando uma soma da competência institucionalizada pela hierarquia social, pela formação escolar e pelos meios de informação. Neste sentido, todos os estudos internacionais sobre práticas e consumos culturais mostram que é necessário observar a correlação entre a acessibilidade a

[34] *Stand-up* é uma expressão da língua inglesa que indica um espetáculo de humor executado por apenas um comediante que se apresenta em pé e sem o auxílio de qualquer jogo de cena ou efeito de som. A *stand-up comedy* privilegia o humorista munido apenas do microfone, sem personagem, fantasia ou acessórios. O humorista *stand-up* não conta piadas conhecidas do público (anedotas). Ele constrói seus textos a partir de experiências pessoais e observações do cotidiano. Informação do site http://circuitodehumor.com.br/blog/?page_id=3 acessado em 15/07/2010.

Mapa 3: Distribuição dos locais que apresentam peças teatrais no município de São Paulo em 2007 e 2008

> equipamentos e outros fatores, tais como recursos econômicos, escolaridade e a existência de hábitos culturais prévios aliados à educação. (BOTELHO, 2000, p. 13)

Oposto a situação acima, o vetor sudoeste, no entorno do bairro de Santo Amaro, as áreas de grandes galpões industriais próximos a Marginal do Rio Pinheiros, ficaram ociosos com o fechamento de muitas indústrias da região. Terrenos grandes, com valores reduzidos e com fácil acesso, foram propícios para a construção de empreendimentos para eventos culturais de maiores dimensões.

Dado este rol de vantagens, foi construído nestas áreas de antigos galpões, grandes empreendimentos para ocorrências de eventos culturais. O teatro Alfa, próximo a ponte Transamérica na Marginal Pinheiros possui acomodações para 1210 pessoas, o Credicard Hall, na mesma avenida, distante menos de dois quilômetros dedica-se a shows, que dependendo da disposição, comporta de 3000 a 7000 pessoas. Próximo aos dois estabelecimentos está também o HSBC Brasil casa de shows que comporta entre 1800 a 6000 pessoas, dependendo de sua configuração.

Estes três estabelecimentos são modulares, pois além de peças teatrais, o teatro Alfa apresenta shows musicais – clássicos e contemporâneos – além de espetáculos de danças. O mesmo ocorre com os outros dois estabelecimentos. Além de shows musicais – principalmente contemporâneos – há também peças musicais e comédias.

Observando o mapa “Distribuição dos locais que apresentaram shows musicais no município de São Paulo em 2007 e 2008” (mapa 4), é possível perceber o corredor formado pelos estabelecimentos acima citados e demais do entorno. Mas novamente, a grande concentração dos shows musicais está no vetor Sudoeste e Centro.

Os locais em que ocorreram shows estão todos distribuídos pelo mapa sem discriminar qual o porte deles e o gênero – clássico ou contemporâneo – até porque neste biênio 2007/2008, um mesmo local apresentou várias atrações musicais, alternando desde música popular brasileira, rock’n’roll e música erudita.

A catalogação dos shows musicais não diferenciou contemporâneo de erudito, justamente por esta alternância de shows que um mesmo local pode ter apresentado no período aferido. Pode-se dizer que basicamente a música erudita teve espaço no Centro (principalmente no Teatro Municipal e na Sala São Paulo) e na zona sul (Ibirapuera e Teatro Alfa), além de corais em igrejas e universidades.

Infelizmente o hábito de apreciar música erudita ainda é pouco presente perante a população. Botelho & Fiore (2004), divulgam dados referente aos hábitos culturais da população da RMSP [...] “Vai-se muito pouco a concertos de música erudita, o que era esperado e vai ao encontro das pesquisas em outros países: 88,8% nunca foram em suas vidas e daqueles que foram, 6,9% não o fizeram no ano anterior”. Neste caso refere-se a 2003.

Foto 9: Interior da Sala São Paulo, moderno sistema de acústica e acomodações confortáveis. Fonte: http://cafenameianoite.files.wordpress.com/2008/09/sala_sao_paulo2.jpg acesso em 2/06/2010

Foto 10: Sala São Paulo próxima a “crackolândia”, inibindo a apropriação do espaço pelos apreciadores de música clássica, devido ao entorno pouco seguro. Fonte: http://www.omelhordobairro.com.br/luz/userfiles/image/julioprestes_luz.jpg acesso em 2/06/2010

Os shows musicais, em sua maioria, ocorrem em ambientes de dimensões reduzidas: bares, boates e casas de shows com capacidade inferior a mil pessoas. Bairros com grande concentração de bares com música ao vivo, como Itaim-Bibi, Pinheiros, Vila Madalena, Vila Olímpia e Moema, apresentam destaque no mapa referido. Estes bairros são conhecidos pela intensa vida noturna, atraindo pessoas do próprio bairro e de outras localidades da cidade e da RMSP.

O Centro apresenta considerável concentração destes estabelecimentos, assim como logradouros específicos na zona norte, como as avenidas Engenheiro Caetano

Álvares e Luís Dumont Vilares. Matéria da Revista Veja São Paulo de 30 de abril de 2008 noticiava este novo fenômeno urbano.

> O boom de inaugurações deu-se, sobretudo, nos últimos doze meses. Desde então, oito endereços somaram-se aos cinco já existentes. Com tamanha densidade de bares, a Engenheiro Caetano Álvares passou a rivalizar em agitação com a Luís Dumont Villares, o principal pólo noturno da Zona Norte. E também começou a atrair a atenção dos empresários do setor. Prova disso é que dois disputados barzinhos da Dumont Villares ganham filhotes na Engenheiro – o Mandacá foi aberto pelos mesmos sócios do Adega Original, enquanto o Engenho da Villa é cria dos donos do Aldeia da Villa. "Atendemos até 900 pessoas num fim de semana", calcula Vlaldeir Ferrite, um dos proprietários do Engenho da Villa, que promove shows de pagode e pop rock de quarta a domingo. (Revista Veja São Paulo, edição 2058, 2008)

A mudança das funções destas avenidas da zona norte é reflexo da mobilidade econômica sobre o espaço que o capital exerce. No setor de entretenimento de bares e música ao vivo, pode-se dizer que está se criando uma nova centralidade, parafraseando Frúgoli (2000). Este novo pólo de entretenimento atrai a população local, assim como desperta o interesse dos demais frequentadores de bares da cidade. [...]"A avenida está ganhando fama e tem despertado a curiosidade de clientes de bairros distantes, como Pinheiros, Moema e Mooca" [...][35]

Os shows com maior capacidade de atrair público – incluindo turistas – e movimentar altos valores financeiros ocorrem em áreas dispersas da cidade, como exemplificado no capítulo três. É cada vez mais comum o Brasil, e especialmente a cidade de São Paulo, receber shows de cantores e bandas internacionais. Devido a estabilidade econômica ocorrida no país a partir da segunda metade da década de 1990, tornou-se mais fácil organizar turnês de astros internacionais. Em entrevista para a Revista Exame de onze de novembro de 2009, Luiz Oscar Niemayer, dono da Planmusic – organizadora de shows – atesta [...]"Organizar shows com um câmbio tão volátil em épocas de economia instável era uma atividade arriscada" [...]"Hoje, a conta é mais previsível. A estabilidade foi um divisor de águas para o setor."

---

[35] A avenida Engenheiro Caetano Álvares torna-se um pólo noturno da Zona Norte.

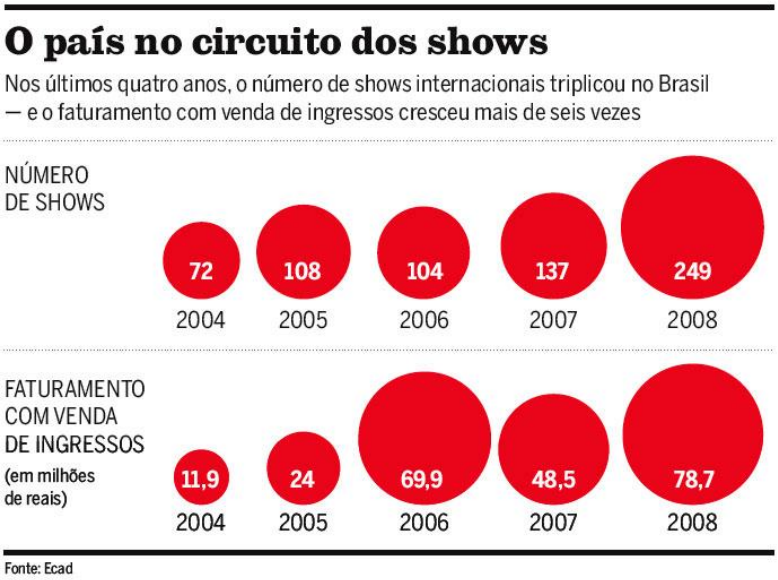
http://vejasp.abril.com.br/revista/edicao-2058/a-avenida-engenheiro-caetano-alvares-torna-se-um-polo-noturno-da-zona-norte/ acesso em 17/04/2009

Aliado a estes fatores, a mudança de hábito das pessoas propícia a realização destes eventos.

