



Revista Jurídica



POLÍTICAS PÚBLICAS DE APOIO AO DESENVOLVIMENTO DOS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO ESTADO DE SÃO PAULO

PUBLIC POLICIES TO SUPPORT THE DEVELOPMENT OF TOURIST MUNICIPALITIES IN THE STATE OF SÃO PAULO

Wagner Seian Hanashiro

Bacharel em Direito e Mestre em Direito da Sociedade da Informação pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas - FMU; Especialista em Direito Constitucional, Direito do Consumidor, Direito Digital e Compliance pela Faculdade Damásio/IBMEC - Instituto Damásio de Direito; Coautor em diversas obras jurídicas. Atualmente é Assessor Técnico de Gabinete da Secretaria da Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo; Membro do Conselho Estadual de Turismo e do Fórum Estadual de Fomento ao Turismo Rural; Advogado; Professor; Membro Efetivo da Comissões de Compliance, Governança e Integridade da OAB/SP. Foi Auditor, Auditor Chefe e Superintendente-Adjunto no Instituto de Pesos Medidas do Estado de São Paulo; Assessor Técnico de Gabinete na Casa Civil e na Secretaria de Turismo e Viagens do Estado; Chefe de Gabinete da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado; Conselheiro do CONDEPHAAT; Presidente do Conselho de Orientação Controle do Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3045721319386619>;

E-mail: wagner.hanashiro@gmail.com

Osmar Fernando Gonçalves Barreto

Doutorando em Direito Constitucional pela Faculdade Autônoma de Direito de São Paulo - FADISP (2020 - até o momento). Mestre em Direito da Sociedade da Informação pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas - FMU (2017). Pós-graduado lato sensu em Direito e Processo do Trabalho pelo Damásio Educacional (2020). Pós-graduado lato sensu em Direito Privado pela Escola Paulista da Magistratura - EPM (2008). Graduado em Direito pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas - FMU (2006). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1063688454568879>;

E-mail: osmarbarreto2@hotmail.com

Ronny Max Machado

Mestre em Direito da Sociedade da Informação pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. São Paulo. Estado de São Paulo. Brasil. Pesquisador junto ao Programa de Mestrado em Direito da Sociedade da Informação pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas, São Paulo. Estado de São Paulo. Brasil. Diretor de Pesquisa e pesquisador junto a Liga Acadêmica Brasileira de Antropologia e Direito Indígena-LABADI. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3526842654606450>;

E-mail: ronnymaxm@yahoo.com.br

Victor Augusto Andrade de Almeida

Bacharel em Direito pela Universidade Metodista de São Paulo (2019), pós-graduado em Direito Público pela Faculdade Legale (2021). Atualmente Assessor Técnico II, na Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1222880567553075>;

E-mail: victor.vi97@hotmail.com;

Resumo: O presente artigo tem como objetivo estudar as políticas públicas de turismo no estado de São Paulo, com destaque para o Fundo de Melhoria do Municípios Turísticos, Distritos Turísticos, Rotas Turísticas, entre outras. Através de uma metodologia baseada em estudo bibliográfico e análise indutiva, o artigo discute como esses instrumentos podem contribuir para o desenvolvimento econômico e social dos municípios do estado de São Paulo. A partir da revisão de literatura sobre o assunto, são discutidos os principais aspectos relacionados à criação e gestão dessas políticas, bem como as envolvidas na sua implementação. O artigo conclui que a utilização desses recursos pode ser um importante impulsionador para o desenvolvimento do turismo no estado, contribuindo para a geração de emprego e renda e para o fortalecimento das economias locais.

Palavras-chave: gestão pública; turismo; infraestrutura; distritos turísticos; desenvolvimento.

***Abstract:** This article aims to study public tourism policies in the state of São Paulo, with emphasis on the Fund for the Improvement of Tourist Municipalities, Tourist Districts, Tourist Routes, among others. Through a methodology based on a bibliographical study and inductive analysis, the article discusses how these instruments can contribute to the economic and social development of municipalities in the state of São Paulo. Based on the literature review on the subject, the main aspects related to the creation and management of these policies are discussed, as well as those involved in their implementation. The article concludes that the use of these resources can be an important driver for the development of tourism in the state, contributing to the generation of employment and income and to the strengthening of local economies.*

Keywords: public Management; tourism; infrastructure; tourist districts; development.

INTRODUÇÃO

O turismo é considerado uma importante atividade econômica em todo o mundo, e no Brasil não é diferente. Desde os anos 90, que vem sendo considerado como uma política pública no país, com o objetivo de impulsionar o desenvolvimento econômico e social de diversas regiões do País.

O Ministério do Turismo é o órgão responsável pela formulação e implementação da política nacional de turismo no Brasil. Entre as principais medidas adotadas pelo governo para fomentar o turismo no país, estão a criação de programas de

incentivo ao turismo, a promoção de destinos turísticos brasileiros no exterior, a realização de grandes eventos turísticos, além da elaboração de planos e estratégias para o desenvolvimento do setor em nível nacional.

Apesar dos avanços na área do turismo como política pública no Brasil, ainda há desafios a serem enfrentados, como a melhoria da infraestrutura turística em algumas regiões do país, a qualificação dos profissionais do setor e a promoção do turismo sustentável. No entanto, a crescente importância do turismo na economia brasileira indica que o setor deve continuar recebendo atenção e investimentos por parte do governo brasileiro.

No Estado de São Paulo é uma importante política pública, considerado um dos principais destinos turísticos do país. O setor é responsável pela geração de empregos e renda em diversas regiões do estado, além de contribuir para o desenvolvimento econômico e social.

Sendo o turismo uma atividade econômica transversal que impacta diversos setores da economia. O estado conta com uma ampla oferta de atrações turísticas, que vão desde as praias do litoral até as serras e montanhas do interior, passando por cidades históricas, parques e reservas naturais, entre outros.

Em São Paulo o turismo é responsável por gerar empregos e renda em diversas áreas, como a hotelaria, a gastronomia, o transporte, o comércio e serviços em geral. Além disso, também contribui para o desenvolvimento de outras atividades econômicas, como a construção civil, a indústria têxtil, a produção de alimentos e bebidas, entre outras.

São Paulo é conhecida por seu forte potencial para o turismo de negócios, com a presença de importantes centros de convenções e eventos, além de uma ampla oferta de hotéis e serviços voltados para esse segmento. A cidade de São Paulo, por exemplo, é considerada um importante destino para o turismo de negócios na América Latina.

No entanto, é importante ressaltar que o turismo em São Paulo também apresenta desafios, como a necessidade de investimentos em infraestrutura, transporte e segurança, além de um maior esforço para a promoção e divulgação das atrações turísticas da região.

É necessário que este segmento seja gerido de forma responsável e sustentável, levando em consideração a preservação dos recursos naturais, culturais e históricos da região, além do respeito às comunidades locais.

Com a crescente popularidade da internet e das redes sociais, a promoção turística na sociedade da informação se tornou uma ferramenta crucial para a indústria do turismo. Atualmente, a maioria dos viajantes realiza pesquisas online antes de escolher

um destino turístico, o que torna a presença online essencial para a promoção de um destino.

A promoção turística na sociedade da informação inclui diversas estratégias, como a criação de sites e perfis em redes sociais, a publicação de conteúdo relevante e atrativo, o uso de técnicas de SEO (*Search Engine Optimization*) para melhorar o ranqueamento nos motores de busca e a criação de campanhas de marketing digital.

As redes sociais têm um papel fundamental na promoção turística na sociedade da informação, permitindo que os destinos turísticos se conectem diretamente com o público e compartilhem informações relevantes e atraentes.

As plataformas como o Instagram e o Facebook são particularmente úteis para compartilhar fotos e vídeos dos destinos, enquanto o Twitter pode ser usado para divulgar informações atualizadas e eventos em tempo real.

Além disso, a promoção turística na sociedade da informação permite que os destinos turísticos se conectem com viajantes do mundo todo, o que aumenta a exposição do destino e a possibilidade de atração de novos visitantes. Essa estratégia também pode ajudar a diversificar o público turístico e a ampliar o alcance da promoção.

Assim, o turismo pode ser uma importante ferramenta de desenvolvimento econômico e social para o Estado de São Paulo, desde que seja planejado e gerenciado de forma integrada e sustentável, envolvendo diversos setores da economia e garantindo a qualidade dos serviços oferecidos aos visitantes.

1. FUNDO DE MELHORIA DOS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS – FUMTUR

O Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos está estabelecido na Constituição Estadual, lei ordinária, lei complementar e decretos estaduais. O repasse previsto para os municípios turísticos está regulamentado na lei de licitações e em decretos estaduais. (HANASHIRO,2020,a1)

Com o passar dos anos, o fundo passou por algumas modificações estruturais a mais relevante, foi introduzida pela Constituição do Estado de São Paulo em seu artigo 146 que dispõe:

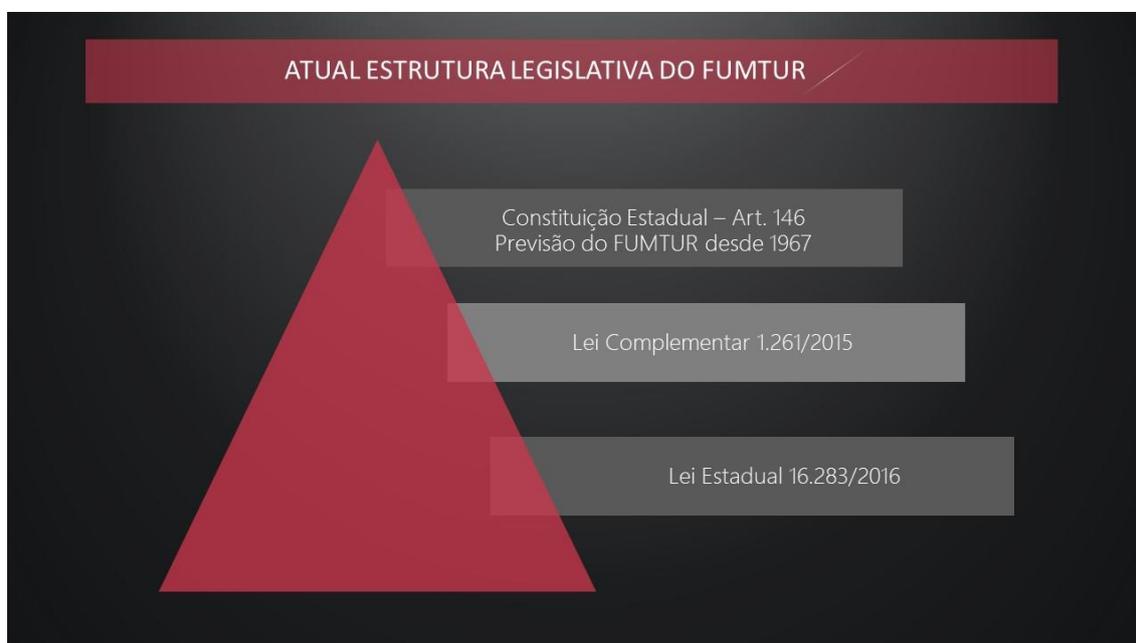
Artigo 146 - A classificação de Municípios Turísticos, assim considerados as Estâncias e os Municípios de Interesse Turístico, far-se-á por lei estadual e dependerá da observância de condições e requisitos mínimos estabelecidos em lei complementar e da manifestação do órgão técnico competente. (NR)
§1º - O Poder Executivo deverá encaminhar à Assembleia Legislativa, a cada três anos, projeto de Lei Revisional dos Municípios Turísticos, a ser disciplinado na lei complementar prevista no 'caput' deste artigo. (NR)

§2º - O Estado manterá, na forma que a lei estabelecer, um Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos, com o objetivo de desenvolver programas de melhoria e preservação ambiental, urbanização, serviços e equipamentos turísticos. (NR)

§3º - O Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos terá dotação orçamentária anual correspondente a 11% (onze por cento) da totalidade da arrecadação dos impostos municipais das Estâncias no exercício imediatamente anterior, limitada ao valor inicial da última dotação atualizado pela variação anual nominal da receita de impostos estaduais estimada na subseqüente proposta orçamentária. (NR)

§4º - Os critérios para a distribuição, transferência e aplicação dos recursos do Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos serão estabelecidos em lei, garantida a destinação de 20% (vinte por cento) para os Municípios de Interesse Turístico. (NR)

No âmbito infraconstitucional com a edição da Lei nº 16.283, de 15 de julho de 2016, incluiu mais uma classificação além das Estâncias, os Municípios de Interesse Turístico, assim atualmente dos 645 municípios paulistas, 70 são Estâncias e 140 Municípios de Interesse Turísticos, estes Municípios de Interesse Turístico foram titulados após análise técnica realizada pela Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, com fundamento na Lei Complementar nº 1.261, de 29 de abril de 2015, que estabeleceu as condições e requisitos para a classificação de Estâncias e de Municípios de Interesse Turístico e dá providências correlatas (HANASHIRO,2020,a1).



Estrutura da FUMTUR

A infraestrutura turística é um fator crucial para o desenvolvimento do turismo em qualquer destino. Porém, para que os recursos destinados a essa área sejam bem

aplicados, é preciso que haja um planejamento cuidadoso e uma gestão eficiente por parte das autoridades responsáveis.

Uma boa aplicação dos recursos para infraestrutura turística começa com a definição clara dos objetivos e metas a serem alcançados. É preciso identificar as necessidades do destino turístico em termos de infraestrutura e definir as prioridades, levando em conta o potencial turístico da região e as demandas dos visitantes (BENI, 2006).

Com base nesses objetivos e metas, é preciso elaborar um planejamento detalhado que considere não apenas as obras de infraestrutura em si, mas também questões como sustentabilidade ambiental, acessibilidade, segurança e conforto para os turistas (BOULLÓN, 2002).

Ao longo da implementação das obras, é preciso garantir uma gestão eficiente dos recursos, com o controle rigoroso dos prazos, custos e qualidade dos trabalhos realizados. Também é importante garantir a transparência na aplicação dos recursos, de forma a garantir a confiança da população e dos turistas.

É importante que a infraestrutura turística seja mantida e renovada de forma contínua, de modo a garantir a sua qualidade e a sua capacidade de atender às demandas dos turistas em um ambiente em constante evolução.

Há algumas propostas de alteração legislativa, destacamos o Projeto de Lei Complementar nº 35, de 2021 que Altera a Lei Complementar nº 1.261, de 29 de abril de 2015, que estabelece condições e requisitos para a classificação de Estâncias e de Municípios de Interesse Turístico, nos seguinte itens:

1. a criação de mais 10 Estâncias Turísticas, aumentando o total de 70 para 80, classificando como Estâncias Turísticas os 10 (dez) Municípios de Interesse Turísticos do Estado de São Paulo que obtiveram melhor pontuação no ranqueamento promovido pela Secretaria de Turismo e Viagens do Estado de São Paulo;

2. a criação de mais 25 MITs, aumentando de 140 para 165, estabelecendo que a Assembleia Legislativa classificará mais 35 (trinta e cinco) municípios como Municípios de Interesse Turísticos do Estado de São Paulo.

Uma boa aplicação dos recursos para infraestrutura turística pode ter um impacto significativo no desenvolvimento do turismo em uma região, atraindo mais visitantes, gerando empregos e renda e contribuindo para o crescimento econômico.

No entanto, para que isso seja possível, é fundamental que haja um planejamento cuidadoso, uma gestão eficiente e uma manutenção contínua da infraestrutura turística.

2. OS DISTRITOS TURÍSTICOS NO ESTADO DE SÃO PAULO

Os distritos turísticos, com suas variações em termos regionais e nacionais, é vista como uma solução consagrada na organização de territórios com vocação, potencial e atividade turística evidente e na atração ordenada de investimentos e um desenvolvimento sustentável e contínuo dessas áreas.

A criação dos distritos turísticos no estado de São Paulo vem na tentativa de solucionar problemas ainda não enfrentados na devida escala no Brasil. Em primeiro lugar, reserva áreas territoriais livres e especificamente demarcadas no estado, dedicando-a principalmente ao desenvolvimento do turismo.

Em função dos distritos não estarem restritos às terras do setor público ou do setor privado, e nem aos domínios de necessariamente um município, a lei cria os instrumentos necessários para o devido relacionamento entre o público e o privado, bem como entre os diversos entes federativos. Por fim, reforça-se a segurança jurídica para os empreendedores nos distritos turísticos, aumentando a atratividade de investimentos para a região(HANASHIRO,2022,a2).

Foi promulgada a Lei nº 17.374, de 08 de junho de 2021, dispõe sobre a instituição de distritos turísticos no estado de São Paulo, nesse ponto, é importante distinguir os distritos turísticos, das estâncias turísticas, municípios turísticos e ainda as regiões turísticas.

O modelo dos distritos gera grandes vantagens econômicas e de sustentabilidade para a região onde é implementado:

- (i) permite a viabilização da atratividade dos recursos naturais e culturais de um território, potencializando o aumento do fluxo de visitantes e ativando ou fortalecendo a economia local;
- (ii) contribui no aumento do emprego e da renda da região;
- (iii) potencializa a atração de outros benefícios para a população local em termos de melhoria das condições de infraestrutura básica da região, como sistemas de saneamento, estradas, transporte, sistema de comunicações, paisagismo urbano;
- (iv) incentiva a criação de novos empreendimentos turísticos;

- (v) atrai empreendimentos de apoio, como hotéis, restaurantes e transporte nas imediações do distrito, fortalecendo assim a economia e a oferta de empregos.

Atualmente em São Paulo estão instituídos 4 Distritos Turístico, que podemos verificar na linha do tempo para a sua implementação:



Linha cronológica legislativa.

Nos distritos turísticos, as PPPs podem ser uma excelente opção para desenvolver a infraestrutura turística e atrair investimentos, pois a cooperação entre o setor público e o privado pode unir esforços, compartilhar riscos e recursos financeiros, tecnológicos e humanos, visando o desenvolvimento da região e o aumento do fluxo de turistas.

As PPPs podem ser aplicadas em diversas áreas, tais como: construção e manutenção de rodovias e aeroportos, modernização de equipamentos e serviços turísticos, gestão de parques e reservas naturais, entre outros (NOHARA,2018).

Um exemplo de PPPs nos distritos turísticos pode ser a construção e gestão de um centro de convenções ou um empreendimento hoteleiro. O setor público pode fornecer o terreno e o apoio para o licenciamento e as concessões necessárias, enquanto o setor privado se responsabiliza pela construção e operação do empreendimento.

As PPPs nos distritos turísticos também podem ser usadas para desenvolver rotas turísticas, implementar sinalização turística, instalar câmeras de segurança, promover campanhas de marketing, entre outras iniciativas que visem o desenvolvimento do turismo na região.

É importante destacar que as PPPs devem ser planejadas e gerenciadas com transparência, ética e responsabilidade, com cláusulas contratuais que estabeleçam metas e prazos claros, e que garantam o cumprimento dos objetivos públicos. (GONZALEZ; SALLES,2011).

Os distritos turísticos, da forma aqui estruturada, têm relevante capacidade para promover o desenvolvimento de algumas regiões do Estado, em especial, as com grande potencial turístico ainda pouco explorado, bem como as com índice de desenvolvimento abaixo da média das demais regiões do estado de São Paulo.

3. AS ROTAS CÊNICAS

As rotas cênicas são trajetos turísticos que se destacam pela beleza e singularidade das paisagens ao longo do percurso. Essas rotas geralmente incluem pontos turísticos, mirantes, parques naturais, reservas ambientais, entre outras atrações que permitem aos visitantes contemplar e apreciar a beleza natural da região.

No Brasil, existem diversas rotas cênicas que atraem turistas de todo o mundo. Algumas das mais conhecidas incluem a Rota Romântica no Rio Grande do Sul, a Rota das Emoções no nordeste do país, a Rota das Águas em Minas Gerais, a Estrada Real em Minas Gerais e Rio de Janeiro, a Rota das Grutas em Goiás, entre outras.

As rotas cênicas têm um grande potencial para impulsionar o turismo em uma região, gerando empregos e renda para a comunidade local.

Além disso, elas também contribuem para a preservação do meio ambiente, uma vez que muitas das atrações turísticas estão localizadas em áreas de conservação ecológica.

Para desenvolver uma rota cênica, é fundamental que haja um planejamento cuidadoso por parte das autoridades locais e dos empresários do setor turístico. É importante identificar as atrações mais relevantes ao longo do percurso, bem como

investir em infraestrutura turística adequada, como sinalização, serviços de hospedagem, alimentação e transporte.

Em 05 de abril de 2021 foi editado o Decreto nº 65.603 que Dispõe sobre a implementação de "Rotas Cênicas" no Sistema Rodoviário do Estado de São Paulo e dá providências correlatas.

DECRETO Nº 65.603, DE 5 DE ABRIL DE 2021

Dispõe sobre a implementação de "Rotas Cênicas" no Sistema Rodoviário do Estado de São Paulo e dá providências correlatas

JOÃO DORIA, GOVERNADOR DO ESTADO DE SÃO PAULO, no uso de suas atribuições legais,

Decreta:

Artigo 1º - A Administração Pública estadual incentivará a implementação, no respectivo sistema rodoviário, de circuitos ou trajetos que perpassem áreas de beleza natural ou cultural, denominados "Rotas Cênicas", com vista ao fomento do desenvolvimento econômico regional, por meio do turismo, observado o disposto neste decreto.

Artigo 2º - A implementação de "Rotas Cênicas" dependerá da constatação da existência de qualidades paisagísticas, naturais, culturais e geológicas, de edificações e outras ações humanas existentes, em segmentos ou trajetos rodoviários cujo aproveitamento turístico preserve e valorize as características próprias do circuito.

Artigo 3º - Em conformidade com o artigo 2º deste decreto, verificada a possibilidade de implementação de "Rota Cênica", o órgão ou entidade com circunscrição sobre as vias estaduais abrangidas poderá realizar estudos técnicos que demonstrem:

I - a existência de características ou elementos que agreguem valor à experiência turística;

II - a viabilidade técnica do projeto considerando, no mínimo, aspectos de:

a) segurança viária, inclusive traçado geométrico, drenagem, pavimentação, sinalização, áreas de manobra e de estacionamento, acessos e dispositivos de segurança ou contenção;

b) proteção e preservação do meio ambiente;

c) sustentabilidade financeira e vantagens socioeconômicas.

Parágrafo único - Os estudos de que trata o "caput" deste artigo, quando realizados:

1. deverão instruir processos administrativos voltados à delegação da exploração, à modernização ou à manutenção do Sistema Rodoviário estadual;

2. serão submetidos à análise da Secretaria de Turismo, para manifestação quanto ao interesse na implementação da "Rota Cênica".

Artigo 4º - Os Secretários de Turismo, de Projetos, Orçamento e Gestão, de Infraestrutura e Meio Ambiente e de Logística e Transportes, mediante resolução conjunta, poderão editar normas complementares necessárias ao cumprimento do disposto neste decreto.

Artigo 5º - Este decreto e sua disposição transitória entram em vigor na data de sua publicação.

Disposição Transitória

Artigo único - Os contratos de delegação da exploração ou de modernização e manutenção de vias integrantes do sistema rodoviário estadual, que estejam em vigor na data da publicação deste decreto, poderão ser objeto de aditamento para implementação de "Rota Cênica", desde que preenchidos os requisitos de que trata o artigo 3º deste decreto, bem como observadas as disposições legais e regulamentares aplicáveis.

Além disso, as rotas cênicas também devem ser promovidas de forma adequada para atrair a atenção dos turistas. É importante criar campanhas de marketing eficazes e parcerias com operadoras de turismo para tornar a rota conhecida em nível nacional e internacional.

Sendo assim, é fundamental que as rotas cênicas sejam gerenciadas de forma sustentável e responsável, garantindo a preservação do meio ambiente e a qualidade de vida das comunidades locais.

Com planejamento adequado, investimentos em infraestrutura turística e promoção adequada, as rotas cênicas podem se tornar um importante motor para o desenvolvimento do turismo em uma região.

4. O PROGRAMA DE *STOPOVER* NO ESTADO DE SÃO PAULO

A política *stopover* consiste em uma estratégia utilizada pelas empresas aéreas para atrