

**Mobilidades imaginativas e turismo urbano: uma análise a partir de instrumentos do planejamento do turismo em São Paulo**

**Imaginative mobilities and urban tourism: an analysis based on tourism planning instruments in São Paulo**

**Andressa Silva do Lago**

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de São Paulo (PPGTUR-USP), Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3163-5178>

E-mail: [andressalago@usp.br](mailto:andressalago@usp.br)

**Thiago Allis**

Doutor em Planejamento Urbano e Regional pela FAU-USP, Brasil.

Professor Associado na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP), Brasil.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9070-7928>

E-mail: [thiagoallis@usp.br](mailto:thiagoallis@usp.br)

**Resumo**

O turismo urbano é um conjunto de práticas turísticas realizadas em cidades que atraem turistas por oferecerem uma cena urbana com diferentes espaços e experiências. Neste contexto, o objetivo desta pesquisa foi identificar e analisar quais são as imagens de São Paulo propagadas por órgãos de turismo e como estão distribuídas no espaço urbano. A pesquisa ganhou consistência teórica-metodológica a partir do olhar pela chamada "virada das mobilidades", ao considerar as mobilidades imaginativas como propagadoras de discursos. A metodologia é de abordagem qualitativa e com caráter descritivo-exploratório. Para tanto, foram analisados como a revisão do Plano Diretor Estratégico de 2023 aborda o turismo, além das imagens das nove versões dos Planos de Turismo Municipal, "SP: Cidade do Mundo" (2017) e do banco de imagens da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo e do Ministério do Turismo. Após analisar a espacialidade e em quais categorias as 155 imagens se enquadram, foi constatado que a Avenida Paulista segue sendo o grande ícone de São Paulo, apesar de haver alguma diversidade no imaginário produzido ao longo dos anos e na dispersão espacial. Este tipo de trabalho ajuda a entender como as políticas urbanas e turismo participam da produção

espacial do turismo, a começar pela projeção de imagens que antecipam e estimulam desejos de experiências *in loco*.

**Palavras-chave:** Turismo urbano. Mobilidades imaginativas. Estudos urbanos. São Paulo.

### **Abstract**

Urban tourism is a set of tourist practices carried out in cities that attract tourists by offering an urban scene with different spaces and experiences. In this context, the objective of this research was to identify and analyze which images of São Paulo are propagated by public tourism bodies and how they are distributed in urban space. The research gained theoretical-methodological consistency from the look at the so-called "mobilities turn", by considering imaginative mobilities as propagators of discourses. The methodology has a qualitative approach and is descriptive-exploratory in nature. To this end, we analyzed how the review of the 2023 Strategic Master Plan addresses tourism, in addition to the images of the nine versions of Municipal Tourism Plans, "SP: City of the World" (2017) and to the Secretariat of Tourism and Travel of the State of São Paulo and Ministry of Tourism image bank. After analyzing the spatialization and which categories the 155 images fall into, it was found that Avenida Paulista continues to be the great icon of São Paulo, despite there being some diversity in the imagery produced over the years and in the spatial dispersion. This type of work helps to understand how urban policies and tourism participate in the spatial production of tourism, starting with the projection of images that anticipate and stimulate desires for on-site experiences.

**Keywords:** Urban tourism, Imaginative mobilities. Urban studies. São Paulo.

## **1 INTRODUÇÃO**

O turismo urbano é formado por um conjunto de experiências turísticas em cidades. Este campo de estudos lança luz para o desenvolvimento de atividades turísticas principalmente em grandes cidades, por serem espaços propícios para executar um conjunto de práticas urbanas. Os destinos que possuem cena urbana vibrante pela variedade de experiências e espaços propícios para atividades do setor terciário, incluindo o turismo, atraem consumidores com diferentes gostos, interesses e preferências.

As grandes cidades que dispõe de uma vasta gama de opções de lazer, entretenimento e turismo, atraem visitantes e satisfaz os turistas pela variedade de atividades que oferecem. Esse cenário plural favorece a promoção do destino pela gestão pública que utiliza, dentre outros artefatos, imagens para propagar diversos imaginários turísticos. Uma das dimensões da virada das mobilidades, as mobilidades imaginativas, permite investigar justamente a circulação de imagens e imaginários. Com as mobilidades imaginativas é possível identificar como o destino turístico quer ser divulgado e conhecido através de imagens, ao propagar imagéticas nos discursos de promoção turística.

Ao utilizar a virada das mobilidades como lente analítica, esta pesquisa considera o papel do turismo nas cidades. De modo que o turismo urbano não seja restrito a um segmento de mercado que analisa as relações de produção e consumo turístico (ALLIS, 2012, p.53). A gestão pública ao divulgar imagens de um destino, caracteriza em quais lugares e como o turismo está sendo relacionado. Dessa forma, as imagens transmitem

quais são os discursos turísticos de uma localidade e respectivamente, como o turismo é tratado e especializado pela gestão pública.

Tendo contextualizado sobre o turismo urbano e sua relação com as mobilidades imaginativas, o objetivo desta pesquisa foi identificar e analisar as imagens de São Paulo propagadas por órgãos de turismo e onde estão distribuídas espacialmente. Para isso, foram analisados documentos normativos do município de São Paulo, com o intuito de investigar quais são e onde se localizam os imaginários atrelados ao turismo urbano na cidade de São Paulo por órgãos oficiais de turismo municipais, estadual e federal.

Tendo São Paulo como o estudo de caso, o primeiro documento analisado foi o Plano Diretor Estratégico de 2023, que apesar de não ser um documento oficial de turismo, o imaginário do turismo urbano está presente de maneira diluída. E depois foram pesquisados as imagens presentes nos Planos de Turismo Municipal (PLATUMs) de 2011-2014, 2015-2018, 2019-2021 e 2024-2029, além do plano “SP: Cidade do Mundo” (2017) e nos bancos de imagens da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo (SETUR) e Ministério do Turismo (MTUR).

Esta pesquisa tem abordagem qualitativa por investigar a origem e mudanças, com intenção de intuir consequências (GIBBS, 2008) e caráter descritivo-exploratório por descrever e mapear as características do fenômeno pesquisado, e por esclarecer conceitos e estabelecer relações entre as variáveis (VEAL, 2011). Após a pesquisa bibliográfica, foi buscado na análise de dados significados intrínsecos nos conteúdos das mensagens. Após as imagens terem sido categorizadas a partir de diferentes parâmetros, elas foram interpretadas a partir de suas representações.

Portanto, este artigo utiliza as mobilidades imaginativas como um referencial para analisar como o turismo urbano se manifesta em São Paulo. Após esta introdução, a estrutura deste artigo é composta pelo referencial teórico, procedimentos metodológicos, resultados, análises e discussão dos achados, considerações finais, seguida pelas referências utilizadas.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Turismo urbano

O turismo urbano é descrito como um “complexo de atividades que estão interligadas em um ambiente particular e permite às cidades atrair visitantes” (LAW, 1993). Ainda, é caracterizado como um “setor que administra e comercializa uma variedade de produtos e experiências a pessoas que têm uma ampla gama de motivações, preferências e perspectivas culturais” (EDWARDS *et al*, 2008).

Trata-se de uma combinação de atividades que refletem a imagem, personalidade e identidade de cada cidade (KRAUSE, 1999, p.68). As cidades atraem turistas pela sua diversidade de funções (EDWARDS *et al*, 2008) e por oferecerem atributos e oportunidades para experiências diversas (LAW, 1996).