> Uma pesquisa internacional da consultoria Nielsen que mede o grau de confiança do consumidor, realizada com 25000 pessoas de 50 países entre março e abril de 2009, revelou que 50% dos brasileiros ouvidos pretendem usar os recursos excedentes após o pagamento de despesas essenciais em entretenimento fora de casa. É o maior índice entre todos os países pesquisados. Na média global, apenas 25% dos consumidores manifestaram o mesmo interesse.[36]

Com cenário econômico e potencial de consumo da população, a cidade de São Paulo representou o maior filão desse crescente mercado de shows. No período aferido, somando todos os tipos de shows na cidade ocorreram 3986 apresentações de artistas diferentes, de acordo com o Guia do Estadão (se contarmos números de shows, este número aumenta, pois um artista pode ter realizado dois ou mais shows na cidade).

Figura 5[37]: Evolução dos shows internacionais no país.



Nota-se que os números de eventos aumentam ano a ano e o faturamento referente a vendas de ingressos somam valores altíssimos que refletem em impostos e geração de empregos neste setor e correlatos.

---

36 http://portalexame.abril.com.br/revista/exame/edicoes/0945/negocios/brasil-entrou-mapa-476342.html acesso em 30/06/2009

37 idem

Estes tipos de shows, normalmente reúnem público acima de 3000 pessoas e os artistas – tanto nacionais quanto internacionais – apresentam espetáculo de nível profissional, com cenário, iluminação e som de padrão internacional e profissionais especializados para isso. As casas de shows são o endereço destes eventos. Em São Paulo, as principais casas comportam até 7000 espectadores, no caso do Credicard Hall, na Marginal Pinheiros, no bairro de Santo Amaro.

As casas de shows de São Paulo são poucas considerando o tamanho da cidade. Tomando a catalogação de dados como referência, a Via Funchal (Vila Olímpia) Credicard Hall, HSBC Brasil (ambas em Santo Amaro) e Citibank Hall (Moema) apresentaram respectivamente 79, 61, 57 e 41 atrações diferentes cada casa.

Estas casas estão em destaques, pois são palcos dos shows de maior apelo midiático e de público, tendo os ingressos mais caros. Em entrevista, o Sr. Roberto Vertas[38], gerente de turnês internacionais da empresa Time for Fun (T4F), informou que a empresa realizou no ano de 2008, 670 eventos na cidade – entre shows, peças, musicais e circo – e o valor médio dos ingressos de shows nacionais estava em R$ 75,00, já para os shows estrangeiros custavam em média R$ 110,00.

Foto 11: Banda inglesa Whitesnake. Show no Credicard Hall para 7000 pessoas.
Autor: Paulo R A Moraes (09/05/08)

Foto12: Banda mexicana Maná. Show no Credicard Hall para 7000 pessoas.
Autor: Paulo R A Moraes (05/06/08)

[38] Entrevista realizada por e-mail em 23 de junho de 2010. A T4F – Time For Fun é uma multinacional de Entretenimento brasileira com escritórios em São Paulo, Rio de Janeiro, Miami, Buenos Aires e Santiago e operando espetáculos em toda a América Latina. Foi fundada em 2007, a partir da mudança societária da empresa CIE Brasil. A empresa opera as casas Credicard Hall, Citibank Hall São Paulo, Citibank Hall Rio de Janeiro e o Teatro Abril. Outras empresas do grupo incluem a Ticketmaster/Tickets for Fun e a Vicar (Copa Nextel de Stock Car).

Foto 13: Cantora norte-americana Cyndi Lauper. Via Funchal 6000 pessoas.
Autor: Paulo R A Moraes (13/11/08)

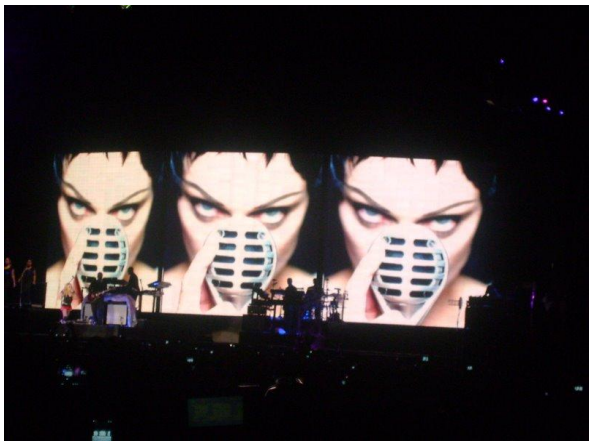


Foto 14: Cantora Madonna. Estádio do Morumbi 70000 pessoas.
Autor: Paulo R A Moraes (20/12/08)

Foto 15: Bruna Caram. Bourbon Street 450 pessoas.
Autor: Paulo R A Moraes (15/01/08)

Foto 16: Marisa Monte. HSBC Brasil. 3800 pessoas.
Autor: Paulo R A Moraes (18/08/08)

As principais casas de shows localizam-se em bairros diferentes da cidade. A mais antiga, o Citibank Hall, está no bairro de Moema e foi inaugurada em 1983, com o nome de Palace, por anos foi a única casa deste porte na cidade. Em 1998, a Via Funchal era inaugurada na Vila Olímpia, bairro que começava a se destacar pelo crescente número de prédios de escritórios e intensa vida noturna. Em 1999 o Credicard Hall e em 2003 o HSBC Brasil (inicialmente chamado Tom Brasil Nações Unidas), foram inaugurados próximos a Marginal Pinheiros, no bairro de Santo Amaro. Observando o mapa “Distribuição dos locais que apresentam shows musicais no município de São Paulo em 2007 e 2008”, são logradouros próximos dos adensamentos deste evento mapeado.

Shows de maior capacidade de público ocorrem onde há disponibilidade para sua realização, trata-se de eventos raros, principalmente os shows que atraiam público acima de 20000 pessoas. Este inclusive, é uma crítica do mercado, como atesta Sr. Roberto Verta (T4F)[39]:

> De uma forma geral, a cidade é bem servida de Teatros e locais para eventos de pequeno porte. A cidade sofre mesmo é com a falta de locais apropriados principalmente para os grandes eventos. Os estádios de futebol existentes nem sempre são adequados para determinados tipos de espetáculo e faltam também arenas cobertas de tamanho médio para 10 a 15 mil pessoas como há no Rio de Janeiro

Shows com públicos acima de 10000 pessoas ocorrem em endereços adaptados como o Espaço das Américas, próximo ao metrô Barra Funda, local em que ocorrem exposições e feiras de negócios. A Arena Skol Anhembi no sambódromo, o Ginásio poliesportivo do Ibirapuera, a unidades do SESC Itaquera e Interlagos e recentemente a Chácara do Jockey, na Vila Sônia são alternativas para eventos deste porte.

Estas adaptações transparecem determinado amadorismo por parte dos produtores, não levando em conta o conforto do público. Este fato gerou grande descontentamento de usuários como divulgado pelo Jornal Folha de São Paulo de vinte e nove de dezembro de dois mil e nove. [...] Uma das mais aguardadas apresentações acontecidas no ano, a visita do grupo americano The Killers ao país, em novembro, levou 12 mil pessoas à Chácara do Jockey, na região oeste da capital paulista. Devido à chuva, os fãs reclamaram do gramado enlameado, além dos estacionamentos distantes.

Outros dois locais citados – Espaço das Américas e Arena Anhembi – ainda precisam de adaptações para proporcionar conforto e comodidade ao público pagante.

> Com capacidade para receber até 8.000 pessoas, o Espaço das Américas possui diversas colunas que atrapalham a visão do público e sua acústica foi classificada como "horrorosa" pelo empresário Rodrigo Peixoto, 28, que assistiu ao show de Manu Chao, em fevereiro. [...] A Arena Anhembi não foi pensada para eventos

---

[39] Entrevista realizada por e-mail em 23 de junho de 2010.

> musicais. Não há estrutura para receber confortavelmente o público [...][40]

Os grandes shows com público acima de 30000 pessoas são realizados em estádios de futebol. Quanto a estes e os de médio porte – entre 10000 a 20000 pessoas – não é possível criar uma territorialidade. Os estabelecimentos que os acomodam são em princípio para outra atividade e pela raridade dos mesmos são adaptados, gerando inclusive dificuldades de acesso e deslocamento, como acima citado.

Entre os eventos culturais pesquisados, observa-se que as exposições são as que apresentam maior concentração espacial. Pelas fontes consultadas, praticamente inexiste este tipo de evento nas zonas norte, leste e extremo sul da cidade.

A região central apresentou no período 363 exposições em 56 locais diferentes, na zona sul houve 115 eventos espalhados por 30 estabelecimentos e a zona oeste apresentou o maior número de exposições e locais para sua realização: 531 e 107 respectivamente. No mesmo período, os números se invertem nas zonas leste, com apenas três exposições em três locais diferentes e quatro exposições em três endereços na zona norte.

