

## Transformações socio-territoriais em metrópoles latino-americanas: uma análise sobre o turismo na produção do espaço urbano de São Paulo

*Profa. Dra. Rita de Cássia Ariza da Cruz<sup>1</sup>*

São Paulo destaca-se no continente latino-americano como segunda cidade mais populosa (hoje com cerca de 11 milhões de habitantes) e, por outro lado, uma das economicamente mais dinâmicas. Tais características convergem para explicar a proeminência que tem São Paulo no mercado do turismo nacional brasileiro bem como no mercado mundial de destinos turísticos.

De um lado, é o dinamismo econômico da metrópole paulista que atrai para a mesma fluxos expressivos de visitantes que a ela acorrem em busca da realização dos mais diversos tipos de negócios, envolvendo desde o comércio informal, localizado no chamado circuito inferior da economia (M. Santos), até grandes transações financeiras, realizadas nas sedes de empresas multinacionais, que mantêm, na cidade, filiais de seus escritórios. Por outro lado, a concentração de riqueza e de renda na cidade, que responde, sozinha, por cerca de 15% do PIB brasileiro, foi social e historicamente produzida e traduz-se em uma igual concentração de infra-estruturas ou, melhor, em uma maior densidade de um sistema de objetos que, somado ao sistema de ações com o qual compõe um par dialético, faz o território da cidade fortemente atrativo, também, à realização de eventos das mais diversas naturezas.

Nesse sentido, portanto, um aspecto particular do desenvolvimento da atividade turística na cidade de São Paulo diz respeito à hegemonia dos segmentos de negócios e de eventos, por vezes entrelaçados. Analisar o lugar do turismo na produção do espaço urbano da metrópole paulista, considerando os segmentos de negócios e de eventos, é o objetivo central desse artigo. Para tanto, recorremos a autores como Harvey (2001), compreendendo que a produção capitalista do espaço e a produção capitalista do espaço urbano, em especial, são, cada vez mais, guiadas pelas lógicas do capital financeiro ou monetário. Partimos, também, do pressuposto de Chesnais (1996: 17-8), segundo o qual “as operações feitas com finalidade lucrativa, para “frutificar” um capital, são por definição (sem que seja uma tautologia) *seletivas*. Não é todo o planeta que interessa ao capital, mas somente partes dele”.

É a partir de tais pressupostos que buscamos contextualizar teórica e espacialmente a forte ampliação do mercado hoteleiro em São Paulo, processo esse diretamente relacionado ao desempenho dos segmentos de negócios e eventos, destacando-se a multiplicação dos hotéis pertencentes a redes internacionais.

No caso específico da hotelaria, elemento representativo da presença espacial do turismo nos lugares, há na metrópole paulista um forte sentido de complementaridade entre os serviços de hospedagem oferecidos por essas estruturas e novas áreas de centralidade, espaços concentradores de sedes de grandes empresas nacionais e multinacionais. O turismo de negócios e o turismo de eventos acontecem de forma difusa pelo território, mas essa difusão espacial tem limites, ainda que imprecisos, dados pelo fato de que a metrópole não é toda ela metropolitana, ou seja, as economias externas e a conseqüente fluidez espacial necessária à objetivação, no território, de

---

<sup>1</sup> Docente do Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, Brasil.

determinadas formas de uso e de apropriação, como é o caso do turismo de eventos e do turismo de negócios, não estão presentes em todos os lugares da cidade. Trata-se, portanto, a produção do espaço urbano metropolitano, de um processo complexo e contraditório do qual o turismo representa apenas uma parte.

## Introdução

São Paulo foi, em 2008, o destino turístico de cerca de 11 milhões de visitantes, sendo, entre esses, 9,3 milhões de brasileiros, provenientes de todas as regiões do país, e 1,7 milhões de estrangeiros, vindos, sobretudo, de países como Estados Unidos, Argentina, Alemanha, França, Chile, Portugal, Itália, Espanha, Inglaterra e México, respectivamente, em ordem de importância.

O número de visitantes que se dirigiram à cidade durante o período de um ano equivale ao tamanho de sua população fixa, valendo ressaltar, todavia, que parte dessa população flutuante concentra-se, por um lado, em determinadas parcelas da cidade e distribui-se irregularmente ao longo do ano, por outro.

Entre os brasileiros que visitaram São Paulo em 2008, conforme dados da São Paulo *Convention and Visitors Bureau*<sup>2</sup>, mais da metade esteve na cidade visitando parentes. Este dado é, em certa medida, revelador do dinamismo econômico da maior metrópole sul-americana, que recebeu e ainda recebe fluxos migratórios significativos de indivíduos que para ela acorrem em busca de melhores condições de vida, principalmente. Daí afirmarmos, em trabalhos anteriores, que boa parte das famílias brasileiras tem ao menos um parente vivendo em São Paulo.

