Turismo e Metrô: Parceria Viável[1]

Vanilson Fickert Graciose[2]

RESUMO: A cidade de São Paulo apresenta fluxo turístico considerável, hotéis de diversas categorias, locadoras de veículos, restaurantes dos mais diferentes tipos, uma vida noturna agitada em danceterias, boates, teatros e cinemas, além de inúmeros locais para compras. Todavia não é considerada uma cidade turística, de acordo com o imaginário comum. A cidade apresenta-se cinza e sem atrativos, onde predomina um trânsito caótico e um transporte coletivo incipiente e ineficaz. No entanto, o metrô tem alta taxa de eficiência segundo seus usuários, e a cidade abriga locais de grande importância para a história e a arte do país. Este trabalho demonstra a viabilidade de um roteiro turístico através da região central da cidade, utilizando-se o sistema metropolitano como meio de transporte.

PALAVRAS-CHAVE: turismo, turismo receptivo, turismo cultural, metrô, São Paulo (cidade), Brasil.

ABSTRACT: The city of São Paulo presents a considerable touristic flow, hotels of different themost different kinds of restaurants, an amusing nightlife with discos, night-clubs, stage and movie theatres, besides its thousands places for shopping. Yet it is not considered a touristic city, according to common sense. The city is regarded as gray and not very interesting, where chaotic trafficand an inneficient public transportation rule. Despite that, the subway has the credits for its its highly efficient workand the city itself has many important places for the history and the art of the country. This research wants to show thefactability of a touristic itinerary through the city's downtown, making usage of the subway as its mean of transportation to the described touristic sights.

KEYWORDS: tourism, receptive tourism, cultural tourism, subway, São Paulo (city), Brazil.

1. Artigo extraído do Trabalho de Conclusão do Curso de Turismo de Graciose (1997).
2. Bacharel em Turismo pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.
End.: Av. Barber Greene, 1102 - 07120-260 - Guarulhos - São Paulo - SP - Brasil.
Tel.: (011) 603-4889. E-mail: nissofickert@zipmail.com.br

Considerações Iniciais

A cidade de São Paulo é considerada, pelo senso comum, como local para se trabalhar, onde não existe nenhum atrativo, apenas prédios "modernos", pessoas apressadas e mal-humoradas, uma cidade cinza. Entretanto dados mostram que São Paulo possui um dos maiores parques hoteleiros do país, uma variedade de restaurantes e outros serviços de alimentação, uma vida noturna intensa como qualquer grande metrópole. Possui um patrimônio cultural importante em museus, centros culturais, teatros e edificações; foi palco de acontecimentos históricos relevantes para a história nacional, como as Bandeiras, a Independência do Brasil, a Semana de Arte Moderna de 22, a Revolução Constitucionalista de 1932. Tudo isso desconhecido até por parte de sua população.

A cidade possui um fluxo turístico consolidado, como pode ser observado através do número de desembarques de turistas estrangeiros, com portão de entrada em São Paulo, quedesde 1982 está acima de 150 mil e em 1996 atingiu mais de 550 mil, superando a cidade do Rio de Janeiro. Isto representou o crescimento de 8,1% ao ano. Uma especificidade deste turista é que tem por motivação principal os negócios e eventos ao contrário dos turistas do restante do país, cuja principal motivação é o lazer. Portanto, São Paulo possui uma boa infra-estrutura turística de serviços, um conjunto de atrativos relevantes e um fluxo de turistas considerável, contudo isso não implica receptivo eficiente que integre este conjunto e os satisfaça.

A incipiente malha viária e o trânsito caótico da cidade são apontados não só pelo setor de turismo, mas por toda a sociedade como um dos principais problemas, causadores de atrasos e prejuízos. Contudo o metrô apresenta altas taxas de eficiência, onde mais de 95% das viagens programadas são realizadas (Companhia do Metropolitano de São Paulo, 1996:17-28) e de satisfação, sendo considerado o melhor meio de transporte coletivo da Grande São Paulo (Companhia do Metropolitano de São Paulo, 1997).

A desinformação e desinteresse do "trade" turístico para com o potencial da cidade, as poucas agências, que fazem o receptivo e a divulgação descoordenada através da iniciativa privada e de organismos públicos, fazem com que grande parte desse fluxo permaneça na cidade somente durante os dias úteis. Essas pessoas acabam conhecendo apenas o percurso hotel-empresa ou centro de convenções, não conhecendo os atrativos turísticos que a cidade oferece.

Logo, existe um público potencial – turista e a própria população – que desconhece a riqueza da cidade. Em pesquisa realizada pelo SESC sobre o que o paulistano faz e consome em matéria de cultura, verificou-se que 88% dos entrevistados vêem televisão e 63% nunca visitaram uma exposição de arte (Comida, Diversão e Arte, 1997:5). Isto poderia ser sanado através de um roteiro prático, de qualidade e viável economicamente, tanto para o prestador do serviço quanto para o usuário.

Este trabalho tem por objetivo verificar a viabilidade técnica e comercial de um circuito turístico, tendo como meio de transporte básico o serviço do metrô da cidade de São Paulo. O roteiro prevê caminhadas através das ruas do Centro e utilização do metrô como meio de locomoção até a Avenida Tiradentes.