O grande número de exposições na região central é favorecido por vários estabelecimentos públicos lá existentes, como museus, galerias, centros culturais. O parque do Ibirapuera, na zona sul, apresenta vários locais para exposições: OCA, Pavilhão da Bienal e a marquise e o Museu Afro, por exemplo. Na zona oeste, além de prédios públicos e instituições, há o predomínio de galerias e ateliês de artes, em que as obras em sua maioria são expostas, mas o objetivo principal é sua comercialização.

Visita a museus e exposições, ainda é uma atividade pouco difundida pela população, Botelho & Fiore (2004) constatam uma situação pouco animadora.

---

40 http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2912200908.htm acesso em 29/12/09

Mapa 4: Distribuição dos locais que apresentam shows musicais no município de São Paulo em 2007 e 2008

> [...] entre os entrevistados com nível alto de escolaridade, 14,4% nunca foram a um museu e 27,5% nunca foram a uma exposição de arte. Preocupante o fato de que 44,7% nunca foram a um museu e 64,7% a uma exposição são dados que expressam a pouca relevância ou falta de conhecimento de uma parcela significativa da população com relação a equipamentos ou manifestações que, no caso das grandes exposições de arte, por exemplo, tem grande repercussão na mídia. (BOTELHO & FIORE, 2004, p.12)

Grandes exposições, de fato, atraem numerosa quantidade de visitantes. O MASP na Avenida Paulista, o Museu Paulista – também conhecido como Museu do Ipiranga –, a Pinacoteca do Estado e o Museu da Língua Portuguesa são exemplos de equipamentos muito visitados pela gama de exposições que apresentam, sendo que muitas são amplamente divulgadas. Outra característica do grande número de visitantes destes equipamentos é o caráter educativo e pedagógico de suas exposições, recebendo muitas visitas monitoradas de escolas de ensino fundamental e médio.

A maior parte das exposições que ocorrem em São Paulo é gratuita ou com ingressos bem acessíveis, mesmo assim, é o evento cultural estudado menos difundido. Como já citado por Botelho & Fiore "[...] uma pequena parcela dos entrevistados foi a um museu ou a uma exposição de arte nos últimos 12 meses, sendo a maior parte de setores mais ricos e escolarizados." (BOTELHO & FIORE, 2004, p.12)

Pode-se concluir que contemplação de exposições e acervos de museus seja um hábito elitizado e, portanto, o interesse em adquirir um objeto de arte também condiz com as classes mais ricas da sociedade. Os próprios valores de quadros e esculturas são, comumente, proibitivos para as classes menos favorecidas, mesmo que haja interesse e apreciação por tais objetos.

Neste caso, há uma lógica sobre a territorialidade das galerias de artes da capital paulista. No mapa "Distribuição dos locais que apresentam exposições no município de São Paulo em 2007 e 2008" (mapa 5), a região central, oeste e a parte da zona sul onde situa-se o bairro de Moema e entorno, concentram praticamente todos os locais de exposição, sendo que abrangem a totalidade de galerias.

A zona oeste da capital, segundo pesquisa DNA Paulistano (2009) diferencia-se das demais, pois entre as regiões paulistana é a única com mais moradores com nível superior – 37,6% - que com ensino médio ou fundamental. É ainda o maior percentual de classe A e também de classe B – somadas, representam 58,7% dos moradores. Referente à renda, a maior faixa salarial é entre cinco e dez salários mínimos por família por mês e quase um em cada dez moradores tem renda superior a 20 salários.

> Seus moradores são os que mais vão a cinemas, teatros, shows, bares, restaurantes, parques, clubes e academias, competições esportivas, shopping e os que mais costumam viajar nos fins de semana. [...] o percentual dos que vão ao teatro ao menos uma vez por mês é quase o mesmo dos que fazem o mesmo programa ao menos uma vez ao ano no estremo leste. (Datafolha, 2009, p.172-173)

A zona sul, segundo a mesma pesquisa apresenta taxa de moradores da classe A sendo mais que o dobro da média paulistana. Possui também alto índice de famílias que ganham mais de dez salários mínimos, 22,7%, tendo o distrito de Moema, 26% com renda entre 20 a 50 salários mínimos. Perde somente para a zona oeste em número de pessoas com nível superior: 28,1%.

Não se pode ser reducionista em atribuir somente a estes dados a justificativa da maior concentração de galerias de artes nestas regiões da cidade, mas é inegável que o cenário seja propício para isto. O próprio mapa referido demonstra o contraste com regiões mais carentes da cidade – leste e extremo sul – aonde exposições praticamente não existem.

Pode-se atribuir as exposições de arte, uma das territorialidades mais bem definidas na cidade, estando geograficamente localizada junto a população que a contempla e consome. Desse modo, mostra-se também a divisão territorial e econômica que ocorre em São Paulo no que diz respeito ao acesso à arte. Nas palavras de Harvey (2006), seria a concretização de uma renda monopolista tanto do território quanto da transformação da arte em *commodities*.

Mapa 5: Distribuição dos locais que apresentam exposições no município de São Paulo em 2007 e 2008

7 EVENTOS CULTURAIS E SEU POTENCIAL TURÍSTICO

Pela diversidade e quantidade de eventos culturais apresentados neste trabalho, pode-se concluir que a cidade de São Paulo apresenta uma identidade cosmopolita. Identidade, que nas palavras de Canclini (2008) é definida como:

> [...] uma construção que se narra. Estabelecem-se acontecimentos fundadores, quase sempre relacionados à apropriação de um território por um povo ou à independência obtida através do enfrentamento dos estrangeiros. Vão se somando as façanhas em que os habitantes defendem esse território, ordenam seus conflitos e estabelecem modos legítimos de convivência, a fim de se diferenciarem dos outros. (CANCLINI, 2008,p.129)

Canclini enfatiza a questão de apropriação territorial e no decorrer da história, a população cria e regulamenta normas de convivência. Em princípio, este processo está circunscrito na demanda de seu território. Deve-se pensar, principalmente nos dias de hoje com o aprimoramento dos meios de comunicação, sobre o fenômeno da desterritorialidade (Castells, 2000), fenômeno este que pode enfraquecer as identidades nacionais, pondo-as em segundo plano.

Sobre o suposto fim das identidades nacionais, Canclini (2008) afirma que:

> [...] as identidades nacionais e locais só podem persistir na medida em que as situemos numa comunicação multicontextual. A identidade, dinamizada por este processo, não será apenas uma narrativa contextualizada, a repetição monótona pretendida pelos fundamentalismos. Ao se tornar um relato que reconstruímos incessantemente, que reconstruímos com os outros, a identidade torna-se também uma co-produção. (op.cit., 2008,p. 136)

Os fluxos migratórios e a instantaneidade das trocas de informações em nível global mostram-se como eficientes transformadores de costumes, hábitos e crenças, pondo em cheque, inclusive antigos dogmas de sociedades mais conservadoras. A esta troca de informações e intercâmbios culturais pode-se atribuir o nome de cosmopolitismo, característica das cidades globais (Sassen, 1993), em que São Paulo se enquadra.

As características de cidade global e cosmopolita de São Paulo são corroboradas pelo seu histórico de grande pólo atrativo de fluxos migratórios tanto internos quanto externos. Este cenário dá a São Paulo o título de cidade mais importante da América do Sul (Canclini, 2008), como centro econômico, atraindo empresas e negócios dos mais variados segmentos e com intenso fluxo de pessoas.

Este desenvolvimento urbano e econômico de São Paulo, fez com que a cidade se expandisse geograficamente, tornando-se policêntrica (Frúgoli, 2000), em que a expansão espacial paulistana se destacou do centro tradicional seguindo e formando novas centralidades no vetor sudoeste da cidade. Neste vetor, nas áreas próximas a Avenida da Marginal do rio Pinheiros, vê-se uma cidade de arquitetura pós-moderna, endereço dos escritórios de boa parte das empresas globais no país.

As novas atividades econômicas globalizadas fizeram com que o profissional que ocupasse e estes empregos possuíssem uma qualificação diferenciada, além dos executivos estrangeiros que vieram trabalhar na cidade. Esta especificidade é corroborada por Sousa (2004).

> Suas novas condições de polarização são devidas à acumulação de atividades intelectuais ligadas a nova modernidade, assegurando-lhe a possibilidade de criação de inúmeras atividades produtivas de ponta. Claro que atividades modernas existem em todo o território brasileiro, no entanto elas necessitam de São Paulo para se desenvolver e sobreviver. (SOUSA, 2004, p.25)

O trânsito de pessoas circulando por motivos profissionais fez com que São Paulo se tornasse o maior polo receptor de turismo no país, principalmente, na modalidade do turismo de negócios. Dados do “Relatório de Desempenho 2005-2009”, da São Paulo Turismo – SPTuris – órgão municipal e oficial sobre turismo, apontam que 10,7 milhões de turistas vieram em 2007, 11 milhões em 2008 e em 2009 o total de 11,3 milhões chegaram à cidade. Referente a 2009, têm-se a informação que o total de turistas que a cidade recebeu, 56,1% veio a negócios; 22,4% para participar de eventos; 10,9% a lazer; 4,0% para estudos; 2,6% para visitar parentes e amigos e 2,5% para assuntos relacionados à saúde.

