

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

LAÍS RAMOS TRISOGLIO

**ESTUDO SOBRE OS PRINCIPAIS MEGAEVENTOS DA CIDADE DE SÃO
PAULO E COMO ESSES PODEM SERVIR DE MODELO PARA OUTRAS
LOCALIDADES EM RELAÇÃO AO TURISMO**

**PONTA GROSSA
2009**

LAÍS RAMOS TRISOGLIO

ESTUDO SOBRE OS PRINCIPAIS MEGAEVENTOS DA CIDADE DE SÃO PAULO E COMO ESSES PODEM SERVIR DE MODELO PARA OUTRAS LOCALIDADES EM RELAÇÃO AO TURISMO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de Bacharel em Turismo, na Universidade Estadual de Ponta Grossa – PR, Área de Ciências Sociais Aplicadas.

Orientadora: Prof^a MS. Graziela Scalise Horodyski

**PONTA GROSSA
2009**

Dedico aos meus pais que tantos sacrifícios fizeram
para que eu pudesse estudar.

AGRADECIMENTOS

À Professora MS. Graziela Scalise Horodyski por ter me orientado nesse trabalho.

À São Paulo Turismo que me atendeu e respondeu as minhas perguntas com tanta rapidez, e autorizou o uso de suas fotos e vídeos.

Ao São Paulo Convention & Visitors Bureau que também me ajudou nas dúvidas sobre a cidade.

Ao Juninho que teve tanta paciência enquanto eu estava escrevendo.

Ao Departamento de Turismo que foi um refúgio durante a faculdade.

Às minhas amigas e meus amigos que merecem todo o meu respeito e amizade.

RESUMO

A presente pesquisa visa descrever os principais megaeventos da cidade de São Paulo, bem como as ações do poder público por meio da São Paulo Turismo para incentivar o turismo em conjunto com o setor de eventos. A escolha do tema se justifica pelo fato de a cidade de São Paulo poder servir de modelo para outras localidades que queiram gerar ou aumentar seu fluxo turístico, respeitando as devidas proporções, visto que São Paulo é a maior metrópole da América Latina e um pólo de turismo de negócios. Assim foi possível observar que o poder público investe no setor de eventos com o intuito de aumentar o fluxo turístico e o tempo de permanência dos visitantes na cidade.

Palavras-chave: Megaeventos. São Paulo. Turismo.

O futuro pertence àqueles que acreditam na beleza de seus sonhos
(Eleanor Roosevelt)

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 –	REVEILLON NA AVENIDA PAULISTA 2009.....	25
FIGURA 2 –	MERCADO MUNICIPAL.....	27
FIGURA 3 –	SAMBÓDROMO ANHEMBI.....	29
FIGURA 4 –	S DO SENNA – INTERLAGOS.....	31
FIGURA 5 –	AVENIDA PAULISTA – NATAL ILUMINADO.....	33
FIGURA 6 –	SÃO PAULO FASHION WEEK.....	34
FIGURA 7 –	PARADA LGBT.....	36

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
CAPÍTULO 1 - A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS PARA O TURISMO E O CENÁRIO ECONÔMICO DA CIDADE DE SÃO PAULO.....	11
1.1. O TURISMO E OS EVENTOS.....	11
1.2. A CIDADE DE SÃO PAULO.....	14
CAPÍTULO 2 - PRINCIPAIS MEGAEVENTOS DA CIDADE DE SÃO PAULO.....	18
2.1. O PANORAMA DOS EVENTOS NA CIDADE DE SÃO PAULO.....	18
2.2. OS PRINCIPAIS MEGAEVENTOS DA CIDADE DE SÃO PAULO.....	23
CAPÍTULO 3 – ESTRATÉGIAS PARA ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS E AS AÇÕES DA SÃO PAULO TURISMO.....	38
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	44
7. REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS.....	46
8. APÊNDICE A.....	49
9. ANEXO 1.....	52
10. ANEXO 2.....	59
11. ANEXO 3.....	65
12. ANEXO 4.....	68

INTRODUÇÃO

O turismo é considerado uma atividade que promove destinos e permite o desenvolvimento de localidades e culturas, gerando renda e crescimento para as comunidades envolvidas. Uma de suas segmentações, conhecida atualmente pela sua eficácia para gerar divisas é o setor dos eventos.

Nesse contexto, a cidade de São Paulo, a maior do Brasil, promove anualmente mais de noventa mil eventos, sendo cerca de quarenta e cinco mil aqueles considerados como eventos de negócios.

A escolha do tema desse trabalho se deve à influência desses eventos na geração de empregos e renda na cidade de São Paulo, pontuando especificamente os megaeventos realizados ou apoiados pela Prefeitura de São Paulo e a São Paulo Turismo (SPTuris), intitulada Empresa de Turismo e Eventos da cidade de São Paulo.

Outro fator a ser considerado é o extenso calendário de eventos oficiais da cidade que será apresentado no presente trabalho com o intuito de especificar o contexto dos megaeventos em São Paulo.

A problemática que se apresenta é de que modo o poder público trabalha o turismo em conjunto com o setor de eventos possibilitando o aumento do fluxo turístico e, conseqüentemente, a arrecadação de impostos e a movimentação financeira na cidade.

Justifica-se pelo fato de a cidade de São Paulo pode servir de modelo para outras localidades que queiram gerar ou mesmo aumentar seu fluxo turístico. Assim, essa pesquisa tem por objetivo geral descrever como são desenvolvidas as estratégias de organização e apoio dos megaeventos realizados na cidade de São Paulo. Também tem por objetivos específicos listar os eventos considerados oficiais a partir de seu calendário e apontar os programas que são desenvolvidos pelo governo para incentivar o turismo entre os participantes dos eventos.

Essa pesquisa se define como descritiva qualitativa, com a intenção de demonstrar a importância dos eventos na cidade de São Paulo para o turismo.

Foram utilizados vários autores que deram suporte a essa pesquisa como: MOESCH (2000), CANTON (2000) e (2002), BACAL (2003), BARRETO (2008) e BRITTO; FONTES (2002).

Essa é uma pesquisa descritiva qualitativa e baseada em pesquisa bibliográfica e documental. As técnicas utilizadas na pesquisa foram coleta de dados, pesquisa bibliográfica e entrevista feita com a Chefe de Coordenadoria de Promoção de Turismo de Negócios da São Paulo Turismo, Carolina Negri.

Metodologicamente esse trabalho se apresenta em três capítulos. O primeiro se intitula “A Importância dos Eventos para o Turismo e o Cenário Econômico de São Paulo” e trata dos eventos como segmento do turismo, trabalhando com conceitos desses e aliando-os ao lazer, e também mostra o cenário econômico da cidade de São Paulo.

Já o segundo capítulo intitulado “Principais Megaeventos da Cidade de São Paulo”, aborda o panorama dos eventos realizados em São Paulo e os megaeventos realizados e/ou apoiados pela Prefeitura de São Paulo e pela São Paulo Turismo (SPTuris), descrevendo cada um e finalmente, o terceiro capítulo intitulado “Estratégias Para Organização de Eventos e as Ações da São Paulo Turismo” trata da estratégia adotada pela SPTuris para a organização e apoio dos megaeventos.

Desta forma, espera-se demonstrar que a cidade de São Paulo pode ser um modelo para outras localidades que queiram aumentar seu fluxo turístico por meio do setor de eventos baseado em um calendário oficial.

CAPÍTULO 1

A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS PARA O TURISMO E O CENÁRIO ECONÔMICO DA CIDADE DE SÃO PAULO

1.1 O Turismo e os Eventos

O turismo é um fenômeno social que ganhou força no início do século XX e vem crescendo desde então, trazendo benefícios para as localidades que o utilizam como fonte de renda e empregabilidade. É uma das principais fontes de lazer para pessoas de todas as idades e tem várias segmentações.

Para entender o turismo, Moesch (2000 p. 9) define que:

O turismo é uma combinação complexa de interrelacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas, em síntese: o produto turístico.

Essa atividade faz parte do setor terciário ou terceiro setor, que é o responsável pela prestação de serviços. Esse setor é definido como o de bens intangíveis e envolve o lazer como um direito social da população brasileira, garantido pelo artigo 6º da Constituição da República Federativa do Brasil.

O lazer é visto pelo terceiro setor como desenvolvimento pessoal e social, e não apenas descanso e diversão. Isso é considerado atualmente pelas empresas como um grande benefício, pois um funcionário que tem o seu tempo de lazer produz mais e melhor, aumentando os rendimentos dessa empresa.

Para Bacal (2003 p. 98):

O lazer se caracteriza pela realização de atividades discricionais (de livre-arbítrio) que se efetivam nesse tempo livre. Essas atividades, dentre as quais se destaca o turismo, são vistas com um fim em si mesmas, despertando no indivíduo sentimentos de bem-estar e satisfação.

O sistema de férias remuneradas foi implantado na Europa no período entre guerras e permitiu que as classes sociais menos favorecidas economicamente pudessem viajar. (BARRETO, 2008 p. 53)

Com essa nova realidade houve uma disseminação do turismo na Europa, mas esse ficou paralisado temporariamente durante a Segunda Guerra Mundial entre 1939 e 1945. Após esse período o turismo começou a se beneficiar do transporte aéreo e essa prática se espalhou para o mundo como principal atividade de lazer para os trabalhadores da indústria entre outros.

Para Canton (2002 p. 69):

[...] é importante frisar que a atuação profissional no lazer se concretiza numa sociedade bastante diversificada, exigindo muitas vezes, no exercício de suas atividades, diferentes funções como planejamento, organização, gerência e avaliação de atividades de lazer. E é nesse campo funcional e estratégico que se instalam, efetivamente, os eventos e a sua organização.

Uma das segmentações do turismo que mais crescem atualmente é o setor de eventos, que pode funcionar como efeito multiplicador do mesmo quando se trata de cidades onde o turismo depende de sazonalidade. Conforme afirma Canton (2000 p. 312): “O crescimento do setor de eventos é uma realidade incontestável no mundo todo. Esse extraordinário crescimento resulta num aumento do volume de negócios proporcional na América Latina”.