A relação de atrativos turísticos foi elaborada através de uma pesquisa em dezessete publicações distintas. Essas publicações, elaboradas por organismos públicos e privados, indicavam pontos de interesse para turistas. Do setor público, selecionaram-se informativos da Secretaria de Esporte e Turismo (estadual), da Anhembi Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo (municipal) e da extinta Paulistur (municipal), enquanto do setor privado, o Shopping Center Iguatemi e Mappin (comércio), Mc Donald's (alimentação), American Express (cartões de crédito), *Jornal da Tarde* (comunicação), Panrotas (turismo), entre outros.

Essas publicações não representam a totalidade existente hoje no mercado, tampouco as mais atuais, pois o objetivo era cobrir um período de tempo longo para atingir os últimos governos municipais e estaduais, e dessa forma verificar possíveis distorções quanto à definição dos pontos de interesse da cidade. Igualmente em relação às publicações de empresas privadas, que atuam em setores diferentes e tiveram anos de publicações diversas.

Das publicações, 23,5% são "folders" simples, 23,5% são guias da cidade, com informações mais detalhadas da cidade e arredores, e 53% são mapas das ruas da cidade com indicações dos locais de interesse, como os atrativos, hotéis, restaurantes, consulados, etc. Das dezessete publicações em análise, apenas cinco não apresentavam qualquer tipo de patrocínio ou publicidade de empresas do setor privado, o que demonstra que, apesar da falta de coordenação dos órgãos públicos, o setor privado apóia esse tipo de iniciativas. Patrocinaram as publicações, com ou sem o apoio dos órgãos públicos, empresas do porte do Shopping Center Iguatemi, Mappin, Mc Donald's, American Express, Firestone, entre outras. Veicularam publicidade no material analisado o Parque da Mônica, H. Stern, Amsterdam Sauer, Credicard, Localiza, Avis, Bradesco, VASP, TAM, Telesp, TVA, MultiCanal, Pirelli, Brasilit, Saint Raphael, etc.

Cada local citado nas publicações ou com referência em mapas da cidade foi computado na listagem. No total foram 166 locais indicados nas publicações. Após esta primeira seleção, esses atrativos foram novamente selecionados de acordo com o grau de facilidade de acesso, a partir das estações do metrô. Nesse caso os atrativos foram catalogados em quatro regiões distintas - Centro, Luz, Paulista e outras -, definidas pela sua localização e concentração dos mesmos. Após isso, definiu-se um roteiro que abrangesse significativa parcela dos atrativos, de diversas épocas históricas da cidade, possibilitando uma visão rápida e global de todos os ciclos que

a cidade viveu, desde o tempo dos bandeirantes, passando pelo período do café, da imigração, até os dias atuais.

A respeito da viabilidade técnica, efetuou-se uma pesquisa de campo, visando verificar o tempo gasto para percorrer os atrativos propostos e o horário mais apropriado para o uso do metrô, bem como otimizar o tempo da visita dentro desse itinerário rico de citações históricas e artísticas. Em virtude da grande quantidade de atrativos existentes, optou-se por variar o roteiro proposto, de acordo com o dia da semana. Desse modo, evita-se inconvenientes de mudanças nos dias em que certos atrativos encontram-se fechados.

Verificou-se que o melhor horário para efetuar o roteiro seria no período da tarde, antes das 17h, quando o metrô está com um número menor de trens em circulação, indicando baixa utilização. O roteiro tem a duração de 180 minutos (3 horas), com pausa em um dos cafés existentes no Centro. Estimou-se um grupo de no máximo vinte pessoas, em virtude do espaço físico de alguns atrativos e também para manter a clareza das informações complementares do guia. Em relação à viabilidade econômica, verificou-se através de um pré-estudo as possíveis receitas e os custos da operação, bem como a quantificação de usuários para que o projeto tenha um equilíbrio financeiro.

A Cidade e o Projeto

Metrô

Em 1968 foi criado a Companhia do Metropolitano de São Paulo (Metrô), sendo o primeiro do país a entrar em funcionamento, em setembro de 1974, com 7km de extensão, entre os bairros de Jabaquara e Vila Mariana. Atualmente é responsável pelo transporte diário de 2,5 milhões de passageiros e conta com alto índice de satisfação do usuário. Numa escala de - 100 a + 100, o metrô obteve 88 pontos positivos, sendo considerado o melhor meio de transporte coletivo da Grande São Paulo (Companhia do Metropolitano, 1997).

Em 1996 o número de passageiros transportados pelo metrô chegou a 701.080.

linhas e frota de carros continuar o mesmo desde 1992 (Tabela 1). Na região de abrangência deste trabalho localizam-se as estações República e Anhangabaú, da Linha 3 - Vermelha; São Bento e Tiradentes, da Linha 1 - Azul; e a Estação Sé, comum a ambas as linhas, sendo todas essas estações subterrâneas. A operação comercial d

(intervalo entre os trens) é um dos menores do mundo, e no horário de pico, na Linha 3 - Vermelha e na Linha 1 - Azul, é inferior a 110 segundos, o que é conseguido apenas por mais quatro sistemas de metrô do mundo: Praga, Caracas, São Petersburgo e Paris (Companhia do Metropolitano de São Paulo, 1997).

TABELA 1 - PASSAGEIROS TRANSPORTADOS NO METRÔ 1990-1995

Ano	Passageiros (em mil)
1990	609.385
1991	655.025
1992	623.944
1993	608.617
1994	623.808
1995	694.0278
1996	701.080

Fonte: Companhia do Metropolitano de São Paulo, 1996.

O movimento maior nas linhas do metrô ocorre nos dias úteis, diminuindo substancialmente nos sábados e domingos. Das estações utilizadas para este trabalho, a de maior movimento é a Estação São Bento que recebe 73.116 passageiros (7ª mais movimentada), seguida da Estação República com 64.779 (9ª mais movimentada) e a Estação Tiradentes que possui movimento bem inferior ao das duas anteriores (21.331 passageiros) sendo a 39ª em movimento de passageiros de todo o sistema metroviário (Companhia do Metropolitano de São Paulo, 1996:42-54).

Turismo e Atrativos Turísticos em São Paulo

São Paulo possui aproximadamente 25% do total de estabelecimentos de hospedagem do país, 34,18% das agências de turismo brasileiras que faturam quase US$ 4 bilhões, também responsável por 30% do mercado brasileiro de locação de veículos (Associação Brasileira das Entidades...,s.d:17-72). Esses números mostram que, ao contrário do pensamento comum, o turismo em São Paulo é um importante gerador de impostos, renda e empregos, e de uma maneira diferenciada ao restante do país. O Estado de São Paulo foi responsável por 38,49% da arrecadação de ICMS do Brasil em 1996 (Indicadores IESP, 1997: 29), em que a capital e a região metropolitana representam quase a metade desse valor. É natural para o município que recebe fluxo grande de pessoas a negócios. Em São Paulo, ao contrário do que ocorre em outros grandes portões de entrada brasileiros, a principal motivação da viagem são os negócios (67,4%), seguido do turismo (23,9%), outras motivações (7%) e congressos e convenções (1,7%) (Instituto Brasileiro de Turismo, 1996:19).

O Estado de São Paulo apresentou oscilação quanto ao número de turistas estrangeiros que utilizaram a cidade como portão de entrada. Em 1982, esse número foi de 170.895 turistas, crescendo até 1988 quando atingiu 291.015, caindo para 155.945

em 1990 (Instituto Brasileiro de Turismo, 1996:17), voltando a crescer até atingir mais de 550 mil em 1996 (26% do total nacional), superando o tradicional portão de entrada do país, a cidade do Rio de Janeiro (Silva, 1997: C4).

Todavia, esse fluxo de turistas representa apenas pequena parcela, pois não se considerou o turismo interno que representa o maior percentual. Mesmo em relação às taxas de ocupação dos meios de hospedagem e o número de unidades habitacionais, a quantificação estaria defasada, pois na pesquisa realizada pelo SEBRAE e SPC&VB - São Paulo Convention & Visitors Bureau (1996:10), verificou-se que a maior parcela dos visitantes hospeda-se em casa de parentes e amigos.

Outro dado importante é o total de passageiros, desembarcados no Aeroporto Internacional de São Paulo - Guarulhos, o maior da cidade. Em 1994 foram 3.818.438 passageiros de vôos nacionais e internacionais, saltando para 5.893.136 em 1996, um aumento de 15,56% ao ano (INFRAERO, s.n.t.).

Apesar de todo esse fluxo de turistas, São Paulo carece de um sistema receptivo eficiente, ou seja, adequada integração entre os responsáveis pelos atrativos (museus, igrejas, centros culturais, etc.), as operadoras e agências de receptivo, os organismos públicos de todo os níveis (não só da área de turismo), sindicatos das categorias envolvidas, hoteleiros entre outros. Essa integração deve ter função promotora da cidade, evitando desgastes desnecessários ocasionados pela falta de comunicação entre os setores. A propaganda "boca a boca" apresenta um ótimo resultado. Os órgãos de turismo municipal e estadual não estão coordenados entre si e também não estão muito vinculadas a outras secretarias importantes, como a de Cultura e Segurança.

Pesquisa realizada pelo SEBRAE e SPC&VB (1996: 10-12) constatou que menos de 30% dos turistas nacionais visitaram algum museu, igreja ou monumento da cidade e apenas 3,2% utilizaram os serviços de agências de receptivo. Verificou-se ainda que o sistema de informações turísticas da cidade apresenta falhas, principalmente em relação ao turismo interno. Apenas 25,8% dos turistas nacionais tiveram acesso a esse tipo de serviço, ao contrário dos 73,1% de turistas estrangeiros. Portanto não é de se estranhar que o grau de conhecimento dos atrativos e dos serviços de entretenimento seja tão baixo entre os viajantes nacionais, enquanto os estrangeiros procuram conhecer mais a cidade. O turista estrangeiro, talvez por sentir-se vulnerável num país cuja principal imagem apresentada no Exterior é uma mistura de exotismo e desigualdades sociais, procura obter maiores informações nos poucos locais que oferecem material informativo, mas uma parcela significativa (31,5%) considerou como regular e ruim tal serviço (SEBRAE e SPC&VB, 1996: 14).

Por outro lado, quando solicitado aos turistas possíveis sugestões para o turismo receptivo da cidade, as que se relacionavam com a melhoria do tráfego, acesso e meios de transporte representou 35,7%, o maior índice para os turistas nacionais, enquanto entre os estrangeiros 23,5% desejavam aumento no material específico informativo (SEBRAE e SPC&VB, 1996: 13-16). Verifica-se o potencial de um roteiro turístico que não utilize o congestionado sistema viário do município e, ao mesmo tempo, seja eficiente, seguro e de fácil locomoção.