Entre os visitantes de eventos, pode-se considerar que não deixa de ser negócios, principalmente as feiras e exposições. O referido relatório faz o seguinte

inventário do setor: 90000 eventos por ano, ou um a cada seis minutos; 70% de participação no mercado nacional das grandes feiras; R$ 3,4 bilhões movimentados em negócios ao ano; é a 12° cidade colocada no ranking mundial e a 1° colocada no ranking das Américas, de acordo com a International Congress and Convention Association (ICCA); movimenta 29000 empresas expositoras ao ano e recebe 4,6 milhões de visitantes em feiras.

O turismo de negócios é consequência da mudança do perfil econômico na cidade e ao mesmo tempo causa do trânsito de parcela de pessoas e culturas que circulam em São Paulo. A miscigenação é histórica e renovada pela modernidade existente e se expressa culturalmente pela metrópole. É fácil observar a mistura de culturas e costumes na gastronomia paulistana, na arquitetura de bairros ocupados por colônias estrangeiras e também na diversidade dos eventos culturais contabilizados neste trabalho.

Os eventos culturais ocorridos na cidade são expressões artísticas e também uma modalidade de lazer a sua população residente. Dada a amplitude e importância da cidade de São Paulo, ela é capaz de receber ou criar alguns espetáculos – das mais variadas formas – que podem ser raros no contexto regional ou nacional, podendo também atrair visitantes de outras localidades. Estes eventos podem ser, inclusive a razão do deslocamento destas pessoas até a cidade, culminando também o turismo cultural na cidade. **"**A motivação para assistir a produções em outras cidades pode se dar em razão da busca de melhores produções, teatros ou ainda, pela oportunidade de fazer outras coisas, como comprar ou jantar fora. Nesse caso, a decisão não é movida exatamente pela necessidade" (HUGHES, 2000,p.59)

Pensar os eventos culturais como atrativos turísticos já é uma realidade para as grandes metrópoles mundiais, "Artes e entretenimento podem não ser uma atração turística por definição, mas são acessados por pessoas que estão longe de casa em razão de outros propósitos. Isso inclui aquelas que estão em férias na praia ou a negócios na cidade." (op.cit., 2000,p.2) Na sua definição [...] "artes performáticas e entretenimento (forma mais popular de arte performática), executados em teatros, salas de concerto, arenas, etc." (Op.cit, 2000,p.3)

A variedade de peças teatrais, shows musicais, exposições de artes e filmes – principalmente mostras e festivais – catalogados e mapeados neste trabalho, mostrou o potencial turístico que boa parte destes eventos podem apresentar. Dados da revista eletrônica "*E"* mostram que [...] "turismo cultural e de lazer, em São Paulo já é responsável por 27,9% das visitas à cidade" [...] ou seja, é uma modalidade que representa quase um terço das visitas, lembrando que o turista cultural, como qualquer outro, utiliza os demais equipamentos da cidade: hotéis, restaurantes, lojas, e rede de transportes.

A quantificação de público – expectadores locais e turistas – dos eventos culturais só foi possível por meio da grande imprensa. Com relação aos grandes musicais adaptados da Broadway que tornaram-se comuns na cidade a partir do ano 2000, tem-se os dados:

• O Beijo da Mulher Aranha (novembro de 2000 a setembro de 2001) 120000 espectadores;
• Les Misérables (abril de 2001 a março de 2002) 350000 espectadores;
• A Bela e a Fera (junho de 2002 a dezembro de 2003) 600000 espectadores;
• Sweet Charity (setembro de 2006 a março de 2007) 85000 espectadores;
• O Fantasma da Ópera (abril de 2005 a abril de 2007) 880000 espectadores,
• My Fair Lady (em cartaz desde março de 2007) 100000 espectadores [até início de julho de 2007].

Este público atrai o interesse de outros setores produtivos fomentando uma rede de serviços, como atesta matéria de onze de junho de 2007, da Revista Veja São Paulo.

> Aos poucos, os musicais já integram a agenda turística da cidade. Aproximadamente 30% da plateia das apresentações de *My Fair Lady* vem de fora. Muitas cidades do interior de São Paulo agendam excursões, e, pelo menos duas vezes por semana, caravanas dos estados do Norte e do Nordeste chegam ao Teatro Alfa. Agências de turismo e hotéis também preparam pacotes para levar interessados a conferir as emoções de *Miss Saigon*. [...] Jorge Takla, que reconhece o efeito da parceria com agências de viagens nas bilheterias de *My Fair Lady*, diz que essa é uma aposta saudável para todas as produções. "O turista que assistiu a *My Fair Lady* agora pode voltar em uma próxima visita já interessado em *Miss Saigon*", afirma o diretor. E, passo a passo, São Paulo, sempre tão lembrada como a metrópole de tantas ofertas, se consagra como a Meca dos musicais brasileiros. (REVISTA VEJA, 11/06/2007, p.38)

A prática de unir atividades de empresas correlatas a serviços que direta ou indiretamente usufruem das benesses dos eventos culturais não se restringe aos musicais. Diversas matérias da imprensa relataram. O Jornal Gazeta Mercantil de sete de fevereiro de 2007, noticiando sobre os desfiles de Carnaval em São Paulo, dizia que a SPTuris tinha a expectativa de atrair 27 mil pessoas de fora da capital. A matéria ainda citava que nos quatro dias de festa a cidade receberia mais de 50 mil visitantes, que movimentariam R$ 30 milhões, aproximadamente 18,6% são estrangeiros, com potencial de gastos de R$ 600 por dia.

O jornal cita as parcerias empresariais. [...] “A Atlantica Hotels fez parceria com a Escola de Samba Rosas de Ouro para oferecer pacote de um dia de hospedagem e fantasia, com direito de desfile na escola, traslado para o Sambódromo, além do café da manhã. [...] A previsão é que a rede tenha um aumento de 15% a 20% na ocupação nos quatro dias de festa.”

Ainda referente ao período de carnaval em 2007, outra estratégia, advinda de pesquisa sobre origem dos turistas, foi diagnosticado que 21% vinham do interior e do litoral. Esta aferição veio dos Centros de Informações Turísticas (CITs), postos administrados pela SPTuris. A estratégia era bonificar motoristas que vinham à capital e abasteciam seus carros em postos de combustíveis das redes Petrosul, Via Brasil e Graal. Mediante ao pagamento com cartão Visa, o motorista ganhava desconto no combustível além de descontos em quarenta e dois hotéis, vinte e cinco bares e restaurantes, parques de diversões e museus. Informações do Diário do Comércio e Indústria de catorze de fevereiro de 2007.

Como já relatado, uma cidade do porte de São Paulo comporta alguns eventos que não seriam possíveis em cidades menores. Grandes exposições, mostras de cinema e principalmente shows musicais que atraiam público superior a 30000 pessoas. Por sua excepcionalidade, estes eventos têm a capacidade de atrair pessoas de outras localidades. No período da catalogação dos eventos, teve destaque a apresentação da cantora Madonna nos dias dezoito, vinte e vinte e um de dezembro de 2008. Segundo a SPTuris, estas três apresentações atrairiam 195 mil pessoas, sendo que 20% - 39000 pessoas – turistas. Este montante de turistas movimentaria R$ 23 milhões na cidade.

As informações acima citadas, coletadas em diversos jornais, mostram como alguns eventos culturais são também atrativos turísticos, sendo complemento ou razão da visita de pessoas de fora da São Paulo. O turismo – de todos os tipos – mostra-se como uma fonte de receita importante para a cidade. Comparando os cinco primeiros meses de 2010 com o mesmo período de 2009, houve um aumento de 29% na arrecadação do Imposto Sobre Serviços (ISS). A Secretaria Municipal de Finanças informa que a arrecadação deste imposto aumentou de R$ 48.415.040,88 para R$ 62.451.232,47. Hughes (2008) atesta essa importância:

> As artes são consideradas merecedoras de apoio em razão de sua capacidade de atrair turistas, de criar postos de trabalho e ajudar na balança de pagamentos. [...] Do mesmo modo, as artes podem encorajar as pessoas a viver em determinada cidade e os empresários a estabelecer fábricas ou escritórios no local pelo fato de ser agradável para moradia e trabalho. No caso das artes, esse tipo de argumento é relativamente recente, tendo sido proposto a partir dos anos 1980. As artes não são valorizadas pelo que são, mas pelo que podem agregar a outros propósitos. [...] Teatro e entretenimento cumprem seu papel no que diz respeito à atração de turistas, portanto, é importante que estejam disponíveis. O argumento é de que o aumento do fluxo de turistas gera renda em toda a cidade, o que faz com que os custos do governo local, como investimento, valham a pena. (HUGHES, 2008, p. 26)

Os eventos culturais também são pouco oferecidos aos visitantes pela administração pública. O mapa “Guia Turístico da Cidade de São Paulo” (mapa 6) elaborado pela SPTuris e distribuído a turistas nos Centros de Informações Turísticas, elenca diversos equipamentos da cidade. Este mapa prioriza os equipamentos voltados ao turismo de negócios, como os pavilhões de eventos, centros de compras como shopping-centers e ruas comerciais. Há também pontos de acesso à cidade como aeroportos e rodoviárias. Para o lazer apresenta museus, construções históricas e parques.

Observa-se que é um mapa de turismo que, a contento, atende o turista em geral, porém não destaca os eventos culturais em sua amplitude, limitando o conhecimento destes, inclusive na dimensão territorial. O mapa “Distribuição dos Locais que Apresentaram Eventos Culturais no Município de São Paulo em 2007 e 2008” (mapa 7), trata-se da junção de todos os eventos culturais catalogados pelo Guia do Estado. Em alguns casos, há a sobreposição de eventos pela flexibilidade

dos locais. Comparando os mapas, nota-se que o mapa 6 restringe a espacialização dos eventos em relação ao mapa 7.

Mapa 6: Guia Turístico da Cidade de São Paulo

Mapa 7: Distribuição dos locais que apresentam eventos culturais no município de São Paulo em 2007 e 2008

É evidente que nem todos os eventos são atrativos turísticos, porém o mapa oficial da prefeitura desconsidera casas de shows e teatros que são importantes pólos de atração de turismo cultural.

Pelo exposto, verifica-se que a cidade é favorecida em quantidade de eventos culturais, sua espacialização é concentrada e verifica-se a relação dessa concentração com o perfil sócio-econômico dos bairros. O acesso a estes eventos encontra barreiras quanto a frequência – assimilação intelectual – e acesso por vias públicas.

Botelho & Fiore (2004) concluem em suas pesquisas que fatores como idade, nível de escolaridade, nível de escolaridade dos pais e localização domiciliar influem na prática cultural. [...] “Confirma-se também a ‘lei do acúmulo’ de práticas de cultura em domicílio (ou de apartamento). Podemos pensar talvez que a Região Metropolitana de São Paulo, considerada as diferenças econômico-sociais em face do Primeiro Mundo podem até aumentar a importância de tal cultura, dada a dificuldade de acesso a ‘cultura paga’”. (BOTELHO & FIORE, 2004, p. 21). Ainda, o mesmo estudo aponta que [...] “o fato de alguém ter ambos os pais com baixo nível de escolaridade aumente em 395% a sua chance de ser um não praticante da cultura do sair”. (op.cit., 2004, p.16)

Tais conclusões vêm ao encontro com pesquisas internacionais em relação a acesso a cultura e nível educacional.

> A educação pode ser necessária para a compreensão das artes, embora, obviamente, essa não se trate de uma conexão simples; na realidade, esse pode ser um mito cultivado pelos amantes das artes. Compreender a arte requer o conhecimento prévio de certos “códigos” que lhe dão sentido. [...] Há um conjunto de valores comuns que determina tais códigos e aquilo que constitui as artes é adquirido por meio da família, da experiência e da educação. (HUGHES, 2008, p.18-19)

Pode-se perceber que esta relação escolaridade x acesso a prática cultural é semelhante nas metrópoles latino-americanas. Pesquisa realizada por Canclini (2008) sobre o consumo cultural na Cidade do México mostra dados relativamente parecidos.

> [...] O que primeiro nos surpreendeu foi o baixo uso das instalações culturais públicas: 41,2% afirmaram que há mais de um ano não iam ao cinema; os 62,5% que diziam gostar de teatro não haviam assistido a nenhum espetáculo nesse período; 89,2% não foram a concertos. Nem os eventos populares nem as festas locais dos bairros pareciam interessar, de maneira contínua, a mais de 10% da população. (CANCLINI, 2008, p. 78)

Segundo Canclini, a razão dessa pouca frequência se explica por dois fatores: o aumento das práticas domésticas de lazer (rádio, televisão e vídeo) e o crescimento territorial. Pelo exposto, o crescimento territorial da Cidade do México é muito semelhante com São Paulo:

> Há outra explicação que surge do crescimento territorial e demográfico da cidade. Além das desigualdades econômicas e educacionais, que em toda sociedade limitam o acesso das maiorias a muitos bens culturais, na capital mexicana o irregular e complexo desenvolvimento urbano, bem como a distribuição não equitativa das instalações, dificulta a ida a espetáculos públicos. A quase totalidade da oferta cultural “clássica” (livrarias, museus, salas de teatro, música e cinema) concentra-se no centro e no sul da cidade, e esta segregação residencial reforça a desigualdade de renda e de educação. (op.cit., 2008, p. 79-80)

O deslocamento pela cidade é um grande problema tanto para o turista e principalmente para a população local. Esta crítica é crescente na cidade de São Paulo, independente da classe social e o motivo do deslocamento. Levantamento da Fundação Getúlio Vargas (FGV), divulgado pela Revista Veja São Paulo, de dois de julho de 2008, aponta que a população paulistana quintuplicou desde 1950, enquanto a frota de veículos cresceu oitenta vezes. Resultado dessa falta de planejamento são os congestionamentos que podem superar os 260 quilômetros. De 2006 para 2007, a velocidade média dos veículos nas ruas da capital caiu de vinte e nove para vinte e sete quilômetros por hora. Esta lentidão, segundo o estudo:

> [...] estima que as perdas atinjam 33,5 bilhões de reais por ano, o equivalente a 12% do produto interno bruto (PIB) da cidade. É a soma dos 27 bilhões de reais que deixamos de produzir enquanto ficamos parados com outros 6,5 bilhões, resultado do aumento de gastos com combustíveis, saúde pública e transporte de cargas. "A crise de mobilidade de São Paulo afeta o país inteiro", afirma o professor de economia e vice-presidente da FGV, Marcos Cintra, autor da análise. O anda-e-para paulistano reduz em 5% a

> produtividade do Brasil, segundo um levantamento de dezembro do ano passado [2007] do Citigroup.[41]

O problema da mobilidade em São Paulo é um ponto negativo tanto para o turista quanto para o residente. Nesta situação, há de se diferenciar o trânsito do transporte público. Esta diferenciação é pertinente para a percepção que as pessoas têm deles. Vasconcellos (2009) constatou que o trânsito é mais criticado pela população que o transporte público.

> [...] Um dos motivos que podem explicar esse resultado é o fato de o trânsito afetar todas as pessoas, ao passo que o transporte público afetar apenas aqueles que o usam ou que dependem de pessoas que o usam. Assim, o sentimento de que o trânsito é ruim torna-se generalizado, levando as notas, por região, que chegam a ser 30% mais baixas que aquelas dadas ao transporte coletivo.
>
> Um outro aspecto que pode que pode ser mencionado é que as pessoas podem ter uma visão favorável de um modo de transporte sem necessariamente usá-lo. Este parece ser o caso do metrô que por sua qualidade conquistou a confiança da sociedade paulistana, mesmo dentre os usuários permanentes do automóvel. (VASCONCELLOS, 2009, p.366)

Como a pesquisa da FGV constatou a diminuição da velocidade no trânsito paulistano para vinte e sete quilômetros por hora, Vasconcellos, aferiu que nos horários de pico, pode chegar a absurdos doze quilômetros por hora. Esta lentidão reflete na qualidade de vida das pessoas, pois a pesquisa DNA Paulistano verificou que quem mora no Centro gasta em média vinte e três minutos para o deslocamento de sua casa ao trabalho, já o morador do Grajaú – no extremo sul da cidade – perde sessenta e dois minutos. Essa relação tempo e deslocamento interfere em vários aspectos, Botelho & Fiore (2004) constatam que [...] morar no Centro Expandido representa 160% a mais de chances de ser um praticante [cultural] em relação àqueles que residem em outras regiões. (BOTELHO & FIORE, 2004, p.4)

O trânsito apresenta sérias complicações à cidade e do ponto de vista do turista, ele é crítico tanto para quem o avalia no Centro – local com boa infra-estrutura de transporte – como nas demais regiões da cidade. Esta avaliação

---

[41] http://vejasp.abril.com.br/revista/edicao-2067/sao-paulo-sofre-com-transito-engarrafado acesso em 23/10/2008

turística também mostra que independente do local da cidade, as sinalizações viárias, turísticas, táxis, shopping-centers e teatros possuem notas semelhantes. Já restaurantes, bares e hotéis são melhores avaliados fora do centro, como mostra a tabela “Avaliação do centro e da cidade”.

Observa-se que os equipamentos fora do Centro são melhores avaliados, explica-se por serem mais novos, modernos e obviamente a região não central é territorialmente mais extensa comportando maior número de instalações. A necessidade de deslocamento é evidente e as categorias trânsito e sinalização turística devem ser aprimoradas, pois foram as piores avaliadas pelos dois grupos de turistas.

Tabela 3: **AVALIAÇÃO DO CENTRO E DA CIDADE (%)**

Categoria	Muito abaixo das expectativas						Muito acima das expectativas
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
Shoppings	6,3	9,9	14,0	17,2	21,1	15,0	16,9
	2,2	2,1	5,5	9,2	18,4	25,1	37,5
Teatros	3,6	6,1	10,4	14,6	23,1	22,1	19,9
	3,6	6,1	10,4	14,6	23,1	22,1	19,9
Museus	4,9	6,5	10,2	15,2	23,6	21,0	18,6
	2,9	3,7	6,8	13,1	24,9	24,1	25,0
Restaurantes	3,5	5,8	11,9	18,5	22,7	20,8	17,0
	1,5	2,5	4,4	10,3	21,1	25,4	34,7
Bares	4,4	7,7	14,1	17,8	23,8	17,4	14,8
	2,6	2,9	6,4	13,1	20,0	22,8	32,1
Hotéis	5,8	8,9	14,0	19,0	23,1	16,0	14,0
	2,9	3,2	5,8	13,7	21,5	25,6	27,2
Táxis	4,4	7,0	14,5	21,1	21,0	18,0	13,9
	3,7	4,2	9,0	17,8	25,3	20,0	19,8
Trânsito	40,0	22,6	15,8	9,2	5,8	3,9	2,9
	41,1	22,6	16,0	8,6	5,1	3,8	2,7
Sinalização Viária	10,4	14,3	21,4	22,9	15,3	10,1	5,7
	7,5	10,5	20,8	23,5	19,9	11,6	6,7
Sinalização Turística	20,7	20,7	23,3	16,0	10,7	5,8	5,8
	16,5	19,0	21,7	18,7	13,7	6,5	3,7

Avaliação do Centro / Visitantes entrevistados no Centro de São Paulo

Avaliação da Cidade / Visitantes entrevistados em outros pontos da cidade

Fonte: São Paulo Turismo, 2008

Profissionais e estudiosos do setor cultural concordam com a diversidade de opções da cidade. Mário Jorge Pires cita em entrevista a revista eletrônica *"E"*, pontos positivos da cidade [...] "*a cultura material do Centro e do Centro expandido, além de preciosidades em seus múltiplos e variados acervos. Edificações estão sendo restauradas e apresentam-se como saudáveis as iniciativas de inaugurar centros culturais*". Danilo Santos de Miranda, diretor regional do SESC São Paulo, no mesmo veículo, acrescenta que a [...] *"sociabilização da cultura, ou seja, as pessoas hoje possuem maior disponibilidade para o lazer cultural, que se tornou mais acessível"*. Porém, ambos concordam que é necessário ampliar o transporte coletivo, investir em segurança e informações turísticas sobre a cidade e preservar seus monumentos.

Exposto os prós e contras existentes em São Paulo, sabe-se que é um grande polo de eventos culturais. Sua distribuição não é homogênea e há concentração de equipamentos, mas principalmente de ocorrências destes eventos. O mapa "Distribuição dos Eventos Culturais por Distrito do Município de São Paulo em 2007 e 2008" (mapa 8) elucida a distribuição e também a maior incidência dos eventos por bairro.

É possível, pelo mapa, identificar a intensa vida cultural na região central e vetor sudoeste da cidade, justamente os bairros com predomínio de população de alto poder aquisitivo. Ao mesmo tempo, há vinte e seis bairros, que conforme a fonte de pesquisa utilizada, não apresentaram nenhum evento no período de dois anos, corroborando com os dados apresentados neste trabalho sobre a falta de divulgação ou opções de lazer nos bairros da periferia. É certo também que nem todos os eventos estão presentes em todos os bairros. Embasado nesta premissa, deve-se ter o conceito de democracia cultural, como explana Botelho (2004).

> [...] parece claro que a democratização cultural não é induzir os 100% da população a fazerem determinadas coisas, mas sim oferecer a todos – colocando os meios à disposição – a possibilidade de escolher entre gostar ou não de algumas delas, o que é chamado de democracia cultural. Isso exige uma mudança de foco fundamental, ou seja, não se trata de colocar a cultura (que cultura?) ao alcance de todos, mas de fazer com que todos os grupos possam viver sua própria cultura. A tomada de consciência desta realidade deve ser uma das bases da elaboração de políticas culturais, pois o público é o conjunto de públicos diferentes: o das cidades é diferente do rural, os jovens são diferentes dos adultos, assim por diante, e

> esta diversidade de públicos exige uma pluralidade cultural que ofereça aos indivíduos possibilidades de escolha. (BOTELHO, 2004)[42]

A diversidade de público e de eventos culturais, como diz Botelho, vem ao encontro do objetivo deste trabalho de demonstrar que São Paulo tem nos eventos culturais uma de suas identidades. Demonstrou-se também que uma parcela destes eventos possui um forte poder de atração de turistas, fomentando o turismo cultural e movimentando uma rede de serviços que tem nesse público, uma complementação além da população local usuária

Outra contribuição deste trabalho vem da produção cartográfica que possibilita uma sistematização dos eventos ocorridos, possibilitando um mapeamento deste para análise de sua distribuição. Essa sistematização poderá ser alimentada constantemente com fontes diversas, contribuindo para uma eventual política pública ou não de diversidade e promoção cultural de São Paulo.

---

42 http://www.centrodametropole.org.br/reportagens_cultura.html acesso em 22/08/09

Mapa 8: Distribuição dos eventos culturais por distritos do município de São Paulo em 2007 e 2008

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao se trabalhar o conceito de cultura como uma teia de relações que o homem costura (Geertz), tornou-se possível compreender a variedade cultural da cidade que em boa parte é expressa pelos eventos culturais.

São Paulo, por suas características de cidade mundial proporcionou o grande fluxo de pessoas – dos mais diferentes locais do planeta – tornando-se um importante pólo cosmopolita. Estudar sua diversidade com o foco nos eventos culturais foi enriquecedor e ao mesmo tempo elucidativo em diagnosticar a concentração espacial destes eventos.

Como explicado durante o desenvolvimento do trabalho, ao utilizar a fonte de pesquisa Guia do Jornal O Estado de São Paulo (Guia do *Estadão*), nota-se que os eventos ocorridos na periferia da cidade não foram priorizados, assim como, pela pesquisa de gabinete, constatou-se que não existe uma fonte impressa ou digital que abarque todos os eventos e em todas as regiões da cidade. Após catalogar todos os eventos dos guias, pode-se levantar duas indagações sobre a divulgação ou não de todos os eventos:

1) Em princípio, pela escala da cidade e da diversidade de eventos que nela ocorrem, é praticamente impossível haver uma sistematização e meios de comunicação entre todas as áreas promotoras e divulgadoras para haver 100% de divulgação.

2) Há de se averiguar se todos os eventos culturais ocorridos na cidade merecem ser divulgados, visto que nem todos possuem qualidade técnica, estrutural e artística para se apresentarem.

A questão de qualificar um evento cultural em boa ou má qualidade é um tanto subjetivo, pois a arte é em si subjetiva, além do que não é a finalidade deste trabalho aferir se um espetáculo, filme, exposição ou show é bom ou ruim, pois trata-se de gostos pessoais. O que se questiona neste momento é o grau de profissionalização destes grupos artísticos. Existem espaços para apresentações teatrais e shows com sérios problemas de infra-estrutura (sistema de áudio, acústica, refrigeração, conforto nas poltronas, iluminação), assim como, a falta de estrutura em

profissionalização de elenco. Como, infelizmente, o retorno financeiro é pouco ou vem em longo prazo, muitas pessoas que se dedicam as artes e são obrigadas trabalhar em outras atividades diferentes para manter sua existência, neste caso, falta tempo para estudos e dedicação a ensaios, prejudicando seus trabalhos artísticos.

A realidade brasileira é muito diferente de outros países que criam uma cultura em investir nas artes desde as séries iniciais da vida escolar. Vê-se na Rússia, o balé Bolshoi, que estimula e financia os jovens talentos desde a infância. As escolas e faculdades norte-americanas em atividades artísticas e esportivas. A cidade de Paris, na França, uma das poucas cidades no mundo a possuir duas óperas. Todo esse processo busca um resultado, que é realizado em processos com planejamento, visando níveis de excelência nestas atividades, algo que infelizmente ainda é raro no Brasil.

Observou-se também, que em toda a bibliografia consultada não foi possível encontrar uma definição específica de evento cultural. Nas leituras realizadas o termo “evento cultural” aparecia de forma corriqueira, entendida como senso comum de um conjunto de atividades relacionadas à prática ou hábito de assistir uma peça de teatro, um filme no cinema, um show musical – independente do gênero – e contemplar expressões artísticas como pintura e escultura. Exemplos desta semântica para o termo foram encontrados em Teixeira Coelho (2000), Leonardo Brant (2001) e essa opinião é compartilhada pelos promotores de eventos culturais, como Sr. Roberto Verta (T4F), em entrevista ao autor. Após a elaboração deste trabalho, pode-se entender que evento cultural é qualquer atividade com o intuito de aprimorar os conhecimentos ou entreter as pessoas através de recursos audiovisuais e que a procura por estes seja espontânea, ou seja, deve haver interesse das pessoas em ter acesso a estas, que são comumente expressas em música, filmes, exposições e apresentações teatrais de qualquer natureza e estilo.