Os eventos são geradores de divisas para diversos empreendimentos, e é um fator impulsionador do turismo. Quando acontece um grande evento, ou mesmo de pequeno porte em cidades menores, acontece uma movimentação das pessoas que muitas vezes viajam para as localidades vizinhas ou até mesmo percorrem grandes distancias para aproveitar aquilo que o evento oferece. Com isso, as cidades que o promovem, se beneficiam de forma direta e indireta, pois há movimentação nos hotéis, restaurantes, gera renda para taxistas e para o comércio de forma geral.

Cidades que tem praia como principal atrativo podem aumentar o fluxo turístico na baixa estação investindo nesse setor, o que traria um grande retorno financeiro.

Para Britto; Fontes (2002 p. 34):

A realização de eventos se apresenta, desta maneira, como uma eficiente solução para equilibrar o mercado, constituindo-se em programações organizadas com a finalidade de motivar e orientar a clientela na visita à cidade, principalmente nos períodos de ociosidade da oferta, propiciando, assim, um melhor aproveitamento dos seus atrativos e serviços.

Muitas redes hoteleiras de grande porte tem espaços para realização de eventos e reconhecem a sua importância devido à grande utilização desses, gerando maior renda para o hotel em questão.

Foi na década de 1960 no Brasil que os eventos se tornaram significativos para o turismo, pois nessa época foi construído o Anhembi, considerado o maior espaço de eventos do país, o que estimulou a EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) a investir em espaços semelhantes em outras localidades para aumentar o incentivo a prática de eventos e aumentar o fluxo turístico.

Os eventos podem ser divididos em duas fases dentro da atividade turística, sendo essas os eventos em turismo e o turismo de eventos. Esses conceitos ainda são bastante confundidos, pois não são totalmente aceitos.

O primeiro trata do evento como uma atividade de promoção de uma cidade ou empresa, utilizando-se do marketing como ferramenta para atender as expectativas do turismo, e para Britto; Fontes (2002 p. 30):

Em busca do reconhecimento definitivo do papel do turismo no cenário socioeconômico mundial e sua representatividade, os eventos de turismo vêm demonstrando sua força na divulgação de produtos turísticos e na promoção das ações estratégicas de desenvolvimento, em determinada localidade ou região. Essas atividades chamam a atenção das autoridades governamentais e abrem espaços para novas parcerias e para a realização de novos negócios dentro do mercado globalizado.

Assim sendo, os eventos podem ser considerados como catalisadores do turismo em algumas localidades, e ainda de acordo com Britto; Fontes (2002 p. 29): “Os eventos estão criando oportunidades de viagens, ampliando o consumo, permitindo a estabilidade dos níveis de emprego do setor e promovendo o desenvolvimento e a comercialização de produtos”.

Uma das ferramentas utilizadas para essa divulgação é o calendário de eventos, que pode aumentar as parcerias público-privadas devido à grande divulgação da localidade em que esses eventos acontecem, e pode fazer com que essa cidade seja reconhecida como destino turístico.

Já o turismo de eventos é um “segmento que atua diretamente no receptivo à demanda característica dos eventos em geral” (BRITTO; FONTES 2002 p. 28), e dessa forma é preciso ter uma infraestrutura e um receptivo de qualidade para

atender a demanda proveniente desses eventos, pois esses são responsáveis pelo aumento significativo do fluxo turístico na cidade sede. São vários os tipos de eventos que atraem turistas, mas os principais são: conferências, congressos, feiras, exposições, cursos, shows, solenidades, simpósios entre outros.

Segundo Britto; Fontes (2002 p. 30):

A realização desses eventos vem proporcionar ao grupo de profissionais de uma mesma área a troca de informações a atualização de tecnologias, o debate de novas proposições, o lançamento de um novo produto (cultural, histórico, social, industrial, comercial), que se constituem no melhor desempenho do grupo de interesse em questão. Promovendo a interação dessas pessoas, contribui-se para a geração e o fortalecimento das relações sociais, industriais, culturais e comerciais, ao mesmo tempo em que são gerados fluxos de deslocamento e visitação.

Complementando a idéia dos autores citados acima, Canton (2004 p. 314) se refere à movimentação financeira do turismo de eventos da seguinte forma:

Além dos investimentos físicos diretos, se houver a captação e oferta de eventos que atraiam uma quantidade considerável de turistas, para o município, ocorrerá com certeza um efeito multiplicador de investimentos indiretos e de investimentos induzidos. Os investimentos indiretos ocorrem no setor turístico, pela maior utilização da infraestrutura turística, como alojamentos, restaurantes, agências e operadoras, empresas de transporte, entretenimento, comércio turístico, indústria do artesanato e melhorias nas informações, na capacitação da mão de obra, sinalização, etc.

Essas afirmações mostram que o turismo pode ser um fator capaz de melhorar a qualidade de vida na localidade na qual ocorre, pois para que haja movimentação turística, é preciso que o receptivo esteja em boas condições, o que causa investimento e conseqüentemente melhora a vida dos moradores.

1.2. A Cidade de São Paulo

A cidade de São Paulo é atualmente a terceira maior do mundo com uma população de 10.434.252 milhões de habitantes. Tem 1.530 km² de área, equivalente ao tamanho de Cuba. Tem uma das mais altas taxas de alfabetização do país, que está em 95,4% e tem o terceiro maior PIB (Produto Interno Bruto) do Brasil. Segundo o Programa das Nações Unidas, São Paulo também tem um IDH

(Índice de Desenvolvimento Humano) de 0,841 que é considerado de alto desenvolvimento.

Essa cidade tem um crescimento econômico acentuado que é demonstrado pelos números a seguir, que foram retirados dos portais da prefeitura de São Paulo, do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) (2007), do *Times Online* (2008), do *New York Times* (2009) e do *Webluxo* (2009).

Como exemplo deste crescimento, a cidade de São Paulo tem a maior revendedora Ferrari no mundo, sendo que a segunda fica em Los Angeles, é a quarta revendedora Maserati no mundo, a segunda revendedora Porsche, a segunda revendedora Lamborghini e a única com filiais Rolls e Bentley na América Latina desde o México.

São Paulo também é conhecida por possuir a maior frota de aviões agrícolas do mundo, assim como a maior frota de jatos e helicópteros particulares, e a maior frota de Porsches Cayennes S. Carrera das Américas. Também é a maior consumidora de yachts de longo curso Ferretti, Viareggio e Lucca. Também tem uma oficina mecânica especializada em Ferraris.

A cidade é a única do mundo com quatro lojas Tiffany's, três Bulgari e tem as filiais Louis Vuitton e Mont Blanc que mais lucram. Cerca de oitenta mil paulistas tem casas nos Estados Unidos ou Europa. Tem a maior quantidade de cavalos árabes puro sangue das Américas e também o maior número de profissionais domésticos e seguranças.

São Paulo também é a cidade onde são mais consumidos vinhos com custo acima de US\$87,00 em média, sendo esses vinhos Romanée, Conti, e Grand Crus, e os champagnes Küg Rosé, Cristal e Grande Dame.

Essa cidade tem cerca de setenta shopping centers, sessenta por cento dos milionários brasileiros vivem em São Paulo, onde são efetuadas dez compras por segundo em cartões de débito e crédito. Tem a maior frota de taxis da América Latina contabilizando três mil veículos. Esse número ultrapassa a cidade de Londres que tem atualmente vinte mil taxis.

A capital paulista conta com mais de seis mil pizzarias que produzem cerca de setecentas e vinte pizzas por minuto, e também produz aproximadamente duzentos e setenta e oito sushis no mesmo tempo.

O metrô de São Paulo é considerado um dos mais confortáveis e modernos do mundo e transporta dois milhões e meio de pessoas por dia, e passam pela Avenida Paulista em horário de pico cerca de cinco mil e setecentos carros, e mil e quatrocentos ônibus por hora.

Também conta com duzentos e cinco hospitais, cerca de mil e quinhentas agências bancárias nacionais e internacionais, cento e cinco faculdades, vinte e oito universidades e vinte e três Centros de Educação Tecnológica, sem contar a única universidade pública que não é federal no Brasil e está entre as cem melhores do mundo e em primeiro lugar na América do Sul no ranking do *The Times*.

São Paulo ainda possui doze mil e quinhentos restaurantes sendo quinhentas churrascarias e quinze mil bares. Também conta com duzentas e setenta salas de cinema, sendo que uma delas é a sala Unibanco *Imax*, a maior do país com a maior tela e a melhor tecnologia em projeção de filmes. São cento e vinte teatros e casas de shows, noventa museus, trinta e nove centros culturais. São exibidas por ano mais de quatro mil e oitocentas peças teatrais, cerca de cem por semana.

A Bovespa (Bolsa de Valores do Estado de São Paulo) existe há mais de cem anos e é o maior centro de negociação com ações da América Latina.

A cidade de São Paulo é a capital dos eventos na América Latina, pois nela acontecem mais de noventa mil eventos anualmente. Setenta e cinco por cento das feiras brasileiras são realizadas lá.

Devido à imigração que ocorreu no Brasil, existe uma grande variedade étnica no país, e atualmente São Paulo é conhecida como a terceira cidade italiana no mundo, maior cidade japonesa fora do Japão, maior cidade portuguesa fora de Portugal, maior cidade espanhola fora da Espanha e maior cidade libanesa fora do Líbano.

São Paulo é um modelo de globalização, pois sediou muitas campanhas mundiais, como a *Levi's*, a *Maybeline* e a *Citroën* com o ator americano Kiefer Sutherland. A cidade também é cenário de novelas e filmes, e também da versão brasileira do programa *America's Next Top Model* batizado no Brasil como *Brazil's Next Top Model*. A capital paulista também foi matéria do jornal norte americano *The New York Times* três vezes em menos de dois anos.

Com esses dados é possível perceber a importância da cidade de São Paulo para o Brasil, e a importância dos eventos para a sua economia.

Nesse trabalho trataremos dos megaeventos que acontecem na cidade de São Paulo e que são realizados ou apoiados pela Prefeitura de São Paulo e pela São Paulo Turismo (SPTuris), pois devido à grande arrecadação de impostos e gastos dos visitantes provenientes desses megaeventos, essa pode servir de modelo para outras localidades que queiram investir no setor para gerar ou aumentar seu fluxo turístico.