Em relação aos locais de visitação, após a identificação dos atrativos turísticos

existentes na cidade, esses foram ordenados de acordo com o número de citações. Em 88,2% das publicações pesquisadas, os locais com maior índice de citações foram: Instituto Butantã, Parque do Ibirapuera, Museu de Arte de São Paulo - MASP, Museu de Arte Sacra e Museu Paulista. Selecionaram-se atrativos em áreas cujo acesso é facilitado através das estações do metrô e, a partir desse universo, iniciou-se o processo de sua seleção, dividindo-os em quatro regiões distintas, definidas geograficamente pela sua concentração. As regiões denominam-se Centro (na área central da cidade), Luz (região próxima à Estação Luz), Paulista (região da Avenida Paulista) e outras (demais áreas).

Roteiro

Um roteiro próximo do ideal deve conter atrativos diferentes entre si (igrejas, museus, parques) e um tempo determinado de modo a não cansar os participantes. Inicialmente, idealizou-se uma visita a um atrativo natural, mas estes ou estavam longe do metrô (Parque do Ibirapuera), fora da abrangência deste estudo (Parque Trianon), ou em estado de conservação incompatível para a visita de turistas (Parque da Luz). O itinerário terá como ponto de partida a estação República do metrô, seguindo pelo Centro Novo, atravessando o Viaduto do Chá, caminhando no Centro Velho até à Estação São Bento, onde segue-se de metrô até a Estação Tiradentes em direção ao Museu de Arte Sacra, último atrativo do roteiro proposto. Escolheram-se essas duas regiões (Centro e Luz), em face do grande número de locais de interesse histórico e de épocas diversas da história da cidade de São Paulo. Esta área concentra 66% dos atrativos mencionados na pesquisa e se encontra próxima às estações das duas linhas do metrô em análise.

Além dos atrativos verificados na pesquisa, existem outros não menos curiosos ao olhar do turista e da população em geral. O trajeto proposto terá início na Estação República do metrô e término no Museu de Arte Sacra, junto à Estação Tiradentes, exceto às segundas-feiras, quando o final acontecerá na Estação São Bento, utilizando-se os seguintes logradouros: Estação República do metrô (Praça da República com Avenida Ipiranga), Rua Barão de Itapetininga (calçadão), Praça Ramos de Azevedo, Viaduto do Chá, Praça do Patriarca, Rua Líbero Badaró, Largo São Francisco, Rua Benjamin Constant, Praça da Sé, Rua Floriano Peixoto, Rua Roberto Simonsen, Pátio do Colégio, Rua Boa Vista, Rua Três de Dezembro (calçadão), Rua Quinze de Novembro (calçadão), Praça Antônio Prado (calçadão), Avenida São João (calçadão), Rua Líbero Badaró, Largo de São Bento, Estação São Bento, Estação Tiradentes e retorno à Estação República (opcional).

Na Estação Tiradentes (ou São Bento) o guia deverá acompanhar o grupo de interessados até à Estação República, ponto inicial. O trecho compreendido entre a Estação República até à Estação São Bento será feita a pé, enquanto o trecho da Estação São Bento ao Museu de Arte Sacra - Estação Tiradentes será feito através do metropolitano. Os atrativos selecionados foram agrupados em dois grupos: de *visitação*, aqueles cujas características propiciem a visita ao local, como museus e igrejas, e de *observação*, aqueles locais de relevância informativa, como edifícios de interesse histórico ou arquitetônico, e locais de acontecimentos relevantes para a história. Os atrativos a serem visitados são:

- Igreja Santo Antônio;
- Largo São Francisco / Igreja São Francisco de Assis;
- Catedral da Sé;
- Pátio do Colégio - Museu Casa de Anchieta - Capela de Anchieta;
- Solar da Marquesa de Santos;
- Edifício Banespa;
- Mosteiro e Basílica de São Bento;
- Igreja e Convento da Luz;
- Museu de Arte Sacra.

No trajeto há ainda vários outros locais, como a antiga Escola Normal Caetano de Campos, o Edifício Mackenzie (futuro shopping) o Teatro Municipal, entre outros. Todavia o tempo proposto de 180 minutos para a visitação impede que todos os atrativos sejam vistos de uma só vez. A pesquisa de campo verificou que gastam-se 53 minutos para percorrer todo o itinerário, tempo esse referente ao circuito em si e a pequenas paradas para indicação de pontos de valor cênico ou histórico de importância, e 127 minutos a serem divididos entre as visitas aos atrativos e ao intervalo para o café, totalizando assim 180 minutos que seria o tempo máximo de uma visita sem que os usuários terminem fatigados. Os roteiros diários são apresentados na Tabela 2.

TABELA 2 – ROTEIROS DIÁRIOS PROPOSTOS

Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Domingo
República	República	República	República	República	República	República
Igreja Sto. Antonio	Igreja Sto. Antonio	Igreja São Francisco	Igreja Sto. Antonio	Igreja São Francisco	Igreja Sto. Antonio	Igreja São Francisco
Igreja São Francisco	Catedral da Sé	Mirante Banespa	Catedral da Sé	Solar da Marquesa	Catedral da Sé	Solar da Marquesa
Catedral da Sé	Museu Anchieta	Café	Museu Anchieta	Café	Museu Anchieta	Café
Mirante Banespa	Café	Abadia São Bento	Café	Abadia São Bento	Café	Museu de Arte Sacra
Café	Museu de Arte Sacra	Museu de Arte Sacra	Museu de Arte Sacra	Museu de Arte Sacra	Museu de Arte Sacra	
Abadia São Bento						

Convencionou-se o tempo de visita entre 15 a 20 minutos, exceto o do Conjunto do Museu de Arte Sacra e o da Igreja da Luz que terão 50 minutos para visitação, por ser o maior e mais organizado museu do roteiro. Para o café serão gastos 22 minutos de terça-feira a domingo e 28 minutos às segundas-feiras. A caminhada às segundas-feiras também ocorrerá num ritmo mais lento, pois como não há possibilidade de visitação do Museu de Arte Sacra, eliminou-se aproximadamente 7 minutos do trajeto entre a Estação São Bento e a Estação Tiradentes.