O uso de uma fonte de pesquisa como o Guia do *Estadão*, criou uma espacialização direcionada, assim como qualquer outro tipo de fonte criaria, já que outros guias também podem selecionar o que divulgam. Neste caso, esta espacialização favorece as pessoas de classe média e média alta que, além do interesse, dispõem de recursos financeiros em seu orçamento para usufruírem os

eventos culturais. Atende também os turistas, que em visita à cidade podem aproveitar, durante sua estadia, a intensa vida cultural ou mesmo vir a São Paulo por esta razão.

Esta espacialização, em principio direcionada, não desmerece a pesquisa deste trabalho, pois o autor faz parte de um grupo de estudos vinculado ao CNPq que prioriza a relação do planejamento territorial do turismo. Novamente, retoma-se a discussão, realizada durante o trabalho, que certamente existem outros eventos culturais na cidade que não foram contemplados pela fonte referida, porém os mesmos não tinham relevância para o perfil sócio-econômico do usuário da fonte, assim como para os visitantes da cidade.

A rica e diversa vida cultural explanada nesta monografia confirma o cosmopolitismo da cidade e a demanda existente. O paulistano mostra-se um grande consumidor cultural, justificando o grande número de salas de teatros, cinemas, museus e locais para realização de shows musicais. Nota-se também que o grande consumo de entretenimento caracteriza-se nos gêneros mais populares – musica pop, rock, MPB, cinema comercial. Isto, como relatado, vai ao encontro com pesquisas internacionais em diversos países.

Há uma demanda para a arte erudita, mas a própria fonte utilizada na pesquisa não a discriminava tão bem. Como foi visto, há uma territorialidade muito restrita deste segmento, focando basicamente o Teatro Municipal, no Centro, a Sala São Paulo, em uma área central, porém com seu entorno muito degradado e o Auditório do Parque do Ibirapuera.

Pode-se concluir que a arte erudita apresenta uma característica elitista, provocada, principalmente pela falta de informação da população. Reflexo da pouca instrução recebida em sua vida escolar e de oportunidades de ter acesso a este tipo de arte. Quando se fala em acesso, refere-se à criação do hábito, transmitido pela família e seu círculo de convivência. A maioria da população apresenta uma característica passiva como receptora de informação, tendo a televisão como principal fonte. Este meio de comunicação vive da audiência para justificar seus ganhos publicitários e mais do que nunca, as expressões artísticas efêmeras ganham espaço na mídia, tornando-se ainda mais restrito o interesse em investir na disseminação cultural agregadora em longo prazo. A este respeito, também cabe

uma ressalva quando, mesmo camadas mais pobres da sociedade são inseridas a outras formas de expressões culturais, a exemplo da própria música erudita. Há mais de dez anos, a população carente de Heliópolis, favela da zona sul de São Paulo, é amparada pelo Instituto Bacarelli, que desenvolveu uma orquestra sinfônica com crianças e adolescentes da favela, sendo que muitos hoje são musicistas de orquestras no Brasil e no exterior. Isso mostra que havendo acesso a informação pode-se ampliar o leque de opções enriquecendo o repertório das pessoas.

Referente à espacialização dos eventos culturais, percebe-se a concentração deles nos bairros de maior poder aquisitivo, justamente pela lógica de ali existir a demanda com potencial de consumo, neste caso de usufruí-los. Como foi observada, a territorialidade do mapa turístico oficial de São Paulo, está contida na área do mapa dos eventos culturais elaborado para este trabalho, isto significa que o próprio poder público trabalha com uma espacialização delimitada da cidade.

No capítulo cinco, sobre leis de incentivos culturais, destacou-se a lei *Rouanet* que oferece isenção fiscal ao investidor – tanto pessoa física quanto jurídica – que financia eventos culturais. Uma das normas dessa lei é o equilíbrio regional dos financiamentos destes eventos. Partindo dessa premissa, seria válido pensar numa lei nos mesmos moldes para as grandes metrópoles como São Paulo, que privilegiaria os bairros periféricos destas cidades. Desse modo, haveria mais e melhores eventos culturais nestes bairros, com a infra-estrutura necessária para a realização destes.

Nesta área delimitada, é onde acontece a cidade de São Paulo dos eventos culturais. Rica diversidade de eventos torna-se um fator econômico importante e um atrativo turístico. Foi demonstrado durante o trabalho o forte potencial turístico que alguns eventos – como alguns shows de artistas internacionais, peças musicais, Mostra Internacional de Cinema de São Paulo, Virada Cultural – possuem. Por sua escala, São Paulo, apresenta condições de organizar eventos de grande porte que cidades, estados e até países vizinhos não comportam, atraindo milhares de pessoas de outras localidades que usufruem de uma rede de equipamentos – hotéis, lojas, restaurantes, livrarias, transporte – fomentando a economia local e colaborando na geração de empregos e arrecadação de impostos.

Mais de uma vez, citou-se neste trabalho, que não são todas as áreas da cidade que são turísticas e com boa infra-estrutura. Evidentemente não existe um cinema, um teatro ou casa de shows em cada bairro. Há uma hierarquia de serviços, como em qualquer cidade. A raridade de certos equipamentos se justifica pela produção histórica e territorial do município. A infra-estrutura de serviços principalmente de transportes deveria satisfazer a população para deslocamento entre bairros. Infelizmente, verificou-se que o sistema viário e o transporte público é um problema estrutural grave em São Paulo fazendo com que pessoas percam horas desnecessárias no trânsito e gerando prejuízos econômicos e na qualidade de vida.

No grupo de estudo sobre territorialidade e turismo, uma das premissas é a questão da qualidade das cidades para seus habitantes em primeiro lugar, pois só assim criam-se excelências em serviços que atraiam o turista. A questão dos deslocamentos é uma das maiores críticas da população local e em pesquisas aferidas com turistas e citadas no trabalho, se mostrou como grave defeito por quem visita São Paulo.

Para finalizar, espera-se que este trabalho contribua para a confirmação de que os eventos culturais se apresentam como outro forte fator de identidade de São Paulo, promovendo o enriquecimento intelectual da população, assim como no lazer, melhorando a qualidade de vida. Esta identidade é reconhecida, também como um atrativo turístico que dinamiza uma rede de serviços, com grande importância econômica. Há a intenção que a produção cartográfica gerada para este trabalho possa iniciar uma sistematização de informações que, atualizada e complementada frequentemente, possibilite uma análise espacial das atividades culturais, para que todos possam planejar e gerir as territorialidades formadas em prol da cidade, ou seja, seus habitantes e visitantes.

9 Referências Bibliográficas

AAKER, David A. **Criando e administrando marcas de sucesso**. São Paulo, Futura, 2000

ALVES JR, Dirceu. “Teatro Milhões de Espectadores” *in* Veja São Paulo, nº 27 ano 40 Editora Abril, 11 de julho de 2007.

ARAUJO, Marize Toledo Costa, SCHECHTMANN, Yara Boraks. **Panorama de profissionalização e competitividade dos hotéis familiares, de categoria luxo e superior na cidade de São Paulo.** Trabalho de conclusão de curso (Hotelaria), Faculdade SENAC, 1999.

BOTELHO, Isaura. “Os Equipamentos culturais na cidade de São Paulo: um desafio para a gestão pública”. Disponível em www.centrodametropole.org.br. acesso em 25/07/2009.

BOTELHO, Isaura, FIORE, Maurício. “O Uso do Tempo Livre e as Práticas Culturais na Região Metropolitana de São Paulo”. Disponível em www.centrodametropole.org.br. acesso em 14/05/2008

BRITO, João Batista de. **Imagens Armadas.** São Paulo: Ateliê Editorial, 1995

CALDEIRA, Teresa. **Cidade de Muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo.** São Paulo, Editora 34/Edusp. 2000.

CAMARGO, Luis O Lima. **O que é Lazer.** São Paulo. Editora Brasiliense, 1986.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos.** Editora UERJ, Rio de Janeiro, 2008.

CANCLINI, Néstor García. “Imaginários Culturais da Cidade: Conhecimento / Espetáculo / Desconhecimento”. In COELHO, Teixeira (org). **A Cultura pela Cidade.** Iluminuras. São Paulo, 2008.

CARLOS, Ana Fani Alessandri e OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino (orgs) – **Geografias**

de São Paulo, 1 representação e crise da metrópole, Editora Contexto, São Paulo, 2004.

CARVALHO, Denise. “Brasil entrou no mapa”. Disponível em http://portalexame.abril.com.br/revista/exame/edicoes/0945/negocios/brasil-entrou-mapa-476342.html. acesso em 30/06/2009.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura.** Volume I A Sociedade em Rede. São Paulo, Paz & Terra. 2000.