CAPÍTULO 2 PRINCIPAIS MEGAEVENTOS DA CIDADE DE SÃO PAULO

2.1 O Panorama dos Eventos na Cidade de São Paulo

No capítulo anterior, foi possível ver a relação do setor de eventos com o turismo e como este influencia a geração de emprego e renda para a população e o governo de uma cidade-sede. Também foi mostrado o cenário econômico da cidade de São Paulo. Nesse capítulo será mostrado o calendário oficial dos eventos da cidade de São Paulo, bem como os programas do governo de incentivo ao turismo por meio desses eventos, e o crescimento desse setor na capital paulista.

Na cidade de São Paulo acontecem atualmente cerca de noventa mil eventos por ano segundo a São Paulo Turismo (2009), e também divulga que:

[...] segundo a International Congress & Convention Association – ICCA (na sigla em português, Associação Internacional de Congressos e Convenções), que faz o ranking dos maiores centros de eventos do mundo, a cidade de São Paulo é o maior destino de eventos internacionais das Américas. Além de figurar entre os Top 20 destinos para eventos no mundo, São Paulo ultrapassou destinos como Madri, Sidney, Atenas e Vancouver.

Por meio desses dados pode-se perceber que a cidade de São Paulo é uma grande potência no mercado dos eventos, possibilitando o crescimento do turismo por meio de programas privados e do governo.

Para exemplificar como o turismo é favorecido pelo mercado dos eventos, pode-se citar o programa da São Paulo Turismo que tem o nome “Proposta de Apoio à Promoção e Realização de Eventos na Cidade de São Paulo”, que consiste, como o próprio nome sugere, em um programa de apoio aos eventos realizados naquela cidade, e que está descrito no capítulo três desse trabalho. (Ver anexo 1)

Ainda de acordo com a SPTuris:

Quatro anos após começar a ser promovida como um grande pólo de lazer e entretenimento, os resultados mostram um destino vencedor. A cidade fechou 2007 com índice de ocupação hoteleira inédito de 67% e crescimento de 28% na receita por quarto de hotel ocupado. Ganhou a liderança nas Américas entre os destinos de eventos internacionais e sua arrecadação anual de ISS (Imposto sobre Serviço) ultrapassou R\$110 milhões, em um incremento de 97% desde o início da década. Essas

conquistas mostram que é hora de chegar a novas conclusões, acreditando e investindo na cidade como destino turístico. Mesmo sem a tradicional combinação sol e mar, São Paulo é hoje a primeira do País em turistas e oferece o mundo aos brasileiros e, ao mesmo tempo, um gostinho de Brasil a milhões de estrangeiros.

Estes dados mostram que em uma cidade com a diversidade cultural de São Paulo não sofre com a sazonalidade, pois a atratividade está justamente nessa diversidade, sem depender do turismo de sol e mar. O investimento na área dos eventos funciona como uma alavanca para o turismo.

O governo promove programas como o “Fique Mais Um Dia” entre outros, e os participantes do evento acabam gerando divisas para a cidade, pois se hospedam nos hotéis, utilizam os restaurantes, os serviços de taxis e muitas vezes do metrô, vão aos museus, teatros, monumentos históricos entre outras das várias opções disponíveis de lazer e entretenimento.

Para se ter uma visualização melhor do panorama de eventos em São Paulo, está disponibilizado nesse trabalho, o calendário oficial dos eventos que aconteceram nos anos de 2008 e 2009 na cidade, e que está no portal da SPTuris. (ver anexo 3).

- Janeiro: aconteceu o aniversário da cidade, que ofereceu *shows* gratuitos durante os três dias de programação que são 24, 25, e 26. Também ocorreu o São Paulo *Fashion Week* (SPFW) desfile que começou em 1996 e tem duas edições por ano, a Visibilidade Trans, que é organizada pela CADS (Coordenadoria de Assuntos da Diversidade Sexual), onde são promovidos grupos de discussão e palestras sobre o assunto. E por último foi eleita a Rainha do Carnaval Gay, que na edição de 2008 aconteceu na quadra da escola de samba Rosas de Ouro, localizada no bairro Freguesia do Ó.
- Fevereiro: foi aberto com o Carnaval, quando aconteceu o desfile das escolas de samba de São Paulo no Sambódromo do Anhembi. Também ocorreu a Banda do Fuxico, que abriu as comemorações do carnaval gay e elegeu em 2009 a atriz Rosi Campos como Rainha da Banda segundo a revista eletrônica “A Capa”. Fevereiro terminou com o Ano novo Chinês, onde aconteceram as tradicionais festas e rituais chineses com gastronomia típica entre outras atrações desse tema.

- Março: começou com o Futebol de Rua das *Drags*, que é um evento da boate LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transexuais) *Blue Space*, que tem por objetivo acabar com o estereótipo existente sobre o público da boate. O “Arte na Vila – Festival de Arte da Vila Madalena”, e também aconteceu o “É tudo verdade – Festival Internacional de Documentários”, criado em 1996 pelo crítico Amir Labaki. O *Spirit of London*, que é considerado o maior festival de música eletrônica do Brasil, e terminou com a Semana da Francofonia, que é a festa da língua francesa.
- Abril: acontece o *Hanamatsuri* (Festival das Flores), que por ser uma celebração da comunidade japonesa no Brasil, é feito no bairro da Liberdade e comemora o nascimento de Buda. O *Ibak Cultural – Brasil para Todos*, sendo que *Ibak* é o Instituto Cultural *Bata Kotô*. O *Skol Sensation*, que é um evento que reúne música eletrônica, experiências multimídia e onde é obrigatório o uso de roupas brancas pelo público. Também ocorre nesse mês o *X-Games*, evento de modalidades de esportes radicais que é realizado anualmente.
- Maio: é o mês da Virada Cultural (que em 2008 aconteceu no mês de abril) com 24 horas de apresentações artísticas, o *Skol Beats* que é um evento de música eletrônica, o Inter-Religiosidade, seminário sobre religião e diversidade sexual, o Grande Prêmio São Paulo de Turfe, promovido pelo *Jockey Club*, a Casa Cor, evento sobre arquitetura e decoração, que envolve mais de cento e quarenta profissionais, a Festa do Divino da Freguesia do Ó e a Feira de Artes da Vila Pompéia.
- Junho: os principais eventos giram em torno do público LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transexuais), pois começa com a Parada do Orgulho LGBT, que foi um dos destaques no Salão do Turismo 2009, o Fórum Internacional de Turismo GLS, organizado pela ABRAT-GLS (Associação Brasileira de Turismo para Gays, Lésbicas e Simpatizantes). Também ocorreu a Feira Cultural LGBT no Vale do Anhangabaú, a Caminhada Lésbica aconteceu com o tema O Combate à Violência Contra a Mulher e a Defesa de um Mundo Feminista, o *Miss São Paulo Gay* e o *Miss Beleza Gay*. Em junho também ocorrem a Festa do Imigrante que é realizada no Museu da

Imigração e que tem atrativos folclóricos, e a Festa de *San Vito* que acontece no bairro do Brás, uma tradição italiana comemorada no Brasil devido ao grande número de imigrantes italianos residentes nesse bairro.

- Julho: tem a Segunda Edição do São Paulo *Fashion Week*, o Dia da Pizza que é comemorado todo dia 10 desse mês e é quando as pizzarias fazem promoções especiais, o *Anima Mundi* que é o Festival Internacional de Animação do Brasil, o *Tanabata Matsuri* – Festival das Estrelas, que acontece no bairro da Liberdade e considerado uma das maiores festividades tradicionais do Japão no Brasil. Em julho também acontece o Festival do Japão que tem por objetivo divulgar a cultura japonesa no Brasil.
- Agosto: ocorre a Semana da Visibilidade Lésbica que tem o intuito de fazer com que os homossexuais conheçam os seus direitos. A Festa de Nossa Senhora Achirópita serve pratos típicos italianos preparados pelas senhoras da Paróquia Nossa Senhora Achirópita. Também acontece a Bienal Internacional do Livro e a Feira da Vila Madalena que conta com apresentações de música, moda e gastronomia.
- Setembro: tem o *Mister Gay Brasil*, o Desfile Militar e Cívico da Independência do Brasil (sete de setembro), o Revelando São Paulo – Festa da Cultura Paulista Tradicional, que conta com a participação de diversos municípios do interior do estado de São Paulo, que trazem para a festa suas tradições culturais e sua culinária típica, assim como artesanatos para divulgação e venda dos mesmos. E a Festa de *San Genaro* (São Januário) que acontece no bairro da Mooca e promove a cultura e a gastronomia italianas.
- Outubro: acontece a Bienal Internacional de Artes nos anos pares no pavilhão Cicillo Matarazzo no Parque do Ibirapuera. Nesse mês também acontece a Mostra Internacional de Cinema organizada pela ABMIC (Associação Brasileira da Mostra Internacional de Cinema), o Grande Prêmio Brasil de Fórmula I que acontece em Interlagos e o Corredor Literário na Paulista, onde acontecem diversas atividades relacionadas a literatura. Também ocorre a *Brooklin Fest*, festa alemã que é realizada todos os anos no bairro do Brooklin.

- Novembro: tem o Festival *Mix* Brasil de Cinema e Vídeo da Diversidade Sexual, que de acordo com o próprio portal do festival, foi criado em 1993 e é o maior fórum de cinema LGBT da América Latina e uma das mais importantes vitrines para produções alternativas no Brasil. Nesse mês também acontecem o *Miss World Transex* e a Semana da Consciência Negra.
- Dezembro: tem a Corrida Gay de São Silvestre, organizada pela boate GLS *NostroMondo*, o Natal Iluminado que tem uma programação de roteiros de baixo custo organizados pela São Paulo Turismo, e que percorre os prédios iluminados na cidade, a Corrida Internacional de São Silvestre e o Réveillon na Avenida Paulista que conta com a presença de músicos famosos que apresentam seus shows.

A partir desse calendário, é possível perceber a diversidade cultural existente na cidade de São Paulo. Acontecem eventos de moda, festas étnicas, eventos pela liberdade sexual e cultura tradicional. Também pode-se ver eventos de arte e literatura, entre vários outros.

Os números divulgados pela SPTuris mostram que não é somente o turismo de sol e mar que pode ser desenvolvido com sucesso, mas também o turismo cultural e de negócios, e para Canton (2000 p. 313):

O turismo é a atividade econômica que mais cresce em nível mundial. Uma fatia da economia desse mercado se relaciona com o setor de eventos. Os impactos econômicos causados por esse segmento são inúmeros, além de reduzir os problemas de sazonalidade. O evento é um gerador de demanda para o núcleo. Gera empregos. Incentiva o investimento privado. Gera impostos e traz maior movimentação às cidades. O turismo de eventos é, pois, um investimento e não só eventual lazer ou diversão.

São Paulo é uma cidade que não sofre com a sazonalidade pelo fato de ser a maior metrópole da América Latina, portanto atrai visitantes durante todo o ano devido ao intenso volume de negócios que lá ocorrem todos os dias. O turismo nessa cidade também não depende de fatores climáticos, pois não conta com o segmento de sol e mar. Nesse contexto os megaeventos são o principal fator impulsionador do turismo atraindo um grande número de visitantes que podem permanecer na cidade para desfrutar de tudo o que ela oferece.

Esses megaeventos acabam definindo os períodos de maior ocupação dos hotéis. Um exemplo bastante claro é o Grande Prêmio de Fórmula I, que é considerado pelo presidente da SPTuris, Caio Luiz de Carvalho, “o principal evento turístico de São Paulo” em entrevista para a revista eletrônica G1:

De acordo com a SPTuris por meio do portal “Autódromo de Interlagos”:

O Observatório do Turismo da cidade de São Paulo, núcleo de estudos e pesquisas da São Paulo Turismo (SPTuris), com base em dados da Secretaria de Finanças do Município, estima que o volume de arrecadação do ISS (Imposto Sobre Serviços) vinculada ao grupo 13 (turismo, hospedagem e eventos), acrescida ao Grande Prêmio de Fórmula 1 inserida no grupo 17 (diversões públicas), traga uma arrecadação aos cofres públicos paulistanos no mês de outubro da ordem de R\$ 15 milhões, sem levar em conta os gastos gerados pelos turistas nos três dias do evento, que podem chegar a outros R\$ 260 milhões.

Visto que um único evento pode gerar quinze milhões de reais de ISS pode-se ter uma idéia do quanto São Paulo depende desse setor visto que o Grande Prêmio de Fórmula I que está descrito no subcapítulo 2.2, é o maior deles e tem capacidade para gerar uma renda bastante alta.

De acordo com o Jornal de Turismo (2009):

A arrecadação de ISS com o grupo 13¹, considerado o do turismo por conter gastos com pacotes, hospedagem e eventos, apresentou uma alta de 4,11% de janeiro a maio deste ano, na comparação com o mesmo período do ano passado. O volume total arrecadado nos cinco primeiros meses do ano chegou a R\$ 48.415.040,88, contra os R\$ 46.502.094,19 somados em 2008.

Isso mostra nitidamente o crescimento do turismo em São Paulo relacionado aos eventos e ao setor turístico em geral. A arrecadação de impostos é expressiva quando se fala em megaeventos, devido à intensa atratividade turística envolvida nos mesmos.

A tabela e os gráficos fornecidos pela SPTuris, são referentes aos anos de 2005 a 2007, com estimativas para 2008 estão disponíveis neste trabalho (ver anexo 4). As estatísticas de 2008 e 2009 não estão disponíveis. Com esses gráficos pode-

¹ O grupo 13 se caracteriza por ser o grupo econômico de prestação de serviços, referente ao turismo.

se perceber o crescimento progressivo do turismo na cidade de São Paulo por meio dos investimentos no setor de eventos.

2.2 Os Principais Megaeventos da Cidade de São Paulo

A descrição do calendário de eventos de São Paulo feita no capítulo anterior mostra a variedade e a frequência com que esses eventos acontecem na cidade e como podem trazer benefícios para a capital paulista em termos turísticos.

Nesse capítulo serão vistos os megaeventos que são apoiados pela Prefeitura e pela SPTuris, com o intuito de mostrar quais são os seus principais aspectos e como podem influenciar o turismo na cidade gerando divisas para o estado em forma de impostos, como movimentam a economia local.

Os principais megaeventos que acontecem em São Paulo e são apoiados pela prefeitura são: a festa oficial de *Reveillon*, aniversário da Cidade, Carnaval, Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1, Natal Iluminado, São Paulo *Fashion Week* e a Parada LGBT. (Ver apêndice 1)

A festa oficial de *Réveillon* acontece todos os anos na Avenida Paulista e tem atrações musicais para os paulistanos e visitantes. Sua estrutura em 2009 segundo o portal oficial do evento, contou com um palco de oitocentos metros quadrados de área e sete metros de altura, com painéis eletrônicos entre outros equipamentos e grades de proteção. O som foi de quinhentos mil *Watts* com três quilômetros de alcance, a iluminação contou com um milhão de *Watts* de potência, os telões foram oito no palco e doze ao longo da avenida, sendo painéis de alta definição.

Os efeitos especiais foram feitos com show pirotécnico com duração aproximada de 15 minutos e sendo lançados da cobertura de dois prédios, cinco milhões de papéis laminados, dez mil balões, *skytrackers* e *space cannons*² na avenida, prédios coloridos com super projetores de iluminação e trilha sonora especialmente criada para a virada.

Ainda de acordo com o portal oficial do evento, a limpeza foi feita por duzentos trabalhadores entre varredores, carros pipa e caminhões. A segurança foi

² Canhões de luz de alto alcance

feita por dois mil e quinhentos homens da Polícia Militar (PM), Guarda Civil Metropolitana (GCM) e seguranças particulares.

O serviço médico foi feito por dez ambulatórios equipados para pronto atendimento, dez ambulâncias com médicos, enfermeiros e UTI (Unidade de Terapia Intensiva) móvel.

Também foram disponibilizados trezentos banheiros químicos e sessenta pontos de venda de alimentos e bebidas, e foi montada uma área para pessoas com algum tipo de deficiência na frente do palco.

A região onde ocorreu o evento foi isolada por sete quilômetros de grades de ferro, o público estimado foi de dois milhões de pessoas, sendo cem mil turistas. O evento durou sete horas e gerou três mil e quinhentos empregos diretos e indiretos.

A prefeitura manteve o serviço de metrô funcionando vinte e quatro horas durante o período de festa para facilitar o acesso do público e garantir a segurança no trânsito.

Os shows em 2009 foram das bandas Skank, Babado Novo, Saia Rodada, KLB, Daniel e o fechamento foi feito pela escola de samba paulistana Vai Vai, em um esforço da prefeitura para agradar à maioria dos estilos de público.

A seguir uma foto do Reveillon na Avenida Paulista:



Reveillon na Avenida Paulista 2009

Fonte: http://3.bp.blogspot.com/_1dJFzROCwzY/SVUZflIBVzI/AAAAAAAABcI/MNkKKFPkE_Y/s320/reveillon_paulista.jpg

O aniversário de São Paulo é um megaevento que acontece todos os anos com algumas particularidades e é voltado para o público paulistano, mas nem por isso deixa de atrair visitantes.

Uma de suas tradições é o bolo do Bixiga, que não pode ser feito em 2009 devido à perda de patrocínio que ocorreu no dia vinte de dezembro, cerca de um mês antes da festa. O bolo é feito todos os anos pela Sodepro (Sociedade de Defesa das Tradições e Progresso do Bixiga) desde 1986. Desde a primeira vez que foi feito virou tradição e só em 1997 que não houve bolo devido a um problema com os fornos. O bolo tem a medida da idade de São Paulo, e teria em 2009, quatrocentos e cinquenta e cinco metros.

Essa festa dura três dias e nesse ano teve trinta horas de *shows* e atrações culturais, que foram chamadas pela Folha Online no caderno Cotidiano de “minivirada cultural” e foi realizado no Anhangabaú, centro de São Paulo. Também aconteceram *shows* no SESC (Serviço Social do Comércio) Pompéia e dois eventos para ciclistas, o primeiro “*Bike Tour* São Paulo” com saída da ponte Octavio Frias de Oliveira, também conhecida com ponte estaiada e chegada na USP (Universidade de São Paulo) e o “Pedal do Aniversário de São Paulo” sendo que esse passava pelos locais históricos do centro, saindo do Parque das Bicicletas em Moema, que fica na Zona Sul. Também aconteceram *shows* no Parque da Independência com expectativa de público de vinte mil pessoas. A mesma quantidade esperada no Anhangabaú.

No dia vinte e quatro de janeiro as festividades foram abertas às dez horas com a missa de aniversário da cidade na Catedral da Sé, onde estavam presentes o prefeito Gilberto Kassab e outras autoridades políticas ligadas à cidade e ao estado, porém as comemorações tiveram início no dia anterior e foram encerradas no domingo vinte e cinco de janeiro, dia do aniversário de São Paulo.

A festa contou com diversos *shows* gratuitos e estimulou homenagens por parte de artistas, como o fotógrafo André Douek, que fez uma exposição gratuita de fotos da Rua Augusta no Café Aprendiz localizado na Vila Madalena.

A prefeitura também fez uma edição especial do programa Turismetron, que faz passeios de metrô pela cidade de São Paulo pelo preço de um bilhete, que atualmente custa R\$1,55. Também aproveitou a data festiva para disponibilizar sete bicicletários nas estações de metrô além dos oito já existentes.

Outra tradição do aniversário de São Paulo é uma festa paralela que comemora o aniversário do Mercado Municipal, que completou em 2009, setenta e seis anos e teve como tema da festa um “Tributo ao Samba de São Paulo” com shows de Jair Rodrigues e outros sambistas conhecidos.

Uma das consequências que esse evento traz é a possibilidade do público de baixa renda conhecer a cidade e também aproveitar os programas culturais que normalmente não poderiam pagar, pois esses acontecem gratuitamente ou a baixo custo, sendo uma oportunidade para aqueles que tem interesse.

Outro benefício é a movimentação turística, pois muitos vem à cidade para aproveitar os shows de qualidade com preços baixos, e como a festa dura três dias muitos permanecem até o final, o que gera aumento nas taxas de ocupação dos hotéis paulistanos.

O aniversário de São Paulo contou com shows de Seu Jorge, CPM22, Natiruts, Almir Guineto, Quinteto em Branco e Preto, Matheus e Cristiano e Diogo Nogueira, entre outros durante os três dias de evento.

A seguir uma foto do Mercado Municipal de São Paulo, onde acontece a festa de seu aniversário paralelamente ao aniversário da cidade:



Mercado Municipal
Fonte: André Stefano/SPTuris

Outro megaevento de São Paulo é o Carnaval. Segundo a SPTuris o Carnaval gera atualmente “cerca de vinte e cinco mil empregos diretos e indiretos em cinquenta e dois setores da economia da cidade”, sendo que somente no

sambódromo são cerca de quatro mil, seiscentos e sessenta profissionais entre os setores de produção, estacionamento, alimentos e bebidas, segurança e limpeza.

Ainda de acordo com a SPTuris os dados numéricos do sambódromo são:

Uma pista de 530 m de comprimento por 14 m de largura, com piso de concreto estrutural à prova de alagamento; redes de distribuição de água, esgoto, energia elétrica e telefonia, além da caixa d'água; Área da Concentração: 23 mil m²; Área da Dispersão: 7 mil m²; Arquibancada Monumental (setor B), com capacidade para 7.749 pessoas, além de 10 camarotes; ao longo da pista há 8 (oito) outros conjuntos de arquibancadas, abrigando 1.740 pessoas cada (com exceção dos setores D e G, que comportam 1.447 pessoas), e 103 camarotes com estrutura de sanitários e lanchonetes, que acomodam de 10 a 50 pessoas cada; Acomodação total para pessoas sentadas: 26.246 mil pessoas; Capacidade total (arquibancadas e camarotes): 30 mil pessoas; Sanitários: 580 unidades de fixos; 75 químicos e 50 pré-moldados.

No carnaval de 2009 eram esperadas no sambódromo do Anhembi, cerca de cento e vinte mil pessoas, e foi estimado que o turismo movimentasse quarenta e cinco milhões de reais na cidade. A prefeitura investiu vinte milhões de reais só nas escolas de samba, sem contar os gastos com segurança, limpeza e atendimento médico que foram disponibilizados.

Nos dias de desfile foram preparadas vinte ambulâncias sendo quatro com UTI (Unidade de Tratamento Intensivo) e três postos de atendimento médico. A SPTuris informou que a segurança seria feita por seiscentos e cinquenta policiais militares, setenta e um policiais civis, oitenta homens da Guarda Civil Metropolitana (GCM), mil e sessenta seguranças particulares e setenta bombeiros.

Também houve preocupação com o monitoramento nas entradas que foi feito por câmeras, com a idade dos participantes, pois foi proibida a entrada de menores de cinco anos e crianças e adolescentes de seis a dezesseis anos teriam que entrar acompanhados de pais ou responsáveis. Foi feita revista preventiva nos foliões com o intuito de evitar que entrassem armados.

Foi feito um acesso especial para pessoas portadoras de necessidades especiais sendo que esses pagaram metade do valor do ingresso e tiveram reservados cem lugares por noite. Para coordenar os carros alegóricos foi necessário bloquear algumas ruas no entorno do sambódromo e disponibilizar seis mil e quinhentas vagas de estacionamento ao preço de vinte reais.

O carnaval em São Paulo não acontece apenas no sambódromo do Anhembi, mas também nas ruas da cidade onde acontece o pré-carnaval, que abre o período de festas com o desfile dos blocos de rua e bandas de carnaval que animam a festa gratuita.

O pré-carnaval está cada ano mais organizado devido a ABASP (Associação das Bandas Carnavalescas de São Paulo), pois essa tem parceria com a SPTuris e organiza o carnaval de rua junto com a CET (Companhia de Engenharia de Tráfego), Polícia Militar, Polícia Civil e GCM (Guarda Civil Metropolitana).

Com essas parcerias é possível fazer um carnaval de rua organizado e seguro do ponto de vista do planejamento. Entre os associados da ABASP estão os treze principais blocos e bandas do pré-carnaval.

As escolas de samba do grupo especial de São Paulo do ano de 2009 são: Acadêmicos do Tucuruvi, Gaviões da Fiel, Império de Casa Verde, Leandro de Itaquera, Mancha Verde, Mocidade Alegre, Nenê de Vila Matilde, Pérola Negra, Rosas de Ouro, Tom Maior, Unidos de Vila Maria, Unidos do Peruche, Vai Vai e X-9 Paulistana.

As escolas do grupo de acesso são: Acadêmicos do Tatuapé, Águia de Ouro, Barroca Zona Sul, Camisa Verde e Branco, Combinados de Sapopemba, Dragões da Real, Imperador do Ipiranga e Morro da Casa Verde.

A seguir uma foto do Sambódromo do Anhembi:



Sambódromo Anhembi
Fonte: SPTuris

O Grande Prêmio Brasil de Fórmula I teve início em São Paulo como Primeiro Grande Prêmio Internacional Cidade de São Paulo em 1936, e aconteceu nas ruas da cidade. Nesse evento ocorreu um grave acidente devido à falta de planejamento de segurança, o que acarretou na morte por atropelamento de quatro pessoas e deixou trinta e sete feridos pela piloto francesa Hellè-Nice que dirigia um Alfa Romeo.

Depois desse acidente teve início em 1938 a construção do autódromo de Interlagos, que foi inaugurado com o Terceiro Grande Prêmio Cidade de São Paulo (não há registros de onde foi feito o segundo GP) e uma corrida de motocicletas. (Dados retirados do portal oficial do GP Petrobrás do Brasil de Fórmula I).

O autódromo de Interlagos tem atualmente quatro mil, trezentos e vinte e cinco quilômetros de percurso, e o Grande Prêmio de Fórmula I é atualmente o maior evento de São Paulo em termos de público e é o que gera mais divisas e atrai o maior número de turistas.

De acordo com a SPTuris o público esperado para o 38º Grande Prêmio do Brasil de Fórmula I era de cento e quarenta mil pessoas, sendo que desses, noventa mil eram turistas.

Como foi dito anteriormente, a expectativa de arrecadação de ISS (Imposto Sobre Serviço) era de quinze milhões de reais e que os gastos dos turistas chegassem a duzentos e sessenta milhões de reais, sendo que isso significa 13% a mais que em 2008 quando foram movimentados duzentos e trinta milhões com o evento.

A taxa de ocupação dos hotéis também é alta, girando em torno dos 90% segundo o presidente da ABIH (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis), Maurício Bernardino, que também afirma que o GP “é o melhor evento para a indústria de hotéis”.

Também se estimou que fossem gerados no total cerca de quinze mil postos de trabalho. Com todos esses números, é possível perceber como o Grande Prêmio Brasil de Fórmula I é importante para São Paulo e como movimenta o turismo na cidade.

A seguir, uma foto do autódromo de Interlagos:



S do Sena – Interlagos
Fonte: Wanderlei Celestino/SPTuris

Um evento de grande visibilidade em São Paulo é o Natal Iluminado, que é realizado pela prefeitura de São Paulo junto com a Fecomércio (Federação do Comércio do Estado de São Paulo) e tem atratividade para os moradores e os turistas.

O Natal Iluminado do ano de 2008 contou com tecnologia europeia de ponta para transformar os prédios mais importantes da cidade em telões de grandes proporções. Também aconteceram apresentações de corais, e outros tipos de apresentações artísticas. O nome desse projeto é Circuito Luzes de São Paulo.

Os prédios que tiveram projeções foram o MASP (Museu de Artes de São Paulo), o Edifício Matarazzo que é sede da prefeitura, e o Teatro Municipal, que teve artistas interagindo com as imagens projetadas.

Diversas ruas e árvores foram decoradas com luzes natalinas bem como os parques Tenente Siqueira Campos (Trianon) e Ibirapuera, sendo que nesse último foi montada a árvore de natal da cidade com setenta metros de altura, trinta e um metros de diâmetro e duzentas e quarenta toneladas, feita em parceria com o Grupo Santander Brasil. Ainda no parque Trianon foi feito o projeto “*Silent Disco Noel*” que

segundo a SPTuris é “uma ação interativa onde os participantes dançam com a música veiculada apenas em fones de ouvido.” Já na represa de Guarapiranga foi montada uma árvore de natal feita apenas com luzes em uma ilha no seu centro. A árvore tinha trinta metros de altura.

Os números do Natal Iluminado são os seguintes: Foram dois milhões e quatrocentas mil microlâmpadas utilizadas na decoração; mil e oitocentos reais foi o gasto médio de cada um dos novecentos visitantes diários que passaram pelo terminal turístico vinte e cinco de março; trezentas e quatro bolas feitas de tiras de bambu para enfeitar a Avenida Paulista; oitenta saídas de ônibus para os passeios do roteiro natalino; trinta horas de apresentação do “*Silent Disco Noel*” no Parque Trianon e 70% de economia de energia devido ao uso de lâmpadas de *led*³. (SPTuris 2009)

Foram iluminadas quinhentas árvores na cidade sendo dispostas nas seguintes localizações: Avenida Pacaembu, Avenida Brasil, Avenida Nove de Julho, Avenida Rebouças, Avenida Faria Lima e Avenida Brás Leme. Também foram enfeitadas com quinhentas árvores de festão e lâmpadas de *led* as Avenidas Robert Kennedy e Radial Leste.

Foram criados a preços populares os Roteiros Natalinos, que são passeios feitos de ônibus passando pelos pontos de decoração de natal em São Paulo e esgotaram rapidamente quando foram postos a venda. Também foi feito um roteiro especial do programa “Turismetrô” com passeios natalinos.

Em 2008 foi realizada no Vale do Anhangabaú a 6ª edição da Feira da Natividade que reúne apresentações artísticas com tema natalino e venda de produtos dos associados, que são em geral ONGs (Organização Não Governamental) e associações beneficentes. Uma de suas principais atrações foi o presépio em forma de estrela com vinte metros de altura. A feira tenta resgatar os valores natalinos bem como a religiosidade.

Eventos como esse incentivam as empresas a investir e gerar empregos. Um exemplo disso é a Natura Cosméticos que criou o projeto “Natal Consciente” e construiu e expôs durante o período natalino, dez árvores de natal feitas de material reciclado e com iluminação a base de energia solar, o que mostra que é possível

³ Lâmpada de baixo consumo de energia

economizar e fazer belos enfeites de natal. As árvores foram criação dos artistas plásticos brasileiros Eduardo Srur e Nelson Fiedler, e foram feitas em parceria com a Prefeitura de São Paulo.