Faz-se necessário uma parada durante o trajeto para descanso e alimentação, em um dos diversos cafés do Centro, um hábito característico de São Paulo, principalmente em um passeio onde as referências ao café, como promotor da riqueza da cidade, são evidentes. Em virtude da sua localização, o lugar mais propício para esta parada será o Café Martinelli, no número 508 da Rua Cásper Líbero. O Edifício Martinelli, um dos marcos da cidade, aliado a sua decoração, dão a este café uma atmosfera especial. Atualmente o Café Martinelli não funciona aos finais de semana, sendo necessário um outro local nesses dias. A parada para o café aconteceria antes da visita à Abadia de São Bento ou ao Museu de Arte Sacra, de acordo com o dia.

Outro problema refere-se à incompatibilidade de horários dos vários locais. Segundo Pires (1997:2), "isso já é um reflexo da falta de tradição em visitar esses lugares" e desse modo locais de grande interesse turístico permanecem fechados em horários propícios à visitação e sem qualquer "souvenir" para ser adquirido. Assim, acabam perdendo recursos importantes para a manutenção de seus acervos. Em cada roteiro estará incluída visita a quatro atrativos e excepcionalmente às segundas-feiras haverá cinco atrativos, além da parada em um dos cafés existentes na região central.

Os tempos dos roteiros foram dimensionados em relação ao tempo total de 180 minutos (Tabela 3). O tempo necessário para a visita a um local varia de acordo com o grau de interesse do usuário, principalmente em relação às igrejas. Os roteiros propostos apresentam apenas uma amostra dos atrativos existentes na região, pretendendo despertar nas pessoas o interesse em visitar mais atentamente esses locais.

Em relação à segurança, item tão importante e principal motivo da imagem ruim que a região central possui junto à sua própria população, pode-se salientar que o índice de criminalidade, durante o horário comercial, na região é inferior a outras áreas importantes, como os Jardins (Pires, 1997:2). Fora do horário comercial a área não apresenta movimento, ocasionando a sua utilização por outra população de rua, principalmente à noite, mas como empecilho para o roteiro isso é mais forte nos finais de semana. Outro problema que acaba deteriorando a imagem do Centro é a grande quantidade de camelôs, que dificultam o caminhar e impedem a apreciação das edificações, bem como a sujeira da região, muitas vezes agravada pela presença dos ambulantes[3]. O roteiro procurou, dentro das possibilidades, evitar os locais de maior concentração desses trabalhadores. Todavia o turismo pode ser mais um fator nas tentativas de recuperação da região central, possibilitando um fluxo fora do horário comercial e a abertura do comércio nesse período.

3. Segundo o Instituto Brasileiro de Turismo (1996:19), a limpeza pública foi o terceiro item com maior menção de grau ruim (29,2% dos turistas estrangeiros), atrás apenas do transporte urbano (32,2%) e da sinalização turística (33,7%). O item segurança ficou em quarto lugar com (25,2%).

TABELA 3 - TEMPO GASTO PARA VISITAÇÃO (EM MINUTOS)

Atrativos	Segunda-Feira	Outros Dias
Igreja Santo Antonio	15	15
Igreja São Francisco	15	15
Catedral da Sé	25	20
Solar da Marquesa	F	20
Museu Anchieta	F	20
Mirante Banespa	25	20
Café	27	22
Abadia São Bento	20	20
Museu Arte Sacra/Igreja da Luz	F	50
Caminhada	53	53
Tempo Total (em minutos)	**180**	**180**

F=Fechado

Viabilidade Técnica, Econômica e Social

O metrô, com um percentual alto de 95% das viagens programadas sendo realizadas, pode utilizar os números propostos para calcular a viabilidade técnica de sua utilização, sem interferir de modo significativo na operação normal, nem no conforto dos visitantes (Companhia do Metropolitano de São Paulo, 1996:17-28). Através dos dados fornecidos pelo Metrô calculou-se que, em 1996, a média de passageiros por vagão nos dias úteis foi de 220 na Linha 1 - Azul e 168 na Linha 3 - Vermelha. Todavia esses números médios de pessoas por vagão estão superestimados nos dias úteis, uma vez que refletem a média do dia, enquanto o período proposto será fora do horário de pico, portanto com um número inferior de passageiros.

O horário ideal para a realização deste roteiro será das 13h30 às 16h30. Nesse horário o número de trens programados é o menor do dia (menos de 29 trens), tanto na Linha 1 - Azul quanto na Linha 3 - Vermelha. Isto significa que nesse horário o fluxo de passageiros é o mais baixo do dia e dessa forma a utilização de um vagão reservado para os participantes do roteiro não afeta a operação geral do metropolitano (Companhia do Metropolitano de São Paulo, 1996: 17-28). No caso em que o grupo atrase e acabe entrando no metrô em horário de pico, não terá dificuldades, pois o trajeto entre a Estação Tiradentes até à Estação da Sé e depois em direção à Estação

República possui menor movimento, uma vez que o sentido é oposto ao do grande fluxo de retorno (pico da tarde). Esse horário também é propício para captar os participantes dos eventos cuja realização, na maioria, efetua-se no período da manhã.