O turismo urbano tem “natureza espacialmente confinada a atividades turísticas em cidades” (NOVY & FERNANDES, 2010, p.29). Este campo “tornou-se um objeto de mobilização porque existe em maior quantidade, numa gama mais ampla de destinos urbanos” e se manifesta em novas formas (e lugares) (NOVY & COLOMB, 2021). Especialmente por se manifestar em atrações de áreas que não foram planejadas ou comercializadas como zonas turísticas (NOVY & COLOMB, 2016).

Nesta situação, os lugares não convencionais, ao serem utilizados como atrativos turísticos, permitem uma maior democratização do espaço urbano, não restringindo as

práticas turísticas de acontecerem somente em alguns enclaves. A maioria das atividades turísticas ocorrem onde há oferta de serviços turísticos em cidades multifuncionais (PAGE, 1995), são as cidades que têm o turismo como um reflexo por desenvolverem vários serviços e disporem de uma cena urbana convidativa.

Ao contrário da urbanização turística em que as cidades são construídas “para funcionar exclusivamente como centros turísticos” (MULLINS, 1992, p.245), o turismo urbano não é formado por um processo, mas se configura como um conjunto de práticas (ALLIS, 2012, p.44). De modo que a urbanização turística não é suficiente para amplo entendimento do turismo urbano, por ser um setor que subsume na economia urbana (ALLIS & VARGAS, 2015, p.500).

O turismo urbano se manifesta predominantemente em lugares com “atualizações urbanísticas” que possuem economia com destaque ao setor terciário (ALLIS, 2011). A cena urbana proporcionada contribui para atrair investimentos, visibilidade e consumidores (VAINER, 2000), no caso do turismo, visitantes, seja em atividades de negócios, lazer e cultura (ALLIS, 2011).

Diante disso, o turismo urbano pode ser um impulsionador da regeneração urbana e desenvolvimento econômico (BA *et al*, 2022), além de ser uma vantagem econômica, social e espacial (ASHWORTH & PAGE, 2011; PEARCE, 2001). Note-se que a variedade de serviços culturais disponíveis no espaço urbano incentiva práticas de usos diferenciados e faz a cidade adquirir grande poder de sedução e possibilidade de rentabilizar investimentos sociais e econômicos (CASTROGIOVANNI & GASTAL, 1999, p.6).

O turismo urbano é fortemente influenciado por aspectos culturais que compõem uma cidade, pela presença de “atrações históricas e culturais, patrimônio arquitetônico, locais agradáveis para compras e passeios, restaurantes e entretenimento” (ALDRIGUI, 2017). Ademais, uma cidade turística é formada por um centro histórico, espetáculo, vida noturna, compras (ALDRIGUI, 2017) e demais atrativos que promovem um destino de ser visitado.

Contudo, para Ashworth e Page (2011), apesar do turismo urbano ser importante em todo o mundo por ter implicações para a política e gestão, este tema recebeu uma quantidade proporcionalmente pequena de atenção dos pesquisadores por ser imprecisamente definido e vagamente demarcado. Dentre as problemáticas encontradas ao estudar o turismo no espaço urbano está a dificuldade de caracterizar, mapear e mensurar o fenômeno (CARVALHO, 2011). Sendo requerido pesquisas com abordagem integrada e interdisciplinar ao conceituar o turismo urbano como uma interação entre o ambiente das cidades e de seus visitantes (PAGE, 1995, p.1; HAYLLAR *et al*, 2011, p.78).

## 2.2 Mobilidades imaginativas

A virada das mobilidades se configura como um “operador analítico-metodológico” que serve para ampliar e criar novas interpretações sobre os tipos e intensidades de fluxos, com atenção para o que circula, como circula e em relação a quê (FREIRE-MEDEIROS & LAGE, 2020), lembrando que para os fluxos se dispersarem é necessário ancoradouros e infraestruturas (*Ibidem*). Ao ir além das concepções de sedentarismo e nomadismo de lugares e movimentos (SHELLER & URRY, 2006), as mobilidades são representadas pela interdependência dos fluxos e fixos que causam fricções temporais-espaciais, como resultado das (i) mobilidades.

As mobilidades são um “instrumento para se apropriar, usar, transitar, circular e reproduzir espaço, com capacidade de reconstruir relações que transformam o espaço em um lugar mais maleável e relativo da vida social” (HARVEY, 2004), sendo uma importante chave para analisar as cidades e o turismo. Neste sentido, as mobilidades se apresentam de diversas formas no espaço urbano e suas nuances podem ser captadas em imagens fotográficas.

Para Buscher e Urry (2009, p.112), esse arcabouço teórico-metodológico permite analisar como as pessoas se movem fisicamente e socialmente e como mobilizam outras pessoas, movimentam objetos físicos, imagens, mensagens e ideias (URRY, 2007, p.47). O estudo das mobilidades representa mais do que um objeto, mas um enfoque, um marco teórico e perspectiva (SINGH *et al.*, 2018). Com essas lentes é possível analisar fenômenos contemporâneos e questionar diversos níveis das dimensões sociais (*Ibidem*).

A virada das mobilidades conecta as análises de diferentes formas de viagem, transporte e comunicação com as múltiplas maneiras pelas quais a economia e vida social é performada e organizada através do tempo e em vários espaços (URRY, 2007, p.6).

A mobilidade é tão espacial quanto geográfica, ela é praticada, experimentada e incorporada pela interface entre os corpos físicos móveis, e pelas mobilidades representadas (CRESSWELL, 2006). Enquanto o movimento é mais democrático e acontece num determinado tempo e espaço, as mobilidades se diferem por estarem relacionadas com contextos e relações de poder (*Idem*, 2010). Sheller & Urry (2006) enfatiza que as relações de poder influenciam a motivação e a velocidade com que as mobilidades se propagam.

Ainda, segundo Creswell (2010), as mobilidades são constituídas por: 1) movimento, em relação ao deslocamento geográfico; 2) representação, em relação ao significado das ideologias, narrativas e histórias; 3) práticas, em relação à experiência do movimento obtido pela corporeidade. Esses três elementos holísticos, dos quais Creswell (2010) denominou de “constelação das mobilidades”, estão interligados, de forma que as práticas interagem com as narrativas e as mobilidades informam as narrativas e representações das experiências.

Gravari-Barbas *et al.* (2012) falam sobre a transição que o imaginário turístico promove “entre o aqui e o distante, o próximo e o exótico, o conhecido e o desconhecido”. Essa de-diferenciação entre o cotidiano (ordinário) e o extraordinário (turismo) causa o “fim do turismo” convencional (ALLIS, 2016). Pela dificuldade de distinguir o familiar do estranho ocorre maior “turistificação da vida cotidiana” (GALE, 2009). Desse modo, as imagens e os imaginários permitem “a criação e recriação de outros lugares” - incluindo os do cotidiano - por turistas ao produzir e se apropriar das representações das imagens (GRAVARI-BARBAS *et al.*, 2012).

No que se trata esta pesquisa, as mobilidades imaginativas se referem “as imagens de lugares e pessoas que aparecem e se movimentam em diversas mídias impressas e virtuais” (SHELLER & URRY, 2006; URRY, 2007, p.47). Essa dimensão das mobilidades constitui a circulação de imagens, símbolos e signos (URRY & LASH, 1993). As mobilidades imaginativas têm a capacidade de projetar imagens e memórias em outro lugar (FREIRE-MEDEIROS & LAGES, 2020). Compreendendo que as mobilidades são relacionais, as mobilidades imaginativas se manifestam nas imagens divulgadas de lugares através de múltiplas mídias impressas e virtuais (BUSCHER & URRY, 2009, p.101), estabelecendo relações com pessoas, objetos, imaginários e modelos.