A seguir uma foto do Natal Iluminado:



Avenida Paulista – Natal Iluminado
Fonte: Alexandre Diniz/SPTuris

Outro megaevento que acontece em São Paulo é o SPFW (São Paulo *Fashion Week*), que tem duas edições anuais devido às temporadas da moda. Segundo a SPTuris o SPFW atraiu em janeiro de 2009 mais de cem mil turistas para a cidade sendo que esses movimentaram mais de oitenta e cinco milhões de reais nos sete dias de duração do evento.

Um fato interessante decorrente desse evento é que em 2007 o DTP (Departamento de Transportes Públicos) autorizou o credenciamento de quatrocentos taxistas, sendo trezentos de frota para atender ao público. Esses foram orientados na maneira de se vestir e de cumprimentar os clientes, o que mostra a preocupação em receber bem a todos os visitantes melhorando a infraestrutura.

O presidente da SPTuris Caio Luiz de Carvalho afirmou em entrevista para a revista eletrônica G1 que "Aproveitando eventos como o SP *Fashion Week*, as

agências de receptivo e os hotéis montam pacotes especiais e toda a cadeia produtiva é movimentada, gerando ou conservando postos de trabalho"

Essas informações mostram que o SPFW é um evento importante para a movimentação turística da cidade o que gera empregos e aumenta consideravelmente a arrecadação de impostos. São Paulo subiu vinte e cinco posições no ranking da moda de 2008 para 2009 que foi divulgado pela "Global Language Monitor" e ocupa atualmente o 8º lugar.

A SPFW foi realizada no Prédio da Bienal, durou sete dias e teve a seguinte programação:

- Dia 17 de junho – *Osklen*, Patrícia Viera, *2nd Floor*, *Fórum Tufi Duek*, Fábria Bercsek e Do Estilista.
- Dia 18 de junho – *Ellus*, Movimento, Uma Raquel Davidowics, *V. Rom*, FH, Triton e Cia. Marítima.
- Dia 19 de junho – *Iódice*, Maria Bonita, Cori, Alexandre Herchcovitch (masculino), *Huis Clos*, *Blue Man* e *Animale*.
- Dia 20 de junho – Reinaldo Lourenço, Cavalera, Alexandre Herchcovitch (feminino), Anabela Baldaque, OESTUDIO, Água de Coco e *Neon*.
- Dia 21 de junho – Isabela Capeto, Jefferson Kulig, Miguel Vieira, *Amapô*, Ronaldo Fraga, Wilson Ranieri, Rosa Chá (masculino) e André Lima.
- Dia 22 de junho – Pedro Lourenço, Glória Coelho, Maria Garcia, Mario Queiroz, Paola Robba para *Poko Pano*, Simone Nunes, Samuel Cirnansck e *Colcci*.
- Dia 23 de junho – Erika Ikezili, Priscila Darolt, Carlota Joakina, Vide Bula, Reserva e Lino Villaventura.

A seguir, uma foto da São Paulo *Fashion Week*, desfile da coleção do estilista brasileiro conhecido internacionalmente Ricardo Almeida:



São Paulo Fashion Week
Fonte: Décio Figueiredo

Um evento de grande repercussão na mídia é a Parada do Orgulho LGBT que acontece anualmente em São Paulo e tem grande público e apesar de esse evento ser voltado para o público LGBT, ele também é freqüentado por famílias e pessoas heterossexuais.

A Parada do Orgulho LGBT acontece todos os anos na Avenida Paulista, e na sua 13ª edição que aconteceu em junho de 2009 teve a presença de cerca de três milhões e cem mil pessoas (dados divulgados pela Polícia Militar). Esse evento tem como objetivo combater o preconceito contra essa parcela da população, o que não vem sendo fácil de conseguir.

A APOGLBT (Associação da Parada do Orgulho GLBT) divulgou uma nota logo após a realização da Parada de 2009 onde chama a atenção para as agressões que ocorreram durante o evento contra alguns homossexuais. Essa associação pede que sejam criadas leis punitivas contra a violência homofóbica para intimidar as gangues que praticam esse tipo de agressão.

O Secretário Municipal de Participação e Parceria da Prefeitura Ricardo Montoro disse na coletiva de imprensa da APOGLBT:

Gostaria de salientar dois aspectos fundamentais da parada. É um evento turístico que atrai cerca de 400 mil turistas, o que pode gerar uma renda gasta em São Paulo, em torno de 200 milhões de reais. Nós criamos a Cads durante a gestão do prefeito José Serra, orientação que continuou com o prefeito Kassab, e nós temos o Centro de Combate à Homofobia no Pátio do Colégio, onde damos atendimento gratuito a qualquer tipo de

vitimizado. Nós temos mais de um caso por dia de denúncia de perseguição homofóbica. Nós temos, também, na Major Sertório, o Centro de Referência da Diversidade. Há muito que conquistar, mas somos testemunhas na Secretaria de que há muitos avanços e os avanços haverão de continuar com menos homofobia e com mais cidadania.

A Cads é a Coordenadoria de Assuntos de Diversidade Sexual e fica situada na Rua Líbero Badaró em São Paulo, onde tem um projeto que incentiva o turismo LGBT e profissionaliza pessoas para trabalhar com esse público.

Essa profissionalização se torna necessária porque o público é diferente e tem preferências específicas. Geralmente não tem famílias, portanto gastam bastante com viagens e tem como prioridade a diversão.

A Parada do Orgulho LGBT tem uma função social, pois mostra para as pessoas que a diversidade é normal e merece respeito, mas mesmo com as campanhas anti-homofobia ainda acontecem muitas formas de agressão, inclusive na Parada, onde um homem foi morto e outras pessoas ficaram feridas.

Esse evento é tão importante em São Paulo que foi um dos destaques do Salão do Turismo no stand da SPTuris e do São Paulo *Convention & Visitors Bureau*. Esses dados demonstram que o evento intitulado Parada LGBT é um produto turístico comercializado pelas agencias de turismo do país e atrai visitantes de diversos locais.

A seguir uma foto da Parada do Orgulho LGBT (2009):



Parada LGBT

Fonte: http://cicutanalingua.files.wordpress.com/2009/10/foto_parada_gay_geral.jpg

Nesse capítulo foram verificados o calendário oficial de eventos de São Paulo, o projeto do governo de incentivo ao turismo por meio desses eventos, denominado “São Paulo Fique Mais Um Dia” e o crescimento do setor nos últimos anos e foi mostrado como esses eventos geram renda para a cidade e possibilita um crescimento do setor. Também foram vistos os principais megaeventos de São Paulo que são apoiados ou realizados pela prefeitura e pela SPTuris, mostrando como são feitos e como os investimentos tem retorno imediato com esses megaeventos devido ao grande número de turistas que visitam a cidade para participar dos mesmos. Como pode ser percebido, esses megaeventos são de temáticas diferentes e voltados para públicos distintos, e todos tem sucesso quando se fala em geração de empregos e renda para a população.

No próximo capítulo serão vistas as ações da São Paulo Turismo (SPTuris) para desenvolver as estratégias de organização e apoio aos eventos mencionados anteriormente.

CAPÍTULO 3

ESTRATÉGIAS PARA ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS E AS AÇÕES DA SÃO PAULO TURISMO

No capítulo anterior foi apresentado o panorama dos eventos da cidade de São Paulo, baseado no calendário oficial de eventos da cidade, bem como os principais megaeventos realizados ou apoiados pela Prefeitura de São Paulo e pela São Paulo Turismo.

No presente capítulo, serão demonstradas algumas estratégias para a organização e apoio da SPTuris (São Paulo Turismo) para os eventos citados anteriormente, baseado na entrevista aplicada junto a Chefe de Coordenadoria de Promoção de Turismo de Negócios da São Paulo Turismo, Carolina Negri, em outubro de 2009.

A organização de eventos vem sendo um meio bastante utilizado nas cidades para aumentar seu fluxo turístico, e de acordo com Britto; Fontes (2002, p. 200):

As prefeituras vêm se questionando sobre a melhor solução para sair da sazonalidade turística e oferecer seu produto/localidade o ano inteiro. Nesse sentido, as cidades têm observado as orientações da Embratur, de se organizarem profissionalmente na exploração do turismo de forma a produzirem e venderem o produto turístico durante todo o período anual, respeitando a fragilidade de seus atrativos. Uma das recomendações, não só da Embratur como também dos consultores procurados, tem sido a elaboração de um Calendário de Eventos (turísticos ou não turísticos) que contemple todos os recursos e vocações daquela localidade.

Dessa forma, o investimento para a elaboração de um calendário de eventos pode ser entendido como o primeiro passo para aumentar o fluxo turístico de uma cidade, e São Paulo, caso apresentado nesta pesquisa, demonstra resultados favoráveis ao turismo, por meio de estratégias com o foco no setor de eventos. (SPTuris, 2009). De acordo com as autoras, as principais estratégias para organizar um evento são captação, contratação de uma empresa organizadora de eventos, classificação do evento, processo de planejamento e organização (BRITTO; FONTES, 2002, p. 200)

De acordo com Carolina Negri, no caso dos eventos que foram descritos no capítulo anterior não houve um processo de captação, pois São Paulo é a maior metrópole da América Latina, e “devido à importância da cidade no contexto

econômico, cultural e gerador de tendências do Brasil e do mundo”, é naturalmente atrativa para os organizadores de eventos.

Na cidade de São Paulo os eventos são organizados principalmente pela São Paulo Turismo e pelo São Paulo *Convention & Visitors Bureau*, e esses são os responsáveis pela contratação ou não de alguma empresa privada que possa colaborar nessa organização.

Para Britto; Fontes (2002 p.57), os eventos são classificados por “categoria, área de interesse, localização, características estruturais e tipologia”. Quando a classificação é feita por área de interesse, ela acontece de acordo com a proposta do evento e, em alguns casos, essa classificação pode constar no nome, como é o caso do Grande Prêmio de Fórmula I que é um evento competitivo.