Uma outra face desse dinamismo diz respeito à atração de fluxos expressivos de visitantes de negócios (22,5%), ou seja, mais de dois milhões de pessoas.

O chamado turista de negócio tem um perfil diferenciado relativamente a turistas que viajam por outras motivações, em função de seus gastos serem, em geral, pagos pelas respectivas empresas para as quais prestam serviços bem como serem, também, superiores às médias dos outros segmentos. Ressalte-se, ainda, que mais da metade dos turistas que vieram a São Paulo para realizar algum tipo de negócio são estrangeiros.

Outro segmento que se destaca nas estatísticas de turismo para São Paulo é o segmento do turismo de eventos. Conforme dados oficiais, a cidade de São Paulo sedia cerca de 90.000 eventos por ano. Neste caso, necessário ressaltar a interface existente entre este e o segmento do turismo de negócios, posto que muitos entre os eventos que se passam na cidade são “eventos de negócio”. Segundo a São Paulo *Convention and Visitors Bureau*,  $\frac{3}{4}$  das grandes feiras realizadas no Brasil acontecem em São Paulo.

A mesma pesquisa acima referenciada dá conta de que 19,1% dos 11 milhões de turistas que se dirigiram a São Paulo foram motivados pela realização de compras e outros 21,9% pela busca de atividades culturais.

Tais dados revelam, em parte, o caráter cosmopolita de São Paulo, cidade mundial, que atrai para si contingentes de visitantes, motivados pelas mais diversas razões. O que nos interessa analisar, aqui, todavia, é a dimensão espacial do turismo na cidade, especialmente dos segmentos de negócios e eventos, considerando seu lugar no conflituoso processo de produção do espaço metropolitano paulistano. Nesse caso, *necessário dizer que o aspecto dual dos fluxos turísticos relativos a São Paulo (principal pólo emissor e receptor de turistas do Brasil), somado à complexidade da vida de relações em uma das mais expressivas metrópoles latino-americana fazem de*

---

<sup>2</sup> [www.spcvb.com.br](http://www.spcvb.com.br)

*uma análise centrada na produção de seu espaço um grande esforço metodológico, de modo a não atribuir ao turismo aquilo que não lhe diz respeito...*(Cruz, 2007).

## São Paulo, cidade mundial

A cidade de São Paulo tem o terceiro PIB do Brasil, respondendo por cerca de 15% do Produto Interno Bruto do país, ficando atrás, apenas, do PIB do estado de São Paulo e do PIB nacional. Por outro lado, ao contrário do que apregoam alguns, São Paulo não deixou de ser uma cidade industrial. O que se passou, nas últimas décadas, em verdade, foi uma transformação sensível no tipo de indústria instalada no território da cidade, passando a destacar-se, nesse universo, as indústrias “limpas” ou “inteligentes”, que requerem menores plantas fabris e produzem mercadorias de alto valor agregado.

Além disso, em função da centralidade econômica e de serviços de São Paulo, permanecem na cidade os setores diretos de muitas dessas indústrias cujas plantas fabris foram transferidas para localidades adjacentes ou não à cidade.

Soma-se ao dinamismo econômico, o dinamismo cultural de São Paulo. Setenta e um museus, cento e vinte teatros e quarenta e uma festas populares, que representam apenas parte do patrimônio cultural da metrópole ao qual se somam uma rica gastronomia (segunda cidade do mundo em número de restaurantes) e várias casas de espetáculo de nível internacional.

É esse dinamismo da metrópole que explica, em grande parte, particularidades do turismo no seu território, como é o caso da proeminência dos segmentos de eventos e de negócios.

Como, todavia, afirmara Moraes (2005), “a metrópole não é toda ela metropolitana”, abrigando apenas “fragmentos espaciais de hiper-modernidade”. A cidade de São Paulo encontra-se fragmentada, de um lado, em função de um uso especializado do solo urbano; de outro, em decorrência da profunda desigualdade social entre seus habitantes.

Essas desigualdades são reveladas, ao menos em parte, nos mapas 1,2 e 3 adiante. As regiões do Centro e Sudoeste da cidade, por exemplo, concentram 64% do comércio e dos serviços, conformando-se como grandes pólos geradores de emprego no setor terciário. *O chamado circuito superior da economia urbana (Milton Santos, 1979) concentra-se nessas porções do território metropolitano embora não se restrinjam a elas, pois às mesmas somam-se outras ilhas concentradoras de empresas e de riquezas (Cruz, 2007). É nessas áreas que se concentra o parque hoteleiro da cidade, espaços de eventos e também equipamentos culturais.*