A fim de viabilizar menor preço ao público, a empresa que administrará o roteiro deverá, no caso de promover este único, uma estrutura enxuta. Visualiza-se uma microempresa cujos sócios serão também guias. Há necessidade de dois guias fixos e um funcionário para efetuar o recebimento e fornecer informações ao público. Faz-se necessário prévio acordo entre os locais a serem visitados, o agente de receptivo e o metrô garantindo o roteiro completo. Este trabalho é necessário, uma vez que não existe um órgão que sistematize dias e horários dos atrativos, como em outros locais do país (Pires, 1997:2) e dessa forma evita-se que a visitação fique na dependência do humor dos responsáveis pelo atrativo.

Conforme o aumento da demanda e dos roteiros torna-se necessária a contratação de guias fixos pela empresa. No início, quando ocorrer a contratação para grupos fechados utilizar-se-ão guias terceirizados, devidamente cadastrados e legalizados junto à Embratur e ao sindicato. Ao metrô caberia a cessão de um espaço para realização de treinamento específico aos futuros guias terceirizados. O treinamento será realizado por uma empresa já experiente em cursos de guias, além de funcionários do metrô, secretarias de cultura e turismo e dos locais que receberão o grupo. Deste modo será possível garantir a qualidade da mão-de-obra, evitando-se prejudicar a imagem do metrô e de futuros parceiros. Também caberia ao metropolitano fornecer o espaço para o funcionamento da venda do roteiro na Estação República, cuja área permite esta instalação. A Estação República foi escolhida por encontrar-se na área central, tendo em suas proximidades treze hotéis de categorias muito confortável, confortável e de médio conforto, segundo critérios do *Guia Brasil 4 Rodas*. Este é um público potencial (turistas e participantes de eventos) muito importante e que desconhece a cidade de São Paulo.

Para a publicidade será necessária a participação da iniciativa privada através do financiamento de "folders" de divulgação e do material a ser entregue aos participantes em pelo menos três idiomas (português, espanhol e inglês). Em virtude do roteiro passar próximo a grandes empresas, especialmente bancos, além do "trade" turístico em si, a imagem ligada ao metrô facilitará o trabalho de captação de parcerias. Como dito anteriormente das dezessete publicações que foram analisadas apenas cinco não apresentavam qualquer tipo de patrocínio ou publicidade de empresas do setor privado. Empresas de grande porte patrocinaram as publicações ou veicularam publicidade nesse material. Para a criação da empresa deve-se procurar a orientação do SEBRAE(SP), a fim de equacionar qual a melhor forma jurídica, a tributação e a documentação necessária para a abertura da empresa.

Os atuais dirigentes estaduais, ao assumirem o governo do Estado de São Paulo, encontraram uma grave crise financeira. Desse modo todos os setores tiveram que se adaptar a uma realidade austera. A Companhia do Metropolitano de São Paulo realizou um controle de despesas, através do "Plano de Controle de Metas e Contenção de Despesas", para equilibrar as receitas e despesas no segundo semestre de 1995, eliminando a necessidade de subvenções governamentais. Isso foi conseguido sem comprometer o atendimento das necessidades básicas e dos serviços prestados aos usuários e a segurança. Conforme informa o próprio metropolitano:

> O metrô é um empreendimento com objetivos eminentemente sociais, com reflexos diretos na melhoria da qualidade de vida da população atendida, além dos impactos econômicos e ambientais favoráveis, gerados em toda sua área de influência (....) possibilitando ao usuário maior dedicação a atividades como trabalho, lazer, esporte e cultura (Companhia Metropolitano de São Paulo, 1995:41).

Desse modo um roteiro turístico elaborado para oferecer uma opção de lazer e aprimoramento cultural, não só aos turistas em visita a cidade, mas também a própria população usuária do sistema enquadra-se perfeitamente neste ideal. Apesar de promover o contato da população com as diversas obras de arte espalhadas nas estações, não existe um programa que revele à cidade, sua história e importância aos usuários, de forma que este projeto poderia suprir esta carência cujo custo social e de imagem seria altamente positivo.

Para a viabilidade econômica idealizou-se um cenário sem os grupos fechados, apenas com o público diário, sem prévia reserva. Este será um pré-estudo de viabilidade, apenas para fornecer a visão do potencial econômico do turismo receptivo. O grupo terá capacidade máxima de 20 pessoas, a fim de não prejudicar a visibilidade de alguns em favor de outros, tanto na caminhada como nas visitas. Os locais muitas vezes apresentam corredores estreitos o que dificultaria a visão e também a segurança do acervo.

Desse modo em um mês têm-se 600 vagas para o roteiro cujo valor estimado será de R$13,00 (treze reais). Este valor está abaixo dos preços praticados pela Anhembi Turismo e Eventos e pela Viagens Costa. A Anhembi cobra R$15,00 (quinze reais) para adultos e R$10,00 (dez reais) para estudantes e crianças para quatro horas de "city tour" em ônibus, porém com roteiro mais restrito. A Viagens Costa oferece o "tour by night" que inclui transporte hotel - restaurante - casa noturna (3 horas) - hotel, desconto no restaurante (as entradas e consumação nos locais não estão incluídas) e guias. Apesar de não ser concorrente direto, destaca-se o alto preço cobrado de R$28,00 (vinte e oito reais) por pessoa, isso para grupos de 16 a 25 turistas, pois em caso de apenas 2 turistas cada um vai desembolsar R$ 66,00 (sessenta e seis reais).