Já o processo de planejamento é um pouco mais complexo e leva mais tempo para ser realizado, pois envolve pesquisa de mercado, objetivos, definição de estratégias e elaboração do projeto final. É nessa etapa da organização que são definidas as estratégias não apenas de realização, mas também de prevenção de problemas, como engarrafamentos devido ao intenso fluxo de carros que possam se dirigir ao evento, e também é efetuada a contratação de serviços terceirizados que possam ser necessários para a realização do evento, entre outros.

A organização do evento também envolve algumas etapas e precisa de supervisão em algumas áreas, como supervisão administrativa, que cuida das compras, do controle de estoque e das possíveis vendas. Também conta com um supervisor de logística, que é responsável pelos recursos físicos, materiais e humanos. Outra área que necessita de supervisão é o cerimonial, pois esse garante que sejam efetuados de maneira correta a precedência de lugares, o uso de títulos e símbolos nacionais, e também cuida da etiqueta. Também são necessários supervisores nas áreas financeira e de comunicação. É preciso também contar com um supervisor geral, que comanda todos os outros supervisores para que não aconteçam problemas com a organização do evento.

Quando se organiza um megaevento é preciso ter uma estrutura de receptivo turístico de qualidade, pois como já foi mencionado, esses eventos aumentam significativamente o fluxo turístico de sua cidade-sede. Esse receptivo inclui estrutura de transportes, hospedagem, agenciamento e atividades sociais e turísticas.

As ações da SPTuris ocorrem por meio de um programa denominado “Proposta de Apoio à Promoção e Realização de Eventos na Cidade de São Paulo”, que foi criado para “reforçar a visibilidade e a divulgação da cidade de São Paulo como destino de negócios e de grandes eventos, dos mais variados portes e tipos, nacionais e internacionais”.

Essas ações realizadas pela SPTuris nesse programa são um meio de divulgar a cidade nos eventos cadastrados. O programa funciona da seguinte maneira: o promotor do evento faz um cadastro na SPTuris com quarenta e cinco dias de antecedência e essa divulga o evento no portal oficial da cidade de São Paulo com disponibilização de vídeos institucionais da cidade, fotos e material promocional com sugestões para o material de divulgação do evento.

Por meio do programa “São Paulo - Fique Mais Um Dia”, são disponibilizados aos participantes do evento, a programação da cidade com antecedência, para que esses possam se programar e ficar mais tempo na cidade, fomentando a atividade turística. Essa divulgação é feita no portal do evento, que fica disponível em português, inglês e espanhol. Também é feita por meio de *folders*, *newsletter* eletrônica dos participantes e programação oficial do evento em material impresso.

A primeira etapa da proposta de apoio é a divulgação do evento na Agenda de Negócios/Calendário de Eventos do portal da prefeitura, que aparece como primeira opção na busca do endereço eletrônico *Google*⁴ com a expressão “Cidade de São Paulo”, e que de acordo com o programa tem um crescimento médio mensal de setenta e cinco por cento no número de novos acessos.

A segunda etapa é a disponibilização de vídeos institucionais de São Paulo, bem como fotos em alta resolução, mapas e sugestões de textos promocionais de São Paulo para serem usados na preparação do material do evento, que pode ser enviado antecipadamente aos participantes do evento.

A terceira etapa da proposta de apoio é a disponibilização de informações sobre roteiros turísticos em São Paulo por meio do programa “São Paulo Fique Mais Um Dia” que é um guia turístico da cidade de São Paulo com propostas de passeios variados e que está disponibilizado no anexo 2 desse trabalho.

⁴ O endereço eletrônico www.google.com é atualmente referência mundial em ferramentas de busca na internet.

A quarta etapa é a disponibilização de um mailing (agenda eletrônica) de agências receptivas com cadastro na SPTuris para ofertar City Tours na cidade, além de serviços como *transfer*, reservas em hotéis outros serviços que possam ser solicitados pelos participantes do evento.

Na quinta etapa do projeto é enviada aos participantes do evento bem como aos expositores/palestrantes uma *newsletter* eletrônica (divulgação por *e-mail*) com o nome do evento e sugestões de passeios em São Paulo, com a assinatura da São Paulo Turismo.

A sexta etapa é a inserção do release do evento na sessão “Acontece na Cidade” no portal da Prefeitura de São Paulo. Na sétima etapa é feita uma distribuição de folders promocionais do evento nas CITs (Centrais de Informação Turística) localizadas no aeroporto de Guarulhos, rodoviária do Tietê e Galeria Olido, caso o evento seja aberto ao público.

Na oitava etapa é feita a distribuição de kits VIP para os convidados internacionais, onde é colocado o material promocional da cidade, mapa e uma carta de boas-vindas. A nona etapa é a instalação de uma CIT (Central de Informação Turística) dentro do evento, caso esse tenha mais de cinco mil participantes. A CIT conta com material promocional da cidade e atendentes bilíngues para atender o público.

A décima e última etapa disponibiliza um programa de descontos e benefícios para todos os participantes do evento denominado “Bem Receber”. Esse programa conta com cupons de descontos em vários serviços como passeios, restaurantes, compras, entre outros.

Para que haja concessão do apoio ao evento, são solicitadas quatro ações ao organizador/promotor do evento. A primeira é o preenchimento do “Formulário de Apoio a Eventos” para identificar o perfil do evento. A segunda o preenchimento do formulário “Perfil do Organizador”. A terceira é a divulgação do programa “São Paulo Fique Mais Um Dia” nos meios de comunicação utilizados pelo evento e a quarta é a inserção da logomarca da São Paulo Turismo na seção “Apoio Institucional” ou “Apoio das Comunicações”.

Nesse capítulo foram descritas estratégias de organização de eventos e ações da SPTuris para organizar e/ou apoiar os eventos realizados na cidade e

dessa forma aumentar o fluxo turístico e o tempo de permanência dos participantes desses.

Foi identificado como o poder público por meio da SPTuris trabalha em conjunto com o setor de eventos com o intuito de aumentar o fluxo turístico na cidade de São Paulo e aumentar o tempo de permanência desses turistas.

Também pode-se dizer que São Paulo pode servir de modelo para outras cidades que queiram investir no setor de eventos com o intuito de aumentar seu fluxo turístico desde que sejam observadas e respeitadas as devidas proporções, visto que São Paulo é a maior metrópole da América Latina.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa abordou a importância dos eventos para o turismo e os principais megaeventos da cidade de São Paulo realizados ou apoiados pela São Paulo Turismo, que é o órgão do governo intitulado “Empresa de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo. Além disso foram descritas as ações da SPTuris para incentivar o turismo entre os participantes desses e de outros eventos que acontecem na cidade.

Dessa forma, a problemática encontrada refere-se às ações do poder público em relação ao setor de eventos e como esse trabalha para aumentar o fluxo turístico na cidade, e assim também melhorar a arrecadação de impostos e sua movimentação financeira.

Para tanto, a pesquisa atingiu os objetivos propostos, pois descreveu o panorama dos eventos na cidade de São Paulo baseado no seu calendário oficial de eventos, com o intuito de contextualizar os megaeventos descritos nesse trabalho, bem como foram apontados os programas do governo de incentivo ao turismo ao público desses.

Dessa forma foi possível observar que existe um investimento do poder público no setor de eventos para fomentar o turismo na cidade de São Paulo, o que resulta em um crescimento desse segmento no local, o que também gera emprego, renda e aumenta a movimentação financeira, o que beneficia não apenas o setor hoteleiro, mas também o comércio, entre outros.

Também é interessante dizer que foram percebidos alguns aspectos negativos durante a pesquisa, referentes aos pontos fracos da cidade como problemas com transporte que causam engarrafamento e poluição devido à emissão de gases na atmosfera. Essa poluição também causa alagamentos na cidade, o que dificulta o acesso aos locais dos eventos. Outro aspecto negativo é a violência existente em São Paulo que pode impedir os possíveis visitantes de voltar à cidade em outro momento.

Esta pesquisa foi realizada de maneira descritiva qualitativa, e se baseou em um levantamento teórico sobre o assunto e também em entrevista (Apêndice A) feita com a Chefe de Coordenadoria de Promoção de Turismo de Negócios da São Paulo Turismo, Carolina Negri.

Não foram encontradas dificuldades para a realização desse trabalho visto que as informações sobre os eventos pesquisados e as ações realizadas pela SPTuris estão disponibilizadas no portal oficial da Prefeitura de São Paulo.

Assim, para aumentar o fluxo turístico e o tempo de permanência dos visitantes, a São Paulo Turismo investe em projetos de apoio aos eventos e divulgação da cidade entre os participantes desses, gerando crescimento no seu setor econômico e conseqüentemente aumentando a arrecadação de ISS (Imposto sobre Serviço).

Dessa forma esse trabalho mostrou que a cidade de São Paulo pode servir como modelo para outras localidades que queiram gerar ou aumentar seu fluxo turístico por meio de um calendário oficial de eventos, respeitando as devidas proporções, visto que São Paulo é a maior metrópole da América Latina.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANSARAH, M. G. dos R. (Org.). **Turismo**, como aprender, como ensinar vol. 2. 3. ed. São Paulo, SENAC, 2001.

ANSARAH, M. G. dos R. (Org.). **Turismo**, segmentação de mercado. 6. ed. São Paulo, Futura, 2004.

BACAL, S. **Lazer e o Universo dos Possíveis**. São Paulo: Aleph, 2003

BARRETO, M. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. 17. ed. Campinas. Papirus, 2008.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 7 ed. São Paulo, SENAC, 2002.

BRITTO, J.; FONTES, N. **Estratégias para eventos**. São Paulo: Aleph, 2002

CANTON, A. M. **Eventos**: Ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro setor. São Paulo: Roca, 2002

CARLOS, A. F. A; OLIVEIRA, A. U. de. (org). **Geografia das Metrôpoles**. São Paulo. Contexto, 2006.

DENCKER, A. de F. M. **Pesquisa em Turismo**, planejamento, métodos e técnicas. 9 ed. rev. atual. São Paulo, Futura, 2007.

IGNARRA, L.R. **Fundamentos do Turismo**. 2.ed. rev. ampl. Pioneira Thomson Learning. São Paulo, 2003.

MELO NETO, F. P. de. **Criatividade em Eventos**. 2. ed. São Paulo, Contexto, 2001.

MOESCH, M. **A produção do saber turístico**. São Paulo: contexto, 2000.