## São Paulo, cidade contraditória

Tal como as outras metrópoles latino-americanas, São Paulo abriga profundas contradições. A pujança da “cidade rica”, capital do estado de mesmo nome, fruto de um processo histórico que a colocou numa posição privilegiada na Divisão Territorial do Trabalho, contrasta com a “cidade real”<sup>3</sup>, da carência de infra-estruturas, de serviços

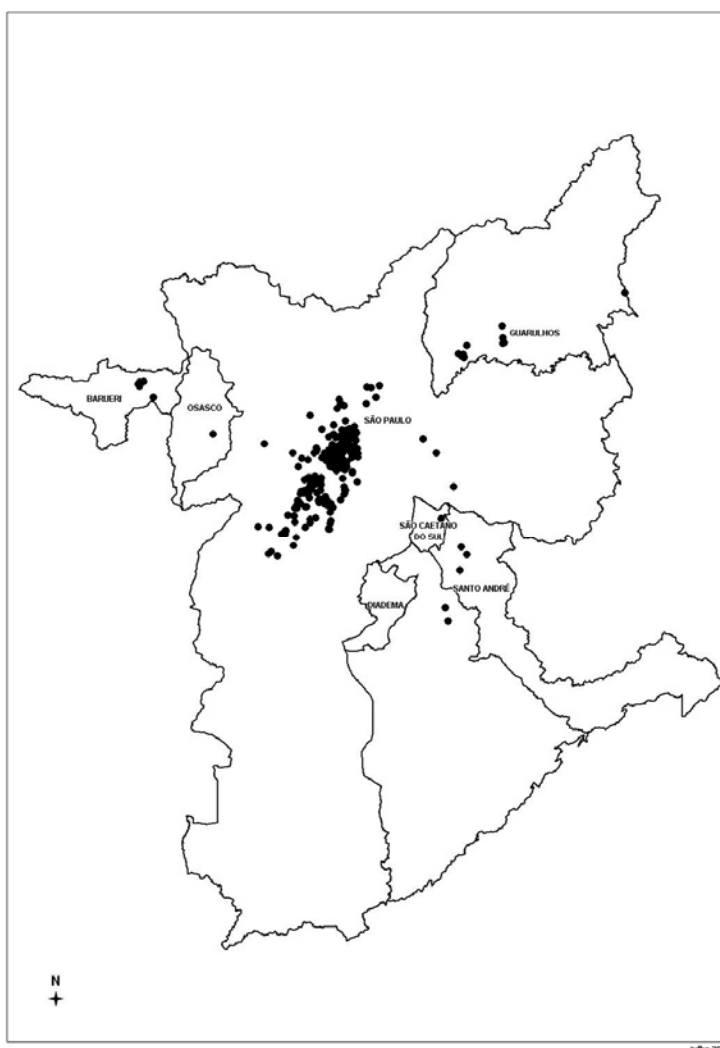
---

<sup>3</sup> O uso das aspas, neste caso, pretende relativizar a expressão, ou seja, a porção rica da cidade, melhor dotada de infra-estruturas e serviços, não é menos real que sua porção pobre. Todavia, a cidade real só é real para aqueles que a vivem ou que têm a oportunidade de conhecê-la, não sendo isso o que ocorre para grande parte daqueles que visitam São Paulo, cujas experiências espaciais são fugazes e territorialmente restritas.

urbanos precários, de sub-moradias, lembrando o que Rodrigo Hidalgo chama de “precariópolis”<sup>4</sup>.

Como atividade espacialmente seletiva, o turismo revela, com clareza, parte dessas contradições. A hotelaria da cidade, por exemplo, retrata, fielmente, o que está afirmado acima. Os pouco mais de 400 hotéis classificados da cidade distribuem-se por uma porção relativamente restrita do território municipal, ao longo do que diversos autores têm chamado de “vetor sudoeste” (Mapa 1). Essa é, também, a porção da cidade que abriga a maior densidade de equipamentos urbanos e que tem o terciário mais desenvolvido da cidade.

Mapa 1 – São Paulo e cidades vizinhas. Distribuição espacial do Parque Hoteleiro (2007)



Fontes: SPOLON (2005); BRAZ (2007)

O parque hoteleiro de São Paulo passou por profunda transformação a partir dos anos 1990. A principal entre essas transformações diz respeito à internacionalização

---

<sup>4</sup> Para Hidalgo, a “precariópolis estatal” corresponde à porção dos territórios metropolitanos das cidades latino-americanas ocupadas por habitações sociais, formando espaços monofuncionais, geograficamente periféricos, segregados e fragmentados.

dessa hotelaria, com a expansão vertiginosa de hotéis de rede. Quanto à sua dimensão espacial, há um forte sentido de complementaridade entre os serviços de hospedagem e as novas áreas de centralidade (Cruz, 2007), espaços concentradores de sedes de grandes empresas nacionais e multinacionais e, por consequência, espaços eleitos do chamado turismo de negócios. As regiões oeste e sul da cidade concentram, segundo Braga (2005), a oferta de hotéis de maior padrão de serviços de São Paulo.