Para análise da viabilidade, consideraram-se taxas de 20%, 50%, 75% e 100% dessas vagas preenchidas. Assim 20% indicam a média de quatro pessoas diariamente no roteiro, que em um mês, a um valor de R$ 13,00 (treze reais) por pessoa, geraria uma receita de R$ 1.560,00 (um mil, quinhentos e sessenta reais) e anualmente de R$ 18.720,00 (dezoito mil, setecentos e vinte reais) e assim sucessivamente aos demais índices (Tabela 4).

TABELA 4 - RECEITAS

Receita	20%	50%	75%	100%
Clientes/dia	4	10	15	20
Clientes/mês	120	300	450	600
Receita mensal (emR$)	1.560	3.900	5.850	7.800
Receita anual (em R$)	18.720	46.800	70.200	93.600

Para o custo de salário, estima-se um estagiário para a venda e organização inicial, cujo salarial será de R$ 550,00 (quinhentos e cinqüenta reais), sendo este superior ao de muitas empresas do setor de turismo. Os encargos representam 90% do salário, incluído neste o 13ª salário. As entradas do Museu de Arte Sacra (R$ 3,00) e do Museu Anchieta (R$ 1,00) serão consideradas para todos os roteiros, independente de estarem incluídos. Esse recurso excedente será enviado aos demais atrativos que não cobram para a sua visita. A tributação está estimada de acordo com os percentuais do manual do SEBRAE e SPC&VB (1996:20).(Tabela 5).

TABELA 5 - CUSTOS

Custos	20%	50%	75%	100%
Custos Fixos	1.045	1.045	1.045	1.045
Salários	550	550	550	550
Encargos (90%)	495	495	495	495
Custos Variáveis	763	1.907	2.860	3.813
Passagem Metrô	240	600	900	1.200
Entradas				
Museu de Arte Sacra	360	900	1.350	1.800
Museu Anchieta	120	300	450	600
Tributação	43	107	160	213
Custo total mensal	1.808	2.952	3.905	4.858
Custo total anual	21.696	35.424	46.860	58.296

1. Cofins 2% receita total ; Contribuição Social 0,96% receita total

Na Tabela 6 percebe-se a inviabilidade econômica a uma taxa de 20%, todavia a 50% obtêm-se um lucro bruto de R$ 11.376,00 (onze mil, trezentos e setenta e seis reais). Para conseguir o ponto do equilíbrio entre receitas e despesas e dessa forma o percentual mínimo necessário, utiliza-se o cálculo seguinte:

Cálculo do Ponto de Equilíbrio (100%)

$$P.E. = \frac{C.F.}{R.T. - C.V.}$$

$$P.E. = \frac{12.540,00}{93.600,00 - 58.296,00}$$

$$P.E. = 35,5\%$$

onde:

P. E. = Ponto de Equilíbrio
C. F. = Custos Fixos
C. V. = Custos Variáveis
R. T. = Receita Total

TABELA 6 - VIABILIDADE ECONÔMICA ANUAL

	20%	50%	75%	100%
Receita total	18.720	46.800	70.200	93.600
Custo total	21.696	35.424	46.860	58.296
Lucro bruto	(2.876)	11.376	23.340	35.304

Desse modo, para que as receitas cubram os custos, será necessário que pelo menos 7,1 pessoas (35,5% do total) utilizem o serviço turístico proposto diariamente ou 2.556 anualmente. Considerando-se apenas os desembarques internacionais pelo portão de entrada São Paulo em 1996 (550 mil turistas), verifica-se que com apenas 0,51% desses passageiros será possível equilibrar o orçamento. Isso sem contar o turismo interno e a população local interessada em conhecer a cidade.

Considerações Finais

Como toda grande metrópole deste final de século, São Paulo apresenta uma série de vantagens e desvantagens inerentes a cidades dessa envergadura cujo crescimento ocorreu de maneira vertiginosa em poucas décadas. Esse crescimento

rápido foi um fenômeno comum em muitas das atuais metrópoles da América. Esse fato induziu a crença de que com o passar dos anos a decadência era inevitável, considerando o antigo arcaico. Desse modo, as regiões centrais em diversas cidades americanas passaram por processos de decadência, em que se predomina um tráfego saturado, um abandono da limpeza pública nas ruas e praças, habitação de população mais pobre e segregada, marginalidade e violência. Justamente numa área onde estão situados importantes marcos de caráter histórico e arquitetônico, além dos grandes investimentos públicos na infra-estrutura. O Centro apresenta este paradoxo como bem definiu Toledo (1996:104).

> Os centros são os lugares mais bonitos, arquitetonicamente mais ricos e urbanisticamente mais harmoniosos - e no entanto os que mais se enfeiam, submetidos a uma rotina diária de pouco-caso. São os lugares mais dotados de infra-estrutura, onde não faltam água, luz, a oferta de transporte coletivo é farta, os acessos são fáceis, e abundante é o espaço edificado - e no entanto onde a partir das 5 da tarde tudo começa a esvaziar, antecipando uma noite de deserto. Resulta que essa laboriosa infra-estrutura, produto de investimento de séculos, fica ociosa por períodos de doze, treze ou quinze horas por dia.

Ao contrário das cidades européias cujos centros nunca deixaram de ser habitados, o centro da cidade de São Paulo acabou ficando área restrita ao comércio e negócios, restringindo o seu movimento ao horário comercial. Após esse período a região torna-se deserta e um local ideal para o vandalismo, a sujeira e a criminalidade afugentando ainda mais o público.