NAKANNE, A. **Técnicas de Organização de Eventos**. Rio de Janeiro. SEBRAE, 2000.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo e Planejamento Sustentável: A proteção do meio ambiente.** 14 ed. Campinas – SP: Papyrus, 2008.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA. **Manual de Normalização Bibliográfica:** Para trabalhos científicos. 3. ed. Ponta Grossa. UEPG, 2009.

ZOBARAN, S. **Evento é Assim Mesmo!** Do conceito ao brinde. 1 ed. Rio de Janeiro. SENAC, 2004.

REFERENCIAS ELETRÔNICAS

ANEXO 1 Proposta de apoio à Promoção e Realização de Eventos na Cidade de São Paulo. Disponível em:

<http://www.cidadedesapaulo.com/sp/images/pdf/apoio_portugues.pdf> Acesso em 13 out. 2009

ANEXO 3 Calendário Oficial de Eventos. Disponível em:

<http://www.spturis.com/download/arquivos/guia_diversidade.pdf> Acesso em 13 out. 2009

ANEXOS 3 e 4 Calendário Oficial de Eventos e Tabela e Gráficos. Disponível em:

<http://www.spturis.com/download/arquivos/info_evolucao_turismo_08.pdf> Acesso em 13 out. 2009

ANIVERSÁRIO de São Paulo. Disponível em:

<<http://www.baladas.com.br/noticias/aniversario-de-sao-paulo-contara-com-grandes-shows/1420/>> Acesso em 26 set. 2009

ANIVERSÁRIO de São Paulo Folha Online. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u492379.shtml>> Acesso em 26 set. 2009

ANIVERSÁRIO Mercado Municipal Folha Online. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u493824.shtml>> Acesso em 25 set. 2009

ANO Novo Chinês. Disponível em: <<http://www.anonovochines.com.br/#>> Acesso em 10 out. 2009

ARRECADAÇÃO de ISS com turismo pela Fórmula I. Disponível em:

<<http://www.autodromointerlagos.com/site/conteudo.ler.php?cat=47&id=1331>> Acesso em 22 out. 2009

ARTIGO Eventos Turísticos e seus benefícios para o desenvolvimento do setor.

Disponível em: <<http://www.partes.com.br/turismo/eventosturisticos.asp>> Acesso em 20 set. 2009

BICICLETÁRIOS no Metrô Folha Online. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u493792.shtml>> Acesso em 25 set. 2009

BOLO do Bixiga Folha Online. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u492018.shtml>> Acesso em 25 set. 2009

CMA Proposta para Neutralizar Impactos Ambientais na Copa de 2014. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/politica/2725262/cma-vota-proposta-para-neutralizar-impacto-ambiental-da-copa-do-mundo-de-2014>> Acesso em 20 set. 2009

COMTUR (Conselho Municipal de Turismo) Disponível em:

<<http://www.cidadedesaopaulo.com/comtur/>> Acesso em 13 out. 2009

DOWNLOAD de material anexo. Disponível em: <<http://www.spturis.com/download/>> Acesso em 13 out. 2009

ESCOLAS de Samba do Carnaval SPTuris. Disponível em:

<<http://www.spturis.com/carnaval/2009/escolas.php>> Acesso em 18 set. 2009

EXPOSIÇÃO com Tema da Rua Augusta folha Online. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/videocasts/ult10038u492837.shtml>> Acesso em 25 set. 2009

FOTOS do Carnaval SPTuris. Disponível em:

<<http://www.spturis.com/carnaval/2009/fotos.php>> Acesso em 18 set. 2009

GUIA Brasil de Fórmula 1 2010. Disponível em:

<<http://www.gpbrasil.com/?lang=BR&page=interlagos>> Acesso em 20 out. 2009

HISTÓRIA do Carnaval SPTuris. Disponível em:

<<http://www.spturis.com/carnaval/2009/historia.php>> Acesso em 18 set. 2009

HISTÓRIA do Grande Prêmio de Fórmula 1. Disponível em:

<<http://www.gpbrasil.com.br/sitegp/historia.asp>> Acesso em 20 out. 2009

INSTITUTO Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Disponível em www.ibge.gov.br. Acesso em 15 out. 2009

JORNAL de Turismo. Disponível em:
<<http://www.jornaldeturismo.com.br/noticias/sp/25223-arrecadacaoissturismcapitalpaulista.html>> Acesso em 17 out. 2009

JORNAL Golden Light Businnes. Disponível em:
<<http://goldenlight.biz/jornal/turismodenegocios/leitura?id=2897> > Acesso em 22 out. 2009

NATAL Iluminado SPTuris. Disponível em:
<http://www.spturis.com/natal/2008/pagina.php?id=natal_iluminado> Acesso em 22 out. 2009

NEW York Times. Disponível em www.nytimes.com. Acesso em 16 dez. 2009

NOTÍCIA sobre o carnaval globo.com. Disponível em:
<<http://g1.globo.com/Carnaval2009/0,,MUL988625-16634,00-CARNAVAL+DE+SAO+PAULO+DEVE+RECEBER+MIL+ESPECTADORES+POR+DIA.html>> Acesso em 18 set. 2009

PARADA LGBT g1.com. Disponível em:
<<http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL1198013-5605,00-PARADA+GAY+DE+SP+REUNE+MILHOES+DIZ+ORGANIZACAO.html>> Acesso em 18 out. 2009

PRÉ-CARNAVAL SPTuris. Disponível em:
<<http://www.spturis.com/carnaval/2009/pre-carnaval.php>> Acesso em 18 set. 2009

REVEILLON na Paulista. Disponível em:
<<http://www.reveillonpaulista.com.br/index.php?page=conceito>> Acesso em 25 set. 2009

SERVIÇOS oferecidos no Carnaval SPTuris. Disponível em:
<<http://www.spturis.com/carnaval/2009/servicos.php>> Acesso em 18 set. 2009

SHOWS Aniversário de São Paulo. Disponível em:
<<http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/2009/01/23/aniversario+de+sp+tera+mais+de+30+horas+de+shows+3574909.html>> Acesso em 26 set. 2009

SPTURIS Negócios e Eventos. Disponível em:
<<http://www.cidadedesaopaulo.com/sp/br/negocioseeventos>> Acesso em 17 out. 2009

TIMES Online. Disponível em www.timesonline.co.uk. Acesso em 16 dez. 2009

WEBLUXO. Disponível em www.webluxo.com.br. Acesso em 15 dez. 2009

APÊNDICE A

1. QUAIS SÃO OS EVENTOS CONSIDERADOS MEGAEVENTOS EM SÃO PAULO?

Na verdade eventos podem ser considerados MEGAEVENTOS por diversos aspectos: visibilidade na mídia (como Copa do Mundo, F1, SP Fashion Week, Salão do Automóvel), atração de público (congressos técnico/científicos que atraem mais de 5.000 participantes). Os eventos apoiados pela Prefeitura são os seguintes: festa oficial de "reveillon"; aniversário da Cidade; Carnaval; Grande Prêmio Brasil de Fórmula I; festejos de Natal; São Paulo "Fashion Week", Parada GLBT.

2. QUAIS SÃO AS ESTRATÉGIAS ADOTADAS PARA A CAPTAÇÃO DE UM MEGAEVENTO?

Desconsiderando-se a Copa do Mundo, que realmente teve um processo de captação e tudo foi iniciado, neste caso, com um processo de vontade política por parte dos governantes, os demais eventos muitas vezes acontecem naturalmente em SP devido a importância da Cidade no contexto econômico, cultural e gerador de tendências do Brasil e do mundo. O mercado consumidor, as empresas, as decisões são tomadas na Cidade. Naturalmente é atrativa.

3. QUAL É O PAPEL DO CONVENTION & VISITORS BUREAU, DA SECRETARIA DE ESPORTE, LAZER E TURISMO E DO SÃO PAULO TURISMO NO PROCESSO DE CAPTAÇÃO DE UM MEGAEVENTO?

Como explicado acima, captação de eventos como Copa do Mundo, a São Paulo Turismo foi a coordenadora do dossiê de candidatura preparado para a Cidade (caderno técnico que apresenta todas as características da Cidade conforme regulamento da FIFA). Bem como é a atual coordenadora do Comitê da Copa que encabeçará os trabalhos na Cidade até 2014.

4. EXISTEM OUTROS ORGANISMOS ENVOLVIDOS? QUAIS?

Citando como exemplo a Copa do Mundo, sim, outras secretarias municipais e estaduais que são responsáveis por infra-estrutura urbana (obras e planejamento), mobilidade urbana, segurança também fazem parte do Comitê da Copa.

5. COMO É FEITA A CAPTAÇÃO DE SHOWS INTERNACIONAIS?

A captação de shows internacionais é feita geralmente por produtoras privadas que comercializam estes eventos.

6. QUEM SÃO OS PRINCIPAIS PARCEIROS NA DIVULGAÇÃO?

Quando um megaevento acontece na Cidade buscamos divulgar ao máximo, assim como SPCVB também o faz.

7. QUEM SÃO OS PRINCIPAIS PATROCINADORES?

Varia muito de evento para evento, não tenho como relacionar porque não buscamos por patrocinadores.

8. EXISTEM OBSTÁCULOS PARA CAPTAR OS EVENTOS ESPORÁDICOS? SE SIM, QUAIS SÃO E COM QUE FREQUÊNCIA OCORREM?

Não vejo dificuldades. A cidade possui uma variedade grande de espaços possíveis de realização dos mais variados tipos de eventos.

9. QUAL É O MEGA EVENTO QUE MAIS GERA DIVISAS PARA A CIDADE?

Conforme pesquisas feitas pela SPTuris, e considerando-se os eventos citados na questão 1, a F1.

10. QUAL É O MEGA EVENTO QUE MAIS ATRAI TURISTAS?

Conforme pesquisas feitas pela SPTuris, e considerando-se os eventos citados na questão 1, a F1.

11. QUAL É O TIPO DE PÚBLICO QUE SE TENTA ATINGIR COM CADA EVENTO E QUAL É O PÚBLICO MAIS VISADO?

Cada evento tem um público diferente. Parada GLBT é um evento bem específico, porem conta também com a participação, além do próprio publico GLBT, de muitas famílias. E os megaeventos acabam também sendo aproveitados pelo próprio paulistano.

ANEXO 1