A Avenida Paulista e seu entorno, chamada por Tourinho (2005) de *Centro Direcional*<sup>5</sup>, tem sido também lócus da expansão da hotelaria de rede em São Paulo. A região central, que abriga quase metade dos meios de hospedagem da cidade, concentra os hotéis de menor padrão de serviços (Braga, 2005).

Uma das características do avanço de redes hoteleiras internacionais no Brasil é a *diminuição dos investimentos imobiliários por meio da adoção de sistemas flexíveis de financiamento do imobilizado (time sharing, franquias e contratos de administração) e parcerias com construtoras e incorporadoras* (Prosérpio: 2002:112). No caso da metrópole paulista, esta é, em verdade, uma tendência do setor imobiliário. Conforme colocado por Mariana Fix (2007), *a idéia de “sede própria” perde importância em relação à busca das empresas por maior liquidez e, conseqüentemente, por menor imobilização do seu patrimônio*. Este fenômeno é facilitado pelo surgimento, em meados da década de 1990, de novas modalidades de captação de recursos por parte do setor imobiliário, tais como Fundos de Investimento Imobiliário (FII) e Certificados de Recebíveis Imobiliários (CRI), analisados por Botelho (2005).

A região da cidade eleita pela hotelaria de rede corresponde à maior mancha contígua do que Moraes chama de “fragmento de hipermodernidade” na metrópole, porção esta em que os *city builders* (Fix, 2007, referenciando S. Fainstein, 2001) mostram, didaticamente, o seu poder no processo de “construção da cidade”.

A densidade das infra-estruturas presentes nessa região inclui, entre outros, os equipamentos culturais. Mapeamento realizado pela Prefeitura Municipal de São Paulo (Mapa 2) sobre a distribuição espacial desses equipamentos na cidade revela ser esta uma porção privilegiada do solo metropolitano.

A mesma pesquisa revela que, embora equipamentos culturais de natureza pública estejam presentes em quase todos os distritos da cidade, concentram-se nessa área *core*. Quanto aos equipamentos culturais de natureza privada, além de constituírem parte importante desse universo, distribuem-se, espacialmente, de forma ainda mais desequilibrada, com forte concentração ao longo do vetor sudoeste.

As cartografias da metrópole expressam um sem número de contradições histórica e socialmente produzidas e cristalizadas no solo da cidade, na forma, por exemplo, de edifícios inteligentes, de um lado, e favelas, de outro, aliás, por vezes, geograficamente muito próximos.