O consumo de imagens tem sido cada vez mais incentivado por meio do empreendedorismo urbano e *city marketing*, que projetam imagens e ensejam usos e performances inspirados numa estética turística (ALLIS, 2016). Na tentativa de “vender” a cidade a partir de como deseja se projetar, o *city marketing* reorganiza e reimagina a cidade (DIAZ, 2007) para realizar discursos simbólicos sobre o imaginário da cidade.

A imagem está ligada à percepção, à compreensão e à ideia que as pessoas têm do destino (LOHMANN & PANOSSO-NETTO, 2008, p.50). Logo, uma imagem atrativa transmite a identidade de como o destino quer ficar conhecido por quem divulgou. Dessa forma, o marketing de destino implica na “construção de imagens de lugares e na constituição de sujeitos que vivenciam essas imagens de maneiras específicas” (GOSS, 1993, p.663, *apud* URRY *et al.*, 2021). O *city marketing* tem o papel de antecipar a necessidade de viajar a um destino e criar um imaginário do lugar (LIM & BOUCHON, 2017).

Ao enquadrar uma realidade concreta através da paisagem, as fotos têm a capacidade de gerar recordações por ativarem viagens imaginativas. Neste sentido, as fotografias organizam os olhares, constroem e mobilizam os lugares que os turistas consomem e recordam (URRY & LARSEN, 2021), lembrando que as fotografias são tiradas com um olhar intencional e multisetorial. Diante deste quadro, as mobilidades formam um campo abrangente para pensar mudanças urbanas e questões políticas nas cidades (FREIRE-MEDEIROS *et al.*, 2018), incluindo a capacidade de projeção de imagens e imaginários em destinos turísticos.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa tem natureza qualitativa por investigar a origem, relações, mudanças e tentar intuir consequências do fenômeno estudado (GIBBS, 2008). E tem caráter descritivo por procurar descrever as características e relações entre as variáveis, e caráter exploratório por tornar o tema mais explícito e possibilitando a construção de hipóteses (GERHARDT *et al.*, 2009; GIL, 2018), a fim de dar novas interpretações sobre o objeto pesquisado. Destaca-se o caráter preliminar da pesquisa por esclarecer conceitos e mapear as características do fenômeno (VEAL, 2011) do turismo urbano.

Primeiro, pesquisamos como o turismo é referenciado na revisão do Plano Diretor Estratégico de São Paulo de 2023, para isso selecionamos os trechos que mencionam e os que não mencionam mesmo tendo alguma relação com o turismo. Após essa etapa, pesquisamos em nove versões do PLATUM (Plano de Turismo Municipal) e no documento “SP: Cidade do Mundo” (2017), quais são as imagens que aparecem nesses planos e onde elas se localizam. A seleção desses planos se deu porque os cinco primeiros PLATUMs (1999-2001, 2002, 2003, 2004-2006, 2007-2010) não contém imagens. E, além desses documentos municipais, procuramos no banco de imagens dos sites da SETUR (órgão de turismo estadual) e do MTUR (órgão de turismo federal) quais são as imagens atreladas ao turismo de São Paulo.

A partir do levantamento, foram encontradas 155 imagens que foram categorizadas em: 1) edifícios e equipamentos culturais; 2) parques e áreas verdes; 3) logradouros e espaços públicos e 4) bairros e regiões. Após isso, estas imagens retratadas pelos órgãos de turismo foram dispostas em mapas produzidos pelo *Google Maps*, com o propósito de identificar, de maneira espacial, a distribuição dos locais ou espaços urbanos destacados e projetados por esses órgãos de turismo.

## **4 RESULTADOS**

### **4.1. Análise de como o turismo se manifesta no Plano Diretor Estratégico de 2023**

Apesar do plano diretor ter um papel ideológico por não ser um instrumento de orientação da gestão e de investimentos (VILLAÇA, 1999), é válido analisar o Plano de Desenvolvimento Estratégico (PDE) de São Paulo por ser o principal instrumento de políticas públicas que aponta diretrizes de planejamento urbano no município. Compreendendo a importância desse documento municipal no norteamento de ações na cidade, foi procurado trechos de diretrizes na atualização do plano (Lei Municipal N° 17.975/23) que referenciam o turismo, a fim de relacionar como o turismo é referenciado no documento oficial do planejamento urbano de São Paulo.

Foi constatado que o turismo se manifesta em treze diretrizes do Plano Diretor Estratégico 2023. O turismo é citado como atividade desenvolvida na Zona Especial de Preservação Cultural (ZEPEC) (art.61), Zona Especial de Preservação (ZEP) (art.74) e Territórios de Interesse da Cultura e da Paisagem (TICP) (art.316). As únicas alterações feitas em relação ao PDE de 2014 (Lei Municipal N° 16.050/14) para a revisão de 2023, foram os artigos 186-F e 236-A, que incentivam estudos que desenvolvem polos atrativos e estabelece a implantação de sinalização, planos e mapas acessíveis em determinadas áreas turísticas, consecutivamente.

Foi possível observar o grande predomínio da valorização do ecoturismo e do agroturismo no perímetro urbano da cidade de São Paulo, no Art. 21, inciso III; Art. 27, inciso XXI e XXV, Art. 41; Art. 74; Art. 176, inciso IV e IX; Art. 190, inciso VIII e Art. 314. O PDE se refere a propostas de turismo em áreas naturais majoritariamente (com ênfase em sete dos treze artigos selecionados), não citando outros segmentos com o mesmo número de vezes. Dessa maneira, a revisão do PDE parece prevalecer a capacidade de efeitos multiplicadores (de crescimento de emprego e renda) do turismo relacionado a áreas ambientais, ao dar mais ênfase a um segmento turístico presente somente em algumas regiões da cidade.

É importante também destacar diretrizes que não manifestam o turismo no Plano Diretor, mesmo tendo ligação direta com os artigos. É o caso da Zona Especial de Preservação Cultural (ZEPEC) no Art. 62, nos incisos IX e XII, que fazem menção sobre proteção de áreas indígenas e quilombolas e promoção do patrimônio cultural, da identidade, da memória e dos costumes dos povos. O mesmo ocorre no Art. 198-A, inciso 1 que elenca vinte e três princípios do Plano Municipal de Cidade Inteligente e inciso 2 que pontua vinte diretrizes para observar o desenvolvimento do referido plano, sendo que a última diretriz a “apropriação dos espaços pelos moradores”. Tampouco faz nenhuma referência ao turismo o Art. 118 sobre Programa Lazer Para Todos instalado em parques urbanos.

### **4.2. Análise do Plano de Turismo Municipal (PLATUM) de São Paulo**

A partir da Lei Municipal N° 11.198/92, o PLATUM começou a ser realizado periodicamente, com o objetivo de formular política na elaboração de diretrizes e estratégias para a promoção do desenvolvimento social e econômico, por meio de programas e ações, fomentando o mercado e criando condições para o incremento do fluxo turístico pela multiplicidade de atrativos ofertados na cidade. Os planos são elaborados em parceria com o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) e até o plano 2015-2018 eram elaborados pela equipe técnica da SPTuris S/A e desde o plano 2019-2021 pela Secretaria Municipal de Turismo (SMTUR).

Apesar da lei ter sido criada em 1992, o primeiro PLATUM foi lançado para os anos de 1999-2000, seguido pelos planos de 2002, 2003, 2004-2006, 2007-2010. Por o PLATUM ser o principal instrumento de políticas públicas de turismo no Município de São Paulo, se torna relevante analisar quais são as imagens que a gestão pública promove no turismo em São Paulo e onde elas estão espacializadas pela cidade. Assim, foram listadas nos PLATUMs de 2011-2014, 2015-2018, 2019-2021 e 2024-2029 as imagens que retratam São Paulo por meio do turismo.