COBRA, Marcos H. N. **Marketing Básico: uma perspectiva brasileira**, São Paulo, Atlas, 1984

COELHO, Teixeira. **Dicionário Crítico de Política Cultural.** São Paulo. Editora Iluminuras, 2004.

CORDEIRO, H.K. “A ‘cidade mundial” de São Paulo e o complexo corporativo do seu centro metropolitano”. In: SANTOS, M. et al. **O novo mapa do mundo: fim de século e globalização**. São Paulo, Hucitec/Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional, 1993.

DATAFOLHA. **DNA Paulistano.** São Paulo, Publifolha, 2009.

DUMAZEDIER, Joffre. **A Revolução Cultural do Tempo Livre.** Studio Nobel, São Paulo, 1994.

FIX, Mariana. O **Estado e o capital nas margens do Rio Pinheiros.** Trabalho de Graduação Interdisciplinar apresentado à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. São Paulo, 1996.

FOLGATO, M. “Favelados da Berrini podem ficar na região”. O Estado de São Paulo, São Paulo, 30/06/1995, p. C3.

FOLHA DE SÃO PAULO, 2.8.1987:C10

FRÚGOLI JR, Heitor, **Centralidades em São Paulo trajetórias, conflitos e negociações na metrópole**, Cortez Editora, São Paulo, 2000.

FUJIMOTO, N. A. **A produção monopolista do espaço urbano e a desconcentração do terciário de gestão na Cidade de São Paulo: o caso da Avenida Engenheiro Luís Carlos Berrini**. Tese de Mestrado apresentada ao Departamento de Geografia da Universidade de São Paulo, 1994.

G1. "MASP reabre seu acervo em duas exposições". Disponível em http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL1236795-7084,00-MASP+REABRE+SEU+ACERVO+EM+DUAS+EXPOSICOES.html acesso em 23/07/2009

GAZETA MERCANTIL. **Ex-túmulo do samba tem ginga de R$ 30 milhões**, 2/7/2007.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas.** LTC Editora, Rio de Janeiro, 1989.

GUINBURG, Jaco, FARIA, João Roberto; LIMA Mariangela Alves de. **Dicionário do Teatro Brasileiro temas, formas e conceitos.** Editora Perspectiva, São Paulo, 2006.

HAESBAERT, "Desterritorialização: entre as redes e os aglomerados de exclusão" in **Geografia: Conceitos e Temas**. Rio de Janeiro. Editora Bertrand Brasil, 1995.

HARVEY, David. **A Produção Capitalista do Espaço.** Annablume, São Paulo, 2006.

HUGHES, Howard. **Artes, entretenimento e Turismo.** São Paulo. Editora Roca, 2005.

JORNAL DO COMÉRCIO, 17/02/2006.

KOTLER, Philip**. Administração de marketing: análise, planejamento e controle**, São Paulo, Atlas, 1998

LASH, Scott. **Sociologia do pós-modernismo**, London, Routledge, 1990.

MAGALDI, Sábato. Vargas, Maria Thereza. **Cem Anos de Teatro em São Paulo (1875-1974)**. Editora SENAC, São Paulo, 2000.

MAGNANI, J. Guilherme C. **De perto e de dentro: notas para uma antropologia urbana.** RBCS, vol 17, n˚ 49, junho de 2002.

MARX, Karl. **Teorias sobre la Plusvalia**. Buenos Aires: Cartago, 1975, tomo 2

MIRANDA, Danilo Santos de. "A Cultura em Contexto Urbano: A Experiência do SESC SP**".** *in* COELHO, Teixeira (org). **A Cultura pela Cidade**. Iluminuras. São Paulo, 2008.

NEY, Thiago. "Em 2009, público de shows de São Paulo sofreu com espaços enlameados, de difícil acesso e acústica ruim". Disponível em http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2912200908.htm. acesso em 29/12/2009.

O ESTADO DE SÃO PAULO, 5.8.1978; s.p

OLIVEIRA, Licia Mara Alves. **Preservação do Patrimônio Arquitetônico Diretrizes para a Restauração das Salas de Cinema em São Paulo.** Dissertação de Mestrado, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, 2006.

PIRES, MÁRIO J. **Lazer e Turismo Cultural.** São Paulo, Manole, 1º edição, 2001.

PORTAL TERRA. "Parada Gay aquece o mercado de luxo em São Paulo". Disponível em http://exclusivo.terra.com.br/paradagay2007/interna/0,, OI1678583-EI9099,00. html. acesso em 06/03/10.

QUERO, Caio. “Os campeões do varejo”. Disponível em http://veja.abril.com.br/vejasp/151204/comercio.html. acesso em 14/06/2010.

SALVO, Maria Paola de. “Trânsito: dez soluções para o caos de São Paulo”. Disponível em http://vejasp.abril.com.br/revista/edicao-2002/transito-dez-solucoes-para-caos-de-sao-paulo. acesso em 25/10/2007.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano. Da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo. Editora Paulus. 2004.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço. Técnica e tempo. Razão e emoção**. São Paulo. Edusp, 2004.

SANTOS, Milton. **Espaço e Método.** São Paulo, Edusp, 2008.

SÃO PAULO (Estado) Constituição Estadual de São Paulo. Disponível em http://www.legislacao.sp.gov.br/dg280202.nsf/a2dc3f553380ee0f83256cfb00501463/46e2576658b1c52903256d63004f305a?OpenDocument acesso em 12/04/2010

SÃO PAULO (Município) SPTURIS. **Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo** – Boletim Semestral 2009 – Ano 1 vol 1. São Paulo. 2009

SÃO PAULO (Município) SPTURIS. **Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo** – Boletim Semestral 2009/2. São Paulo. 2009.

SÃO PAULO (Município) SPTURIS. **Referência rápida turismo São Paulo 2009.**

SÃO PAULO (Município) SPTURIS. **Relatório de desempenho 2005 – 2009**.

SÃO PAULO (Município) SPTURIS. **Relatório do Turismo da Cidade de São Paulo – Parada GLBT 2010**. São Paulo, 2010.

SÃO PAULO (Município) SPTURIS. **Relatório do Turismo da Cidade de São Paulo – Virada Cultural 2010.** São Paulo, 2010.

SASSEN, Saskia. “A Cidade Global”, in **Reestruturação do Espaço Urbano e Regional no Brasil**, Editora Hucitec, São Paulo, 1º edição, 1993.

SASSEN, Saskia. As Diferentes Especializações das Cidades Globais. Urban Age. Disponível em: http://www.urban-age.net/0_downloads/archive/_SA/02_NewsPaper_Essay_Sassen_por.pdf. acesso em 23/12/2008

SESC São Paulo.“Estação Cultural São Paulo” In: Revista E nº 109. Disponível em http://www.sescsp.org.br/sesc/revistas/revistas_link.cfm?Edicao_Id=250&Artigo_ID=3888&_IDCategoria=4287&reftype=2 acesso em 25/04/08

SESC São Paulo. “Na rota da transformação”. In: Revista E nº 131. Disponível em http://www.sescsp.org.br/sesc/revistas/revistas_link.cfm?Edicao_Id=307&Artigo_ID=4782&IDCategoria=5464&reftype=2#r. acesso em 05/12/2008

SOUZA, Maria Adélia Aparecida de. A. “Produção e apropriação do espaço metropolitano: a Avenida Paulista em São Paulo”. In: SANTOS, M. et al. **A construção do espaço.** São Paulo, Nobel, 1986.

SOUZA, Maria Adélia Aparecida de “Território e lugar na metrópole”**.** In CARLOS, Ana Fani Alessandri e OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino de (orgs.). A **Metrópole do Século XXI**. Editora Contexto, São Paulo, 2004.

TEIXEIRA, Ubiratan. **Dicionário do Teatro.** Instituto GEIA, São Luiz, 2005.

TOLILA, Paul. **Economia e Cultura problemas, hipóteses, pistas.** Editora Iluminuras, São Paulo, 2007

VEJA SÃO PAULO. “São Paulo sofre com o trânsito engarrafado”. Disponível em http://vejasp.abril.com.br/revista/edicao-2067/sao-paulo-sofre-com-transito-engarrafado. acesso em 23/10/2008.

WRIGHT, Fabio. “A avenida Engenheiro Caetano Álvares toma-se um pólo noturno da Zona Norte”. Disponível em

http://vejasp.abril.com.br/revista/edicao-2058/a-avenida-engenheiro-caetano-alvares-torna-se-um-polo-noturno-da-zona-norte/ acesso em 17/04/2009

YÁZIGI, Eduardo, **Esse Estranho Amor dos Paulistanos, requalificação urbana, cultura e turismo**, Global Editora, São Paulo, 2006.

http://www.alshop.com.br/setor_industria.asp. acesso em 13/06/2010.

http://www.cultura.gov.br/site/categoria/politicas/audiovisual. acesso em 05/02/2010

APÊNDICE