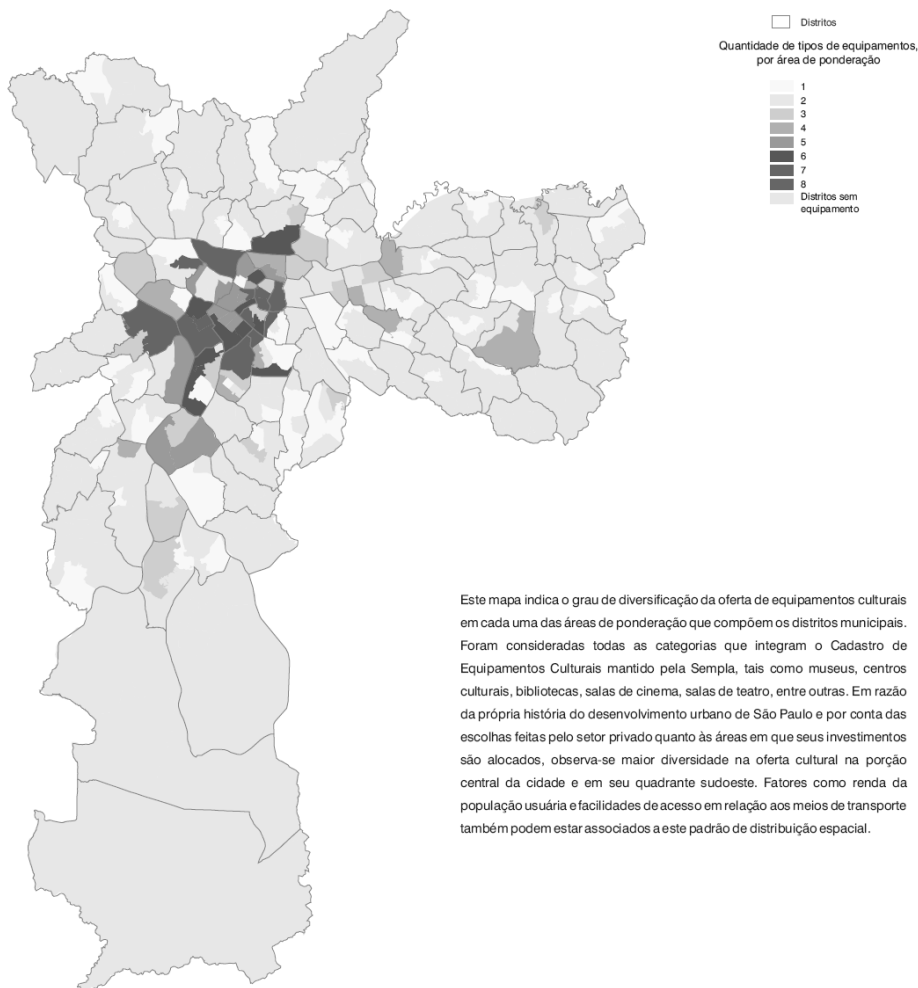
---

<sup>5</sup> Centro de comando, aglutinador de empresas, entre as quais bancos e escritórios de diversas partes do mundo.

## Mapa 2 – Distribuição espacial de equipamentos culturais em São Paulo (2006)

### Oferta e diversidade de equipamentos culturais 2006

#### Diversidade de equipamentos



Fonte: Secretaria Municipal de Planejamento – Sempla/Dipro. Cadastro de Equipamentos Culturais.

Adaptação: André Luiz Sabino (2009)

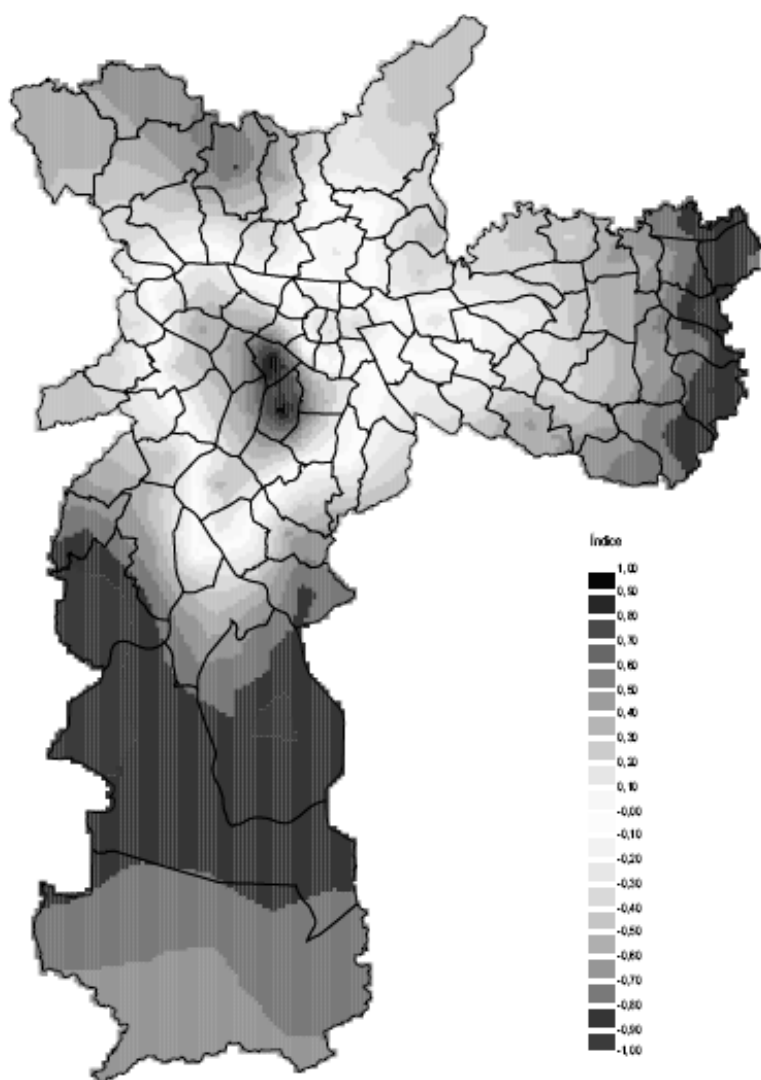
A atividade econômica do turismo, por sua vez, não somente aprofunda essas contradições como, também, tira proveito delas, na medida em que promove o consumo do espaço e a cidade lhe aparece, portanto, também como mercadoria.

Pesquisas coordenadas por Aldaíza Sposati resultaram na construção do Mapa da Exclusão/Inclusão Social em São Paulo (Mapa 3). Este mapa coloca em evidência a “cidade real”, ou seja, a cidade para além de sua projeção simbólica de cidade global. Mas o que é uma cidade global? E o que é ou pode ser uma cidade global em um país que vive na periferia do capitalismo?