O posicionamento do **PLATUM 2011-2014** mostra reflexos da falta de discussão robusta do conceito de turismo por parte da entidade (ALLIS, 2011, p.237). Dos dez eixos estratégicos do plano, um deles se preocupa com a implantação do mobiliário urbano se transforme em “ícone da paisagem urbana e parte dos atrativos turísticos da cidade” (*Ibidem*, p.213). Por fim, o plano traz diretrizes com enfoque na mobilidade urbana para os preparativos da Copa do Mundo de 2014, ademais articula menções ao turismo com o PDE de 2002, indicando uma integração entre a política urbana geral e as especificidades turísticas (ALLIS, 2012). As propostas deste plano são dadas de forma superficial, desarticuladas e sem aprofundamento de ações futuras, configurando-se mais como um plano de promoção do que um plano estratégico (NERY *et al*, 2015, p.49).

Na apresentação do **PLATUM 2015-2018** é posto como um desafio o reconhecimento do turismo como uma das mais importantes atividades econômicas e sociais, “contribuindo para que São Paulo permaneça como grande centro de negócios e principal metrópole da América Latina” (p.7). O documento é estruturado em quatro eixos: a consolidação do turismo na cidade, educação para o turismo, busca da excelência na experiência turística e promoção do destino. O destaque de São Paulo como o maior destino de turismo de negócios no Brasil é ressaltado em diversas referências, os segmentos de lazer, diversão e gastronomia também se manifestam. Nos resultados é mostrado os prêmios que a cidade recebeu na categoria de pesquisa (através do Observatório do Turismo), estruturação (com implantação de sinalização, CITs, roteiro temáticos, entre outros) e promoção (ligados a eventos e campanhas publicitárias e menção à marca “São Paulo Viva Tudo Isso”, lançada em 2011). E finaliza propondo alternativas que demandam a cooperação direta dos demais setores do poder público e da sociedade.

O **PLATUM 2019-2021 - Perspectiva 2030** apresenta metas (de impacto, de resultado e operacionais) e programas a partir de “propostas recebidas do mercado e do governo” para a Secretaria Municipal de Turismo desenvolver. A estrutura do plano é composta pela metodologia, diagnóstico do cenário atual e quinze objetivos estratégicos que dizem respeito ao fortalecimento da capacidade institucional, implementação de políticas públicas de desburocratização e apoio a eventos e promoção turística. Uma novidade desse plano foi a aparição de uma tabela explicando o que as diferentes metas medem e quais são os tipos de indicadores, incluindo os envolvidos para alcançar a meta e o prazo de execução. O plano apresenta 5 eixos estratégicos e quais são os desafios para alcançá-los e alinhá-los aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU (Organização das Nações Unidas). Diferente do plano anterior, esse mostra dados do turismo no Brasil e no mundo, dados que contextualizam a realidade nacional e global do turismo.

O plano vigente, **PLATUM 2024-2029**, foi lançado no final de 2023, após a realização da 2º CONFETUR (Conferência Internacional de Turismo), evento que contou com palestras, painéis, *workshops* e debates sobre as propostas do PLATUM vigente. Este plano apresenta uma contextualização com dados do turismo no Brasil e no mundo e duas principais tendências - o *blended travel* (viagens combinadas com diferentes motivações)



e o turismo 60+. A segunda seção do plano trata do turismo da cidade de São Paulo, caracterizado como uma atividade econômica “responsável por movimentar - de forma direta e indireta - um rol enorme de setores” (p.33). Em seguida é apresentado os índices do Observatório de Turismo e Eventos (OTE), incluindo, dentre eles, o IMAT-SP (Índice Mensal da Atividade de Turismo) e avaliação da cidade pelos turistas nacionais.

A oferta turística da cidade é caracterizada pelos segmentos de negócios e eventos, cultura, compras, luxo, gastronomia, estudos e intercâmbio, saúde, esportes, ecoturismo, LGBTQIAP+ e família. Na terceira seção sobre estratégias são pontuados os desafios, os indicadores de resultados e metas divididas em cinco macroprogramas: 1) Inteligência e governança; 2) Calendário inteligente de eventos; 3) Segmentação e desenvolvimento territorial; 4) Aprimoramento da experiência do turista e 5) Promoção turística e apoio à comercialização; o que chama a atenção é a quantidade de metas estabelecidas, sendo 89 de curto prazo (2024 a 2026) e 44 de longo prazo (2027-2029). Outra observação feita foi que neste plano não é apresentando a quantidade (porcentagem) de turistas em cada segmento turístico, diferente dos planos anteriores.

Diante do exposto, a revisão dos PLATUMs não se trata apenas de redigir novas estratégias, mas é preciso antes reavaliar o que se entende de turismo, qual o real significado e, a partir daí, reestruturar e alinhar as estratégias de turismo com os demais setores visando o desenvolvimento integrado do turismo em São Paulo (CARVALHO, 2011). Junto a isso o envolvimento e articulação com diferentes secretarias a fim de melhor desenvolver o turismo municipal.

Ao procurar as mobilidades imaginativas representadas por imagens em discursos, foi encontrado um total de 155 imagens que retratam o turismo urbano em São Paulo nos cinco Planos de Turismo Municipal (PLATUM), “SP: Cidade do Mundo” e no banco de imagens do SETUR e MTUR. A partir de uma inventariação de todas as imagens desses documentos oficiais, as imagens foram codificadas em cinco categorias de análises, visando entender melhor como o imaginário de São Paulo é propagado. A seguir estão apresentadas as categorias e suas respectivas imagens encontradas.

- **Edifícios e equipamentos culturais:** MASP, Edifício COPAN, Edifício Altino Arantes, Parque do Anhembi, Edifício Itália, Memorial da América Latina, Sala São Paulo, Catavento Cultural, Centro Cultural São Paulo, Mosteiro São Bento, Theatro Municipal, Galeria do Rock, Edifício Sampaio Moreira, Edifício Matarazzo, WTC (World Trade Center), Museu do Futebol, Museu do Ipiranga, Auditório do parque do Ibirapuera, Arena Corinthians, Beco do Batman, Mercado Municipal, Pateo do Collegio, Pinacoteca, Edifício Martinelli, Instituto Tomie Ohtake, Museu de Arte Brasileira, Roda Rico (Roda Gigante), Monumento às Bandeiras e Aquário de São Paulo.
- **Parques e áreas verdes:** Parque da Cantareira, Jardim Botânico, Balsa do Bororé, Borboletário Águias da Serra, Horto Florestal e Polo de Ecoturismo.
- **Logradouros e espaços públicos:** Avenida Paulista, Praça do Patriarca, Casa nº 1, Vale do Anhangabaú, Aeroporto de Guarulhos, Aeroporto Campo de Marte, Aeroporto de Congonhas, Marco Zero da Praça da Sé, BM&F Bovespa, Câmara Municipal de São Paulo, Rua 24 de Maio, Antiga Estação Rodoviária da Luz, Academia Paulista de Letras, Praça da República, Estação da Luz, Parque Anhanguera, Parque Mário Covas, Avenida Faria Lima, Rua Oscar Freire, Cinemateca Brasileira, Viaduto do Chá, Eatly, Ladeira Porto Geral, Monumento às Bandeiras, Ponte Estaiada, Rua Augusta, Ladeira Porto Geral, Av. Berrini, Parque da Independência, Praça Benedito, Solo Sagrado de Guarapiranga, Parque Augusta, Interlagos e Rua 25 de Março.

