

## Paradiplomacia e *City Diplomacy* da cidade de São Paulo na perspectiva do Turismo e das Relações Internacionais.

**Juliane Santos Lumertz<sup>1</sup>**  
**Juarez Velozo-Silva<sup>2</sup>**  
**Rina Ricci Cagnacci<sup>3</sup>**  
**Edegar Luís Tomazzoni<sup>4</sup>**

### Resumo

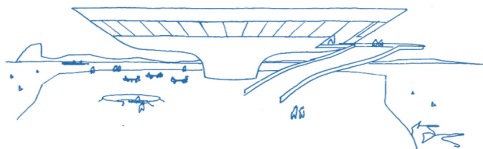
Terceiro maior setor de exportação mundial, o turismo é utilizado, estrategicamente, por alguns Estados, nos contextos de formatos diferenciados de relacionamentos internacionais, como instrumento de *soft power*. A compreensão desses aspectos ainda é limitada, e a análise científica sobre o tema é escassa. Nessa perspectiva, aplicam-se os conceitos de paradiplomacia e de *city diplomacy*, para entender a atuação dos organismos oficiais das relações internacionais, em níveis subnacionais, no campo do turismo. O objeto de análise é a cidade de São Paulo, que é bem classificada, em índices de cidades por PIB no mundo, além de ser um município sede de várias representações internacionais, como 49 consulados gerais e 44 honorários, 17 escritórios comerciais e 39 câmaras de comércio, e a maior sede de eventos internacionais realizados no Brasil, ocupando o primeiro lugar, no ranking de cidades brasileiras e a quarta nas Américas e, também e a 47ª posição no ranking mundial. Diante do problema de como melhorar e promover o fluxo turístico da cidade, ampliar a captação de eventos internacionais e buscar mais investimentos para o seu desenvolvimento, no contexto estratégico da paradiplomacia e, também, com o enfoque mais moderno da *city diplomacy*, o objetivo do artigo é analisar a gestão das relações internacionais do município de São Paulo, com relação ao fomento do turismo. Para tanto, foram feitas consultas a fontes secundárias, nomeadamente, aos sítios, na Internet, das seguintes organizações: Organização Mundial do Turismo (OMT), Ministério do Turismo do Brasil (MTur); Secretaria de Relações Internacionais, Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo do Município de São Paulo e São Paulo Turismo (SPTuris). A coleta primária de dados foi realizada por meio de entrevistas, com a coordenadora de Turismo da Secretaria Municipal de Turismo e com a diretora de Turismo da SPTuris. Como resultados, verifica-se que, para a gestão das relações com o conjunto de entidades globais, a estrutura administrativa ainda não é bem-organizada e articulada, conforme o indicador de que as denominações e as atribuições das secretarias estão em constante alteração, e os exemplos de ações e projetos desenvolvidos entre os órgãos limitam-se à colaboração em

<sup>1</sup> Bacharel em Turismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Mestre em Relações Internacionais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Doutoranda em Turismo do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP). <http://lattes.cnpq.br/6199456533199608>. Email: [juliane.lumertz@usp.br](mailto:juliane.lumertz@usp.br).

<sup>2</sup> Turismólogo (UNIBERO), especialista em Gestão de Pessoas (SENAC), Mestrando no Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade de São Paulo (EACH-USP). Email: [juarez.velozo@hotmail.com](mailto:juarez.velozo@hotmail.com). <http://lattes.cnpq.br/8413083430323600>. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

<sup>3</sup> Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade de São Paulo (EACH-USP). <http://lattes.cnpq.br/5256942113174938>. Email: [rinaricci@usp.br](mailto:rinaricci@usp.br).

<sup>4</sup> Livre Docente na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo, no Programa de Pós-graduação em Turismo e no Curso de Graduação em Lazer e Turismo. <http://lattes.cnpq.br/8738058687012139>. E-mail: [eltomazzoni@usp.br](mailto:eltomazzoni@usp.br).



eventos pontuais. Apesar da grandiosidade dessa metrópole global, constata-se debilidade no desenvolvimento de ações internacionais, especialmente, no turismo. A falta de ações compromete as oportunidades de retornos em captações e promoções, que poderiam ser melhor desenvolvidas, através de estratégias de *soft power* embasado nos conceitos de diplomacia, como *paradiplomacia* e *city diplomacy*.

**Palavras-chave:** Paradiplomacia; *City diplomacy*; Turismo; Relações Internacionais; *Soft power*.