Para diversos autores brasileiros (Moraes, 2005; Fix, 2007; Ferreira, 2004, entre outros), São Paulo vive o mito de cidade global, considerando que, em verdade, sua posição hierárquica na rede urbana mundial é uma posição de subordinação frente à

hegemonia de cidades que detêm o comando de parte significativa dos fluxos de capital do planeta.

Mapa 3 – Exclusão/Inclusão Social em São Paulo<sup>6</sup>



Adaptação: André Luiz Sabino (2009)

Conforme afirma Ferreira (2004):

*...a cidade de São Paulo pouco corresponde, em que pese sua imagem "global", a essa expectativa. Por vários ângulos que se procure verificar, a maior metrópole do continente parece mais marcada pelo arcaísmo de sua pobreza e da não-superação dos conflitos herdados da sua formação historicamente desigual e excludente, do que por alguma nova dinâmica urbana determinada pela economia globalizada. Vale lembrar que estamos falando de uma metrópole na*

<sup>6</sup> Extraído de : [www2.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/subprefeituras/projeto/0010](http://www2.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/subprefeituras/projeto/0010)

*qual cerca de 40% da população vive em situação de informalidade urbana, com aproximadamente 1,2 milhão de pessoas morando em favelas..*

Sobre o *apartheid social* (Fix, 2007), em parte demonstrado nas cartografias da cidade, o excerto abaixo é contundente:

*A cidade de São Paulo ganhou 1 milhão de excluídos nos dez últimos anos. Atualmente, dos mais de 10 milhões de habitantes da capital, em torno de 8,9 milhões vivem abaixo de um padrão desejável de vida: além de baixa renda, têm dificuldade de acesso à educação, saneamento, habitação, entre outros serviços. Essa deterioração na qualidade de vida da população em 74 dos 96 distritos em que se divide a capital é resultado da ausência ou inadequação de políticas públicas e da carência na oferta de equipamentos sociais. (Izique, Claudia, **O mapa da exclusão**, 2003)<sup>7</sup>*

Como uma atividade altamente seletiva do ponto de vista espacial, o turismo se realiza em São Paulo reproduzindo essa lógica de concentração espacial de estruturas e serviços, contribuindo para o aprofundamento do abismo social que separa a “estética pós-moderna” (Fix, 2007) da cidade pseudo-global da “precariópolis” da “cidade real”.

São Paulo, uma metrópole, um destino - negócios e eventos na produção do espaço paulistano

Embora os segmentos do turismo de negócios e do turismo de eventos sejam espacialmente difusos pelo território da cidade, ambos contemplam algum grau de concentração espacial.

Considerando a concentração espacial terciário superior em São Paulo no interior do chamado ‘vetor sudoeste’, reconhece-se aí, também, uma certa densidade dos fluxos de turismo de negócios como, em certa medida, atesta a concentração territorial da hotelaria de mais alto padrão de serviços aí presente. Negócios gerando negócios, eis uma das marcas do dinamismo da metrópole.



Renaissance Hotel-SP



Gran Hyatt Hotel – São Paulo

<sup>7</sup> Disponível em <http://www.revistapesquisa.fapesp.br/?art=2034&bd=1&pg=1&lg=>.



As marcas a que fazemos menção no parágrafo acima materializam-se na paisagem na forma de edifícios modernos, alguns dos quais convertidos em ícones da pujança econômica da metrópole. Dois exemplos são o Hotel *Renaissance*, da rede norte-americana Marriot, e o Hotel Gran Hyatt, da Global Hyatt Corporation, também norte-americana, considerado o mais luxuoso da cidade hoje. Ambos localizam-se no setor sudoeste da cidade, o primeiro deles no entorno da Avenida Paulista, principal centro financeiro da metrópole, e o segundo, na borda sul do referido setor, geograficamente próximo do aeroporto de maior movimento doméstico do país (Aeroporto de Congonhas) e das sedes de grandes empresas.