- **Bairros e regiões:** Liberdade, Vila Madalena, Baixo Augusta, Jardins e Bixiga.
- **Outros não mapeáveis:** Polícia Militar, Expo Favela, “Selva” e ABAV Expo.

Foi curioso notar uma imagem de carros da polícia militar no PLATUM de 2011-2014, fazendo menção à segurança que é apontada como uma das fraquezas da cidade. Em geral, a Tabela 1 nos informa quais são as quantidades de representações que se manifestam em cada documento e banco de imagens analisados.

**Tabela 1 - Quantidade de menções em cada categoria**

	2011	2015	2017	2019	2024	SMTUR	MTUR	Total
<b>Edifícios e equipamentos culturais</b>	17	10	3	9	11	13	3	67
<b>Parques e áreas verdes</b>	2	5	1	2	2	2	3	17
<b>Logradouros e espaços públicos</b>	18	6	9	4	13	4	6	60
<b>Bairros e regiões</b>	2	Ø	Ø	Ø	Ø	3	4	9
<b>Não mapeáveis</b>	1			1	1			3
<b>Total</b>	40	21	13	16	27	22	16	155

Fonte: Elaboração própria (2024)

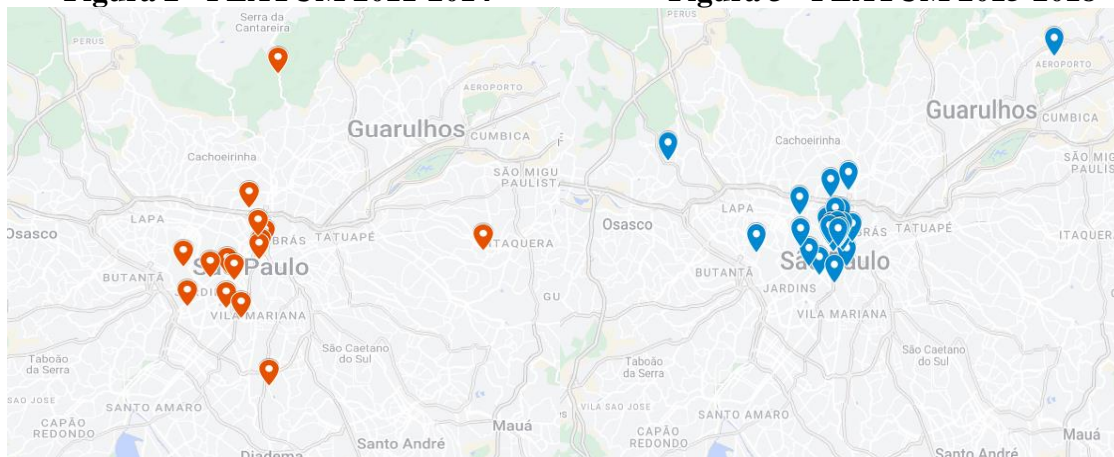
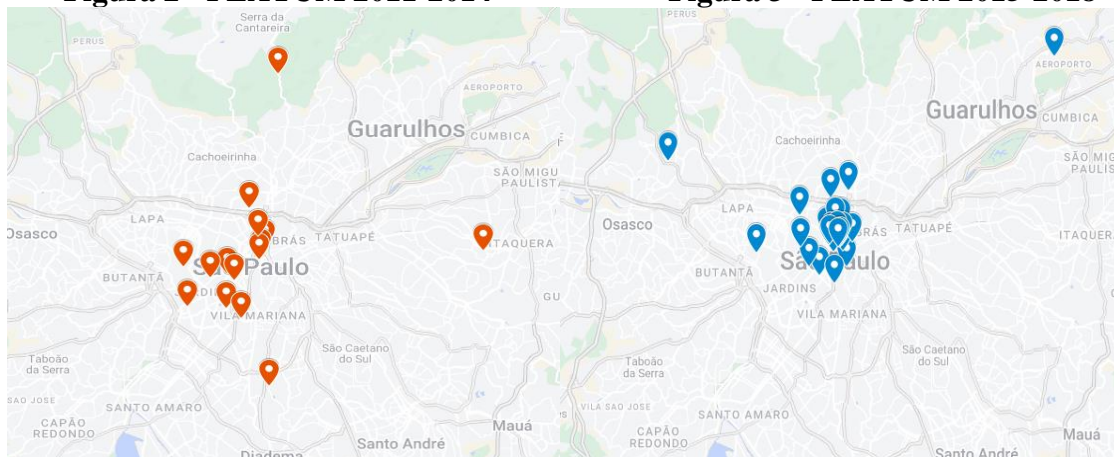
É possível analisar a partir da Tabela 1 que o PLATUM de 2011-2014 faz maior referência a edifícios e equipamentos culturais (n=17) e logradouros e espaços públicos (n=17) em suas imagens. Os PLATUMs de 2015-2018 e 2019-2021 apresentam majoritariamente imagens de edifícios e equipamentos culturais (n=10 e n=9, respectivamente) e o plano de 2017 e de 2024-2029 de logradouros e espaços públicos (n=9 e n=13, respectivamente). Os bancos de imagens da SETUR e MTUR também apresentam essa tendência. Enquanto que parques é mencionado em maior número de vezes no PLATUM 2015-2018 (n=5) e imagens de bairros estão presentes no banco do MTUR (n=4).

O local que mais foi retratado nas imagens divulgadas pelos órgãos de turismo, foi a Avenida Paulista, cuja localização tem 7 imagens retratadas. Todos os instrumentos de análises divulgaram imagens desse ícone paulistano, sendo duas vezes no PLATUM 2011-2014 e no 2024-2029.

**Figura 1 - Avenida Paulista**

Fonte: Banco de dados da SETUR (s/d)

Os lugares retratados nessas imagens foram mapeados para saber onde elas estão localizadas no perímetro urbano de São Paulo, a fim de compreender sua distribuição espacial pela cidade. A importância de fazer esse exercício foi para identificar onde as imagens retratadas pelos órgãos de turismo estão localizadas em São Paulo. Para isso, foram mapeadas as 155 imagens utilizadas na ferramenta do *Google My Maps*. Cada documento foi analisado separadamente em cores diferentes para distingui-los, ademais foi realizada análises para comparar as dispersões espaciais entre os mapas.

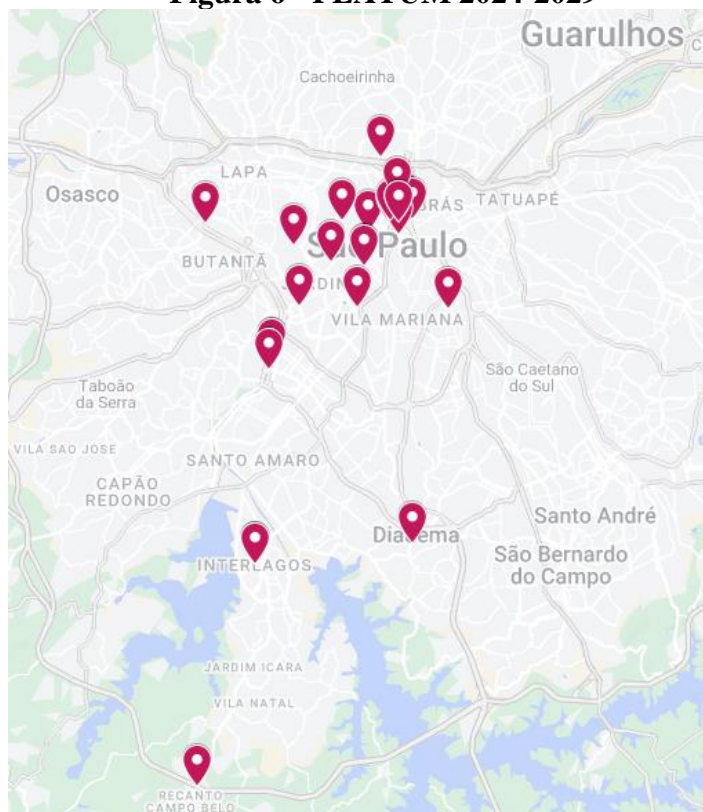
**Figura 2 - PLATUM 2011-2014****Figura 3 - PLATUM 2015-2018**