A região central apresenta toda infra-estrutura (água, luz, telefone e esgoto) já instalada. Só no transporte coletivo, o Centro (distritos da Sé e República) apresenta sete estações de metrô, todas subterrâneas, que exigiram altos investimentos em sua construção. Trata-se de uma área de 4,4 km^2 que concentra 47,4% das atividades financeiras da cidade, contra 33% da Avenida Paulista, 15 hotéis de categoria médio conforto a muito confortável (Guia Brasil 4 Rodas, 1997:405-407), teatros e cinemas que tentam sobreviver contra a decadência e o assédio das igrejas evangélicas e dos bingos.

Com todo esse potencial, o Centro continua perdendo investimento e um desses motivos é o automóvel. A atual sociedade está muito vinculada ao automóvel e a região central não oferece facilidade de acesso a alguns locais, em virtude do grande número de calçadões e dos poucos locais de estacionamento onde as poucas garagens são obsoletas. Propostas de revitalizar a região existem, mas ainda não surtiram o efeito desejado. O roteiro turístico não resolveria os problemas do Centro, entretanto serviria para levar um fluxo de pessoas em períodos de baixo movimento (finais de semana por exemplo), incentivando o comércio e consequentemente a diminuição do vandalismo. O turista passaria a valorizar a cidade, pois estaria conhecendo toda a riqueza existente na região central. Através dessa forma mais

tradicional de encantar o turista de negócios, São Paulo, bem como a região central, poderá modificar a imagem de uma cidade sem atrativos, suja e cinza. A consolidação de um fluxo turístico na região central poderá ocasionar um fenômeno semelhante ao do Pelourinho, com um público e o comércio funcionando muito além do horário comercial, principalmente no Distrito da Sé.

O acesso aos atrativos, realmente complicado para os automóveis, será realizado pelo metrô. Desse modo, o roteiro serviria para mostrar que o centro é acessível através do metrô, um transporte eficiente e seguro, ao contrário da imagem geral das pessoas quando se fala em transporte coletivo. As duas regiões, a do Centro e a da Luz, concentram 66% dos atrativos, cobrindo os grandes períodos históricos da cidade. Esses atrativos foram mencionados em folhetos elaborados em grande parte pelos órgãos de turismo municipal e estadual, mas mesmo assim, nos últimos anos, o fluxo está aquém do potencial existente na própria hotelaria da região.

Historicamente os fatores culturais sustentam a atividade turística como pode ser observado em cidades como Roma, Paris e Florença onde o cenário acaba por cativar o turista, que, mesmo a negócios, prolonga a sua estada, ou retorna à cidade nas suas férias, mas não deixa de conhecer a cidade. Na atual complexidade do turismo, é necessário muito mais do que ter muitos e bons hotéis, restaurantes, locadoras de veículos e outros serviços turísticos ou atrativos singulares; se todos os setores acabam trabalhando isoladamente, a cidade perde oportunidades de divulgação com o fluxo existente.

A cidade necessita apresentar os fatores mais difíceis, como o fluxo consolidado, infra-estrutura turística adequada e atrativos (ainda que não totalmente em condições excelentes), para ser uma cidade de turismo receptivo, além do principal centro emissor. Se o trânsito não é confiável, pode-se utilizar o metropolitano, um sistema eficiente e propício para a utilização turística. A viabilidade técnica, a econômica e a social estão demonstradas através dos números do pré-estudo.

Referências Bibliográficas

ANUÁRIO ESTATÍSTICO de São Paulo. 1993.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES DE HOSPEDAGEM, ALIMENTAÇÃO E TURISMO.(s.d.). *A indústria do turismo no Brasil - perfil e tendências.* (s.l.): H&D Eventos.

COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO. 1995. *Relatório da administração.* São Paulo.

——. 1996. *Anuário estatístico de operação.* São Paulo.

——. 1997. *Metrô ultrapassa os 9,6 bi de passageiros.* São Paulo.

EMBRATUR. Instituto Brasileiro de Turismo. Brasília. 1996. *Estudo da demanda turística internacional.* Brasília.

GRACIOSE, Vanilson Fickert. 1997. *Turismo e metrô: uma parceria viável.* São Paulo: ECA/USP. Trabalho de Conclusão de Curso do Curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.

GUIA BRASIL 4 RODAS. 1998. São Paulo: Abril, 1997.

INDICADORES IESP. 1997. São Paulo: Fundap, v.6, n. 61, jul./ago.

INFRAERO. *Boletim de informações gerenciais.* (s.n.t.).

PIRES, Mário Jorge.1997. O alto preço da imprudência. *O Estado de S. Paulo,* 20 maio. Viagem, p.2.

COMIDA, Diversão e Arte. *Veja,* São Paulo, 20 ago. 1997. Terraço Paulistano. p.5

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PESQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO. 1986. *Como abrir sua empresa.* 2.ed., São Paulo: SEBRAE-SP.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO; SPC&VB – SÃO PAULO CONVENTION & VISITORS BUREAU. 1996. *Perfil do turismo receptivo da cidade de São Paulo- principais conclusões*. São Paulo: HB Editora Hotéis do BR.

SILVA, Mauro Carvalho.1997. SP lidera ranking de entrada de estrangeiros. *O Estado de S.Paulo*, 24 maio. Cidades, p. C4.

TOLEDO, Roberto Pompeu de. 1996. Belos e maltratados. *Veja*, São Paulo.

Recebido em 20/2/99
Aprovado em 28/2/99