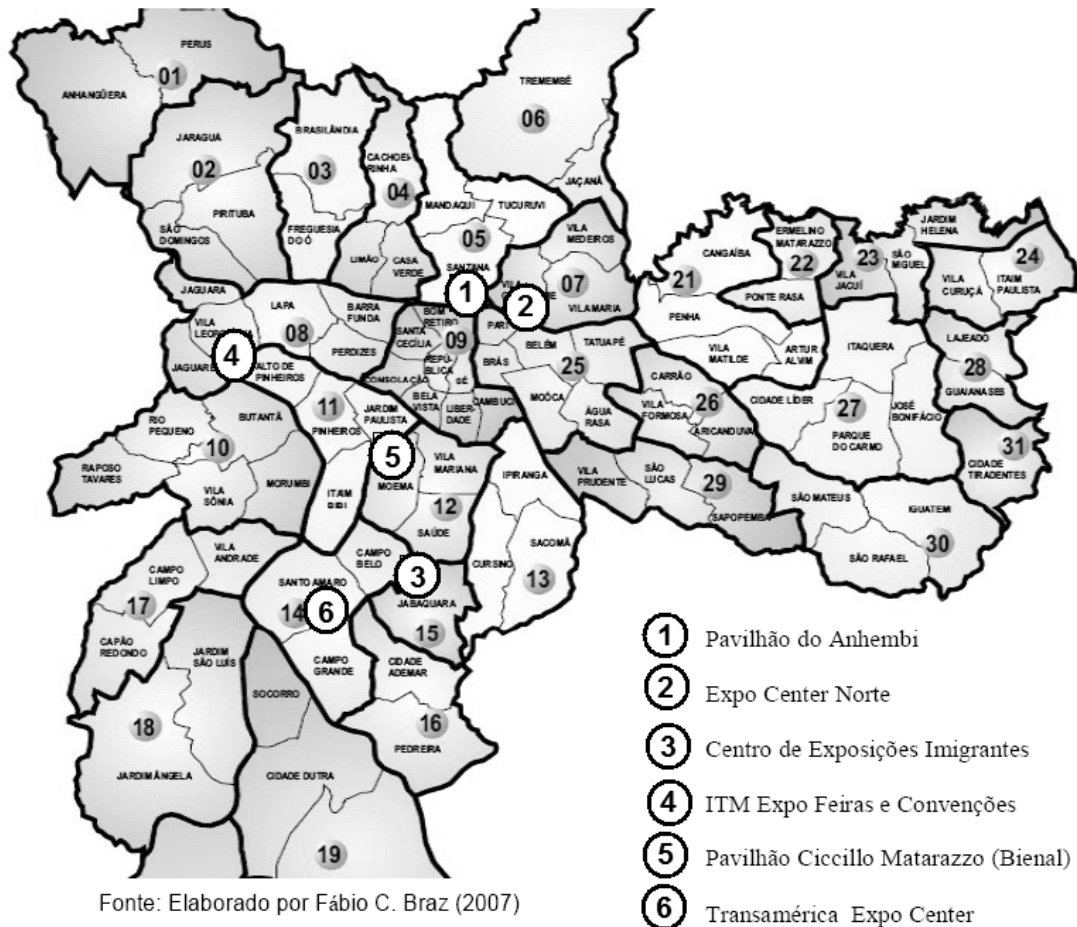
Quanto ao segmento dos eventos, embora encontre-se igualmente difuso pelo território da cidade, o mesmo tem, também, algum nível de concentração espacial, sobretudo em se considerando os grandes eventos de negócio, em geral chamados de “feiras”.

Tais eventos requerem espaços apropriados, posto que atraem quantidades muito significativas de freqüentadores. São Paulo tem cinco grandes espaços de eventos, localizados em áreas estratégicas da cidade no que tange à sua rede de circulação. Conforme apontado por Cruz:

*A ocupação antiga das regiões mais centrais da cidade somada ao preço da terra e dificuldades de circulação por automóvel em função do trânsito freqüentemente intenso, indica uma tendência dessas grandes estruturas de localização marginal às áreas centrais da cidade e lindeiras aos seus grandes eixos viários. Desta forma, as mesmas beneficiam-se das economias externas presentes nestes territórios, gravitando em torno das áreas centrais e, ao mesmo tempo, valorizando esses espaços e dinamizando o comércio local. (2007: 47)*

O Mapa 4, abaixo, mostra a distribuição espacial dos grandes espaços de eventos em São Paulo. Conforme analisado por Fábio Braz (2008), essas grandes estruturas impactam de forma significativa o entorno em que se instalam, gerando aumento expressivo nos fluxos de automóveis, por exemplo, e, também, dinamizando o comércio local.

Mapa 4  
São Paulo – distribuição espacial de grandes espaços de eventos



Fonte: Elaborado por Fábio C. Braz (2007)

Planta base capturada no [www.prefeitura.sp.gov.br](http://www.prefeitura.sp.gov.br)

Adaptação: André Luiz Sabino (2009)

Cabe ressaltar, todavia, que os equipamentos acima mapeados destinam-se à realização de grandes eventos e feiras, mas uma infinidade de outras estruturas menores, muitas vezes no interior dos hotéis, multiplicam-se pelo espaço da cidade, atendendo à crescente demanda dos fluxos turísticos que se dirigem à São Paulo para participar dos mais diversos tipos de eventos.

À guisa de conclusão

O turismo de negócios e de eventos em São Paulo é consequência e causa do dinamismo econômico da metrópole.

Como atividade econômica espacialmente seletiva, o turismo de negócios e de eventos participa, ativamente, de processos de valorização do espaço bem como contribui para o aprofundamento de sua fragmentação, reforçando centralidades pré-existentes.

Por outro lado, ao mesmo tempo em que ambos segmentos apropriam-se de infra-estruturas e equipamentos instalados na cidade em função de outros usos que não

um uso turístico, são responsáveis, também, pela implementação de um novo sistema de objetos que, no plano do simbólico, reforça a imagem da “cidade global”, alimentando, conseqüentemente, essa representação da cidade.

O “mito da cidade global”, por sua vez, contribui para a atração de novos investimentos para São Paulo, criando um círculo virtuoso, conveniente a todos os atores hegemônicos envolvidos na produção do espaço metropolitano. Enquanto isso, a “cidade real” se expande, revelando as faces da contradição.

## **Bibliografia**

- BOTELHO, Adriano. **“Uma trajetória do mercado imobiliário em São Paulo (1554-2004)”**. In: CARLOS, A. F. A & OLIVEIRA, A. U. de (Orgs.) **Geografias das metrópoles**. São Paulo: Ed. Contexto, 2005, pp. 231-252, ISBN 85-7244-321-5.
- BRAGA, Débora Cordeiro. **À margem das feiras de negócios. Uso do tempo livre do turista em São Paulo**. Tese de doutorado. São Paulo, ECA/USP, 2005.
- BRAZ, Fábio César. **Eventos/feiras de negócios na (re)produção do espaço urbano da metrópole: estudo de caso do Parque Anhembi e Centro de Exposições Imigrantes**. Dissertação de Mestrado. São Paulo, DG/FFLCH/USP, 2008.
- CARLOS, Ana Fani. **Espaço-tempo na metrópole**. São Paulo: Editora Contexto, 2001, ISBN 85-7244-185-9.
- CHESNAIS, François. **A mundialização do capital**. Trad. de Silvana Finzi Foá. São Paulo: Ed. Xamã, 1996, ISBN85-85833-14-9.
- CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Geografias do turismo, de lugares a pseudo-lugares**. São Paulo: Editora Roca, 2007, ISBN 978-85-7241-682-5.
- \_\_\_\_\_. **“Os paradoxos do turismo na cidade de São Paulo”**. In: CARLOS, A. F. & OLIVEIRA, A. U. (Orgs.). **Geografias das metrópoles**. São Paulo: Ed. Contexto, 2005, pp. 201-212, ISBN 85-7244-321-5.
- Ferreira, João Sette Whitaker. **“O mito da cidade-global: o papel da ideologia na produção do espaço terciário em São Paulo”**. *Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Fauusp*. São Paulo: dez/2004, N. 16, p. 26-49.
- FIX, Mariana. **Parceiros da exclusão**. São Paulo, Boitempo Editorial, 2001, 256 p., ISBN: 978-85-85934-68-2.
- \_\_\_\_\_. **São Paulo, cidade global: fundamentos financeiros de uma miragem**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007, 191 p. ISBN: 978-85-7559-089-8.
- HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. Tradução de Carlos Szlack. São Paulo: ed. Annablume, 2005, ISBN 85-7419-496-4.
- HIDALGO, Rodrigo. **Diez años de cambios em el mundo, em la Geografía e en las Ciencias Sociales: 1999-2008**. X Colóquio Internacional de Geocrítica, Barcelona, 2008.
- MORAES, Antonio Carlos Robert. **“Geografias das metrópoles: uma introdução”**. In: CARLOS, A. F. & OLIVEIRA, A. U. (Orgs.) **Geografias das metrópoles**. São Paulo: Ed. Contexto, 2005, pp. 13-27, ISBN 85-7244-321-5.
- SÃO PAULO (cidade). Secretaria Municipal de Planejamento. **Município em Mapas: cultura e território – uma análise da economia e dos espaços culturais na cidade**. São Paulo, SEMPLA, 2007.
- PROSÉRPIO, Renata. **O avanço das redes hoteleiras internacionais no Brasil: 1994-2003**. Tese de doutorado. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2003.
- SANTOS, Milton. **A natureza do espaço. Técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Editora Hucitec, 1996, ISBN 85-271-0371-0.

- \_\_\_\_\_. **O espaço dividido – os dois circuitos da economia urbana.** Rio de Janeiro: Editora Francisco Alves, 1979.
- SMITH, Neil. **Desenvolvimento desigual. Natureza, capital e a produção de espaço.** Tradução de Eduardo A. Navarro. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1988, ISBN 85-286-0076-6.
- SPOLON, Ana Paula Garcia. **Chão de estrelas: hotelaria e produção imobiliária em São Paulo, 1995-2005.** Dissertação de Mestrado, São Paulo, FAUUSP, 2006.
- TOURINHO, Andréa de Oliveira. **“Centro e centralidade: uma questão recente”.** In: CARLOS, A. F. & OLIVEIRA, A. U. (Orgs.) **Geografias das metrópoles.** São Paulo: Ed. Contexto, 2005, pp. 277-300, ISBN 85-7244-321-5.