Fonte: Elaboração própria, com auxílio do Google My Maps (2024)

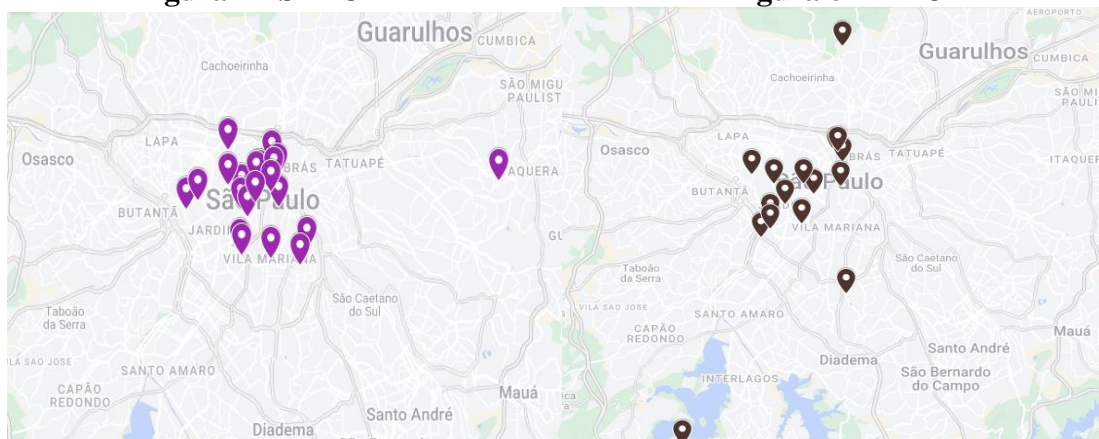


**Figura 4 - “SP: Cidade do Mundo” (2017)    Figura 5 - PLATUM 2019-2021**

Fonte: Elaboração própria, com auxílio do Google My Maps (2024)

**Figura 6 - PLATUM 2024-2029**

Fonte: Elaboração própria, com auxílio do Google My Maps (2024)

**Figura 7 - SETUR****Figura 8 - MTUR**

Fonte: Elaboração própria, com auxílio do Google My Maps (2024)

## 5 ANÁLISES E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A partir da análise conjugada das figuras 2 a 8, é possível observar a concentração de referências territoriais dos locais mencionados nos documentos oficiais que fazem alusão à imagética que São Paulo representa, podendo-se inferir em relação a distribuição temporal dos documentos que:

- Os Planos Municipais de Turismo de 2011-2014 (Figura 2) e 2015-2018 (Figura 3) e o “SP: Cidade do Mundo” (Figura 4) se concentram mais predominantemente no centro;
- O Plano de 2011-2014 (Figura 2) por ter maior número de imagens (n=40) possui grande concentração de pontos no centro expandido e engloba principalmente atrativos culturais e logradouros públicos, percebe-se a inclusão do Aeroporto de Guarulhos;
- O PLATUM 2015-2018 (Figura 3) se concentra pontualmente em lugares específicos e inclui um ponto na Zona Leste (Arena Corinthians) e dois na Zona Sul (Parque Estadual da Cantareira e Ilha do Bororé);
- O documento “SP: Cidade do Mundo” (Figura 4) faz alusão aos principais atrativos de São Paulo e inclui o Aeroporto de Congonhas;
- O PLATUM 2019-2021 (Figura 5) traz de diferenciação a inserção de quatro edifícios de renome arquitetônico (Matarazzo, Copan, Altino Arantes e Martinelli);
- O PLATUM 2024-2029 (Figura 6) se diferencia dos demais por ser o único a representar Parelheiros como destino para ecoturismo, outro destaque se dá pelas fotos de eventos (como a Fórmula-E, Expo Favela e Lollapalooza);
- O banco de imagens do SETUR (Figura 7) traz fotos de atrações conhecidas, incluindo o Parque da Independência (Zona Sul), Bixiga (Centro) e Rua Augusta (Zona Oeste);
- Já o banco de imagens do MTUR (Figura 8) traz alusão aos pontos localizados majoritariamente no centro expandido e Vetor Sudoeste.

Em suma, o PLATUM 2011-2014 (Figura 2) contém imagens mais próximas do centro e as imagens do PLATUM 2015-2019 (Figura 3) abrangem mais áreas não-centrais de São Paulo. Outra possível conclusão ao comparar a distribuição espacial das imagens é a redução no número de imagens no plano de 2017 (Figura 4) e no PLATUM 2019-



2021 (Figura 5), tendo 13 e 16 imagens, respectivamente. O PLATUM 2024-2029 (Figura 6) apresenta imagens em áreas não antes retratadas como Interlagos e Pinheiros. Se pode inferir também que enquanto a SETUR (Figura 7) apresenta imagens mais centralizadas (como a Figura 2), o MTUR (Figura 8) dilui imagens em pontos mais dispersos da cidade.

Em relação à categoria de **edifícios e equipamentos culturais** notou-se que o Viaduto do Chá, especialmente em fotos voltadas para o Ed. Matarazzo (sede da Prefeitura), se manifesta nos planos de 2017, 2019 e 2024. A Arena Corinthians foi retratada no plano de 2015-2018 e no banco de imagens da SETUR. O sambódromo Anhembi se manifestou nos planos de 2011 e no de 2024. O Ed. Arantes se manifestou em todos, menos no PLATUM 2015 e nos bancos de imagens, contudo o Ed. Itália e o COPAN se manifestam no banco de imagens da SETUR.

Quanto aos **parques e áreas verdes**, o parque que mais se destaca é o Ibirapuera, nos PLATUMs de 2015, 2019, no plano 2017 e nos dois bancos de imagens. O plano de 2011 apresenta o Parque Anhembi (o único não natural), o Parque Anhanguera e o Parque Mário Covas. No de 2015 é vista a presença do parque Cantareira, o Borboletário no de 2019, o Parque Augusta no de 2024, o Parque da Independência no da SETUR e o Jardim Botânico no do MTUR. A balsa do Bororé se faz presente no PLATUM de 2015 e o Polo de Ecoturismo de Parelheiros se manifestou nos planos de 2015-2018, 2024-2029 e no banco de imagens do MTUR.

As imagens de **logradouros e espaços públicos** foram vistas em praças no PLATUM de 2011 (Praça da Sé, Praça do Patriarca e Praça da República) e no MTUR, a Praça Benedito Calixto. A Rua 25 de Março, apesar de ser uma localização de compras populares, só é retratada no banco de imagens da SETUR, enquanto que a Liberdade aparece no PLATUM de 2011 e nos bancos de imagens. A Estação da Luz se manifesta em quase todos os documentos, com exceção ao PLATUM de 2019 e o banco de imagens da SETUR. Por fim, os **bairros e regiões** presentes nos documentos abrangem a Liberdade e a Vila Madalena, ambas apresentadas no PLATUM de 2011 e nos dois bancos de imagens.

De maneira geral, estes mapas nos informam que o turismo em São Paulo é visto e retratado principalmente a partir do imaginário produzido pelas áreas centrais e em menor proporção a atrativos naturais afastados, como o Polo de Parelheiros e Cantareira. É possível inferir que a variação entre os mapas ao longo dos anos quase não mudou, mas, na sua versão mais recente, o PLATUM 2024-2029 parece buscar ampliar uma visão expandida da oferta turística de São Paulo, dando algum destaque ou reforçando a visibilidade de lugares que antes não eram tão retratados. Pode-se inferir uma tentativa de diversificar o olhar sobre a São Paulo turística, ainda que, por óbvio, a simples inclusão de imagens de mais e diferentes lugares turísticos não consiga, isoladamente, refazer o imaginário turístico completo da cidade.

Após listar, categorizar e mapear as imagens divulgadas pelos órgãos de turismo em três instâncias governamentais (municipal, estadual e federal) foi possível identificar qual é o imaginário do turismo urbano atrelado a São Paulo. Esta pesquisa se torna relevante ao identificar como o turismo em São Paulo é tratado pelo principal documento do planejamento urbano e órgãos de turismo, foi visto que as 155 imagens analisadas nesses documentos fazem alusão a pluralidade do turismo urbano da cidade de São Paulo. Foi visto que os órgãos de turismo retratam este fenômeno de uma maneira ampla, em diferentes cenários, possibilitando diferentes imaginários e não restringindo o turismo a apenas alguns segmentos de mercado. Entretanto, apesar do turismo urbano ser bem espacializado por causa da cena urbana tão diversa, as imagens de turismo divulgadas

como estratégia do *city marketing* ainda estão retidas em grande parte pelo centro expandido.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por se tratar de um fenômeno dinâmico, é relevante entender como o turismo urbano se move e como se manifesta por meio de discursos e imagens. Assim sendo, o objetivo desta pesquisa foi identificar e analisar as imagens de São Paulo propagadas por órgãos de turismo e onde estão distribuídas espacialmente. Para isso, foram listadas, categorizadas e mapeadas as imagens retratadas por documentos produzidos por órgãos de turismo nas esferas municipal, estadual e federal, inclusive em uma perspectiva histórica.

O turismo urbano por ser um grande consumidor e propagador das mobilidades imaginativas, torna possível concluir que as mobilidades imaginativas são fundamentais para o processo de antecipação e conseqüentemente de estímulo para promover experiências e fruição na cidade. Conclui-se que a divulgação de imagens nos planos e bancos de imagem reforçam o imaginário que a gestão pública de turismo considera como identidade da cidade de São Paulo.

Dentre os procedimentos metodológicos, esta pesquisa adotou caráter descritivo-exploratório para lançar luz à discussão do turismo urbano e sua interface com as mobilidades imaginativas, identificando e analisando como os órgãos oficiais de turismo fazem alusão ao imaginário turístico de São Paulo. A virada das mobilidades foi utilizada como um arcabouço teórico-metodológico para analisar as políticas públicas a partir de órgãos públicos do planejamento urbano e do turismo, permitindo avançar discussões a respeito do espaço urbano e suas múltiplas abordagens. A dimensão da mobilidade escolhida foi a imaginativa por ter poder de propagação discursiva de espaços através de imagens e símbolos, se tornando um referencial analítico para estudar como esses signos são propagados.

Com base no Plano Diretor Estratégico de São Paulo (Lei Municipal N°17.975/23) foi possível observar a grande predominância do turismo associado ao turismo de natureza. Sendo uma visão muito específica desse importante instrumento de políticas públicas estabelecer um maior número de vezes diretrizes a esse segmento, priorizando o turismo de natureza à frente do outros, desconsiderando os demais segmentos turísticos no perímetro urbano. E como vimos na análise de resultados, das 155 imagens analisadas apenas 6 retratam áreas naturais, ou seja, a grande predominância das imagens está atrelada a espaços urbanos, onde o elemento natureza não é tão explícito. Ou seja, se o PDE busca promover turismo em espaços naturais, parece que os demais documentos de turismo precisarão ser atualizados em suas ênfases visuais, pois é notado um descompasso entre o PDE e os órgãos de turismo que retratam majoritariamente imagens urbanas.

Portanto, esta pesquisa analisou o turismo urbano a partir das mobilidades imaginativas, ao identificar como as diferentes imagens e imaginários a respeito de São Paulo se movem. As revisões dos PLATUMs indicam amadurecimento em como o turismo é visto perante à gestão pública, contudo ainda há grandes lacunas para uma adequação no planejamento e gestão do turismo municipal. Os PLATUMs são documentos com grande relevância para entender como o turismo em São Paulo é planejado e quais são as imagens utilizadas para retratar o turismo urbano. Foi visto que a Av. Paulista é o local que mais apareceu (n=7), reforçando o imaginário de principal ícone de São Paulo.

Dentre as limitações dessa pesquisa retrata a dificuldade em mensurar o turismo urbano pela falta de dados atualizados disponíveis nos sites dos órgãos de turismo. Como sugestão para próximas pesquisas é indicado aplicar o mesmo exercício que foi feito no Plano Diretor na Lei de Zoneamento (Lei Municipal N° 16.402/16), para compreender de forma mais precisa se e como o turismo urbano é referenciado nos documentos oficiais municipais de São Paulo. E também analisar se as imagens do programa municipal “Vai de Roteiro” convergem com as imagens do PLATUM 2024-2029, partindo da hipótese de que este programa divulga uma ampliação de outras imagens de São Paulo e consequentemente de espacialidades.

## AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado, em partes, com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) - Código de Financiamento 001.

## 7 REFERÊNCIAS

ALDRIGUI, M. **Turismo urbano**: um olhar para o quase invisível. Revista do Centro de Pesquisa e Formação, n.4, 2017.

ALLIS, T. **A construção da metrópole turística na origem dos projetos urbanos em São Paulo**. Trabalho apresentado no VIII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, UNIVALI- Balneário Camboriú, 02 a 04 de outubro de 2011, 2011.

\_\_\_\_\_. **Projetos urbanos e turismo em grandes cidades**: o caso de São Paulo. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

\_\_\_\_\_. Em busca das mobilidades turísticas. São Paulo: **PLURAL - Revista De Ciências Sociais**, v.23.2, p.94-117, 2016, <https://doi.org/10.11606/issn.2176-8099.pcsoc.2016.125112>.

\_\_\_\_\_. Mobilidades e turismo. In: PANOSSO-NETTO, A; UVINHA, R. (orgs.). **Lazer e turismo**: perspectivas no âmbito da pós-graduação no Brasil. São Paulo: Edições EACH (Coleção desenvolvimento do turismo, v.4), 2023, <https://doi.org/10.11606/9786588503447>.

ASHWORTH, G.; PAGE, S. Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. **Tourism Management**, 32, 1–15, 2011, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>.

BA, C; FRANK, S; MULLER, C; RASCHKE, A; WELLNER, K; ZECHER, A. The power of new urban tourism: spaces, representations and contestations. **Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility**, 2022.

BRASIL. **Ministério do Turismo**. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br>. Acesso em: 04/08/2023.

BUSCHER, M; URRY, J. Mobile Methods and the Empirical. **European Journal of Social Theory**, Lancaster University, p.99-116, 2009, <https://doi.org/10.1177/1368431008099642>.

CARVALHO, M. **Cidade global, destino mundial**: turismo urbano em São Paulo. Tese de doutorado – (Geografia Humana), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

CASTROGIOVANNI, A; GASTAL, S. Turismo para um novo milênio. *In: Turismo Urbano*: Cidades, sites de excitação turística. Porto Alegre: edição dos autores, 1999.

CRESSWELL, T. **On the Move**: Mobility in the Modern Western World. New York: Taylor & Francis Group, LLC, 2006.

\_\_\_\_\_. Towards a politics of mobility. **Environment and Planning D: Society and Space**, v.28, p.17-31, 2010, <https://doi.org/10.1068/d11407>.

DIAZ, A. **En torno a la mercadotecnia urbana**: reorganización y reimaginación de la ciudad. *Biblio*, v.3, n.712, 2007, <https://doi.org/10.1344/b3w.12.2007.25705>.

EDWARDS, D; GRIFFIN, T; HAYLLAR, B. Urban tourism research: developing an agenda. **Annals of Tourism Research**, v.35, p.1032-1052, 2008, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.09.002>.

FREIRE-MEDEIROS, B; TELLES, V; ALLIS, T. Apresentação: por uma teoria social *on the move*. **Tempo Social: Dossiê Mobilidades**. 30 (2), 2018, <https://doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2018.142654>.

\_\_\_\_\_; LAGES, M. A virada das mobilidades: fixos, fluxos e fricções. **Revista Crítica de Ciências Sociais: Dossiê “As novas tendências na teoria social contemporânea”**, p.121-142, 2020, <https://doi.org/10.4000/rccs.11193>.

GALE, T. Urban beaches, virtual worlds and “The End of Tourism”. **Mobilities**, 4(1), p.119-138, 2009, <https://doi.org/10.1080/17450100802657996>.

GIBBS, G. **Análise de dados qualitativos**: Coleção Pesquisa Qualitativa. Editora Artmed, São Paulo, 2008.

GOSS, J. The “Magic of the Mall”: An Analysis of Form, Function, and Meaning in the Contemporary Retail Built Environment. **Annals of the Association of American Geographers**, v. 83, p.18-47, 1993, <https://doi.org/10.1111/j.1467-8306.1993.tb01921.x>.

GRAVARI-BARBAS, M; GRABURN, N. **Imaginários turísticos**. *Via Tourism Review*, 2012, <https://doi.org/10.4000/viatourism.1189>.

GERHARDT, T; SILVEIRA, D. **Métodos de pesquisa**. Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Atlas, 6ª ed, 2018.

HARVEY, D. O “Novo” Imperialismo: Acumulação por espoliação. *Socialist Register*, 2004.

HAYLLAR, B; GRIFFIN, T; EDWARDS, D; ALDRIGUI, M. **Turismo em cidades: Espaços urbanos, lugares turísticos**. Tradução de Ana Paula Spolon e Jorge Camargo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

KRAUSE, C. Turismo urbano e suas nuances. *In: Turismo Urbano: Cidades, sites de excitação turística*. Porto Alegre: edição dos autores, 1999.

LASH, S; URRY, J. **Economies of sign and space**. Sage, v.16, 1993.

LAW, C. **Urban Tourism: attracting visitors to large cities**. Londres: Mansell Publishing Ltd, 1993.

\_\_\_\_\_. **Tourism in major cities**. International Thomson Business Press, London, 1996.

LIM, S; BOUCHON, G. Blending in for a life less ordinary? Off the beaten track tourism experience in the global city. *Geoforum*, v. 86, p.13-15, 2017, <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2017.08.011>.

LOHMANN, G; PANOSSO-NETTO, A. **A teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph, 2008.

MULLINS, P. Tourism urbanization. *International Journal of Tourism Research*, v.14, n.3, p.326-342, 1992.

NERY, C; SOUZA, J; TOMAZZONI, E. Análise do Plano de Turismo Municipal de São Paulo (PLATUM), com enfoque socioeconômico. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, v.9, n.2, 2015, <https://doi.org/10.17648/raoit.v9n2.3419>.

NOVY, J; FERNANDES, A. Reflections on the unique response of Brazil to the financial crisis and its urban impact. *International Journal of Urban and Regional Research*, 2010, <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2010.01029.x>.

NOVY, J; COLOMB, C. Urban tourism and its discontents: an introduction. *In: COLOMB, C; NOVY, J. (eds). Protest and Resistance in the Tourist City*. London/New York: Routledge/Taylor & Francis, p.1-30, 2016.

\_\_\_\_\_. **Urban tourism as a source of contention and social mobilisations: a critical review**. *Travel and tourism in the age of overtourism*, v.16, 2021.

PAGE, S. **Urban tourism**. Londres: Routledge, 1995.

PEARCE, D. An integrative framework for urban tourism research. *Annals of Tourism Research*, v.28, p.926-946, 2001, [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00082-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00082-7).



SÃO PAULO (SP). **PLATUM** - PLANO DE TURISMO MUNICIPAL. São Paulo: São Paulo Turismo, 2011-2014.

SÃO PAULO (SP). **PLATUM** - PLANO DE TURISMO MUNICIPAL. São Paulo: São Paulo Turismo, 2015-2018.

SÃO PAULO (SP). **SÃO PAULO: Cidade do mundo. Dados e fatos do setor de negócios, eventos, viagens e turismo na capital paulista.** São Paulo: São Paulo Turismo, 2017.

SÃO PAULO (SP). **PLATUM** - Plano de Turismo Municipal. Cidade de São Paulo. Perspectiva 2030, 2019-2021.

SÃO PAULO (SP). **PLATUM - Plano de Turismo Municipal.** Secretaria Municipal de Turismo, São Paulo: SPTuris, 2024-2029.

SÃO PAULO (SP). **Lei N° 17.975, de 8 de julho de 2023.** Dispõe sobre a revisão intermediária do Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo, aprovado pela Lei N° 16.050, de 31 de julho de 2014, nos termos da previsão do seu art. 4°. Diário Oficial do Município de São Paulo, 2023. Disponível em: <http://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/lei-17975-de-8-de-julho-de-2023>. Acesso em: 14/07/2023.

SÃO PAULO (Estado). **Secretaria do Turismo e Viagens.** Governo do Estado de São Paulo, 2023. Disponível em: <https://www.turismo.sp.gov.br/onepage>. Acesso em: 04/08/2023.

SÃO PAULO. **Plano Diretor Estratégico.** Cidade de São Paulo. Disponível em: <https://www.capital.sp.gov.br/cidadao/rua-e-bairro/gestao-urbana/plano-diretor-estrategico>. Acesso em: 10/07/2023.

SHELLER, M; URRY, J. The new mobilities paradigm. **Environment and Planning A: Economy and Space**, 38(2), p.207-226, 2006, <https://doi.org/10.1068/a37268>.

SINGH, D; GIUCCI, G; JIRÓN, P. (orgs.). **Términos clave para los estudios de movilidad en América Latina.** Editorial Biblos, Buenos Aires, 2018.

VAINER, C. Pátria, Empresa e Mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico. *In:* ARANTES, O; VAINER, C; MARICATO, E. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos.** Vozes, São Paulo, p.75-103, 2000.

VEAL, A. **Metodologia em Lazer e Turismo.** Editora Aleph, São Paulo, 2011.

VILLAÇA, F. Uma contribuição para a história do planejamento urbano no Brasil. *In:* DEÁK, C; SCHIFFER, S. **O processo de urbanização no Brasil.** Edusp/Fupam, São Paulo, 1999.

URRY, J. **Mobilities.** Londres: Polity Press, 2007.

\_\_\_\_\_; LARSEN, J. **O Olhar do Turista 3.0.** São Paulo: Edições SESC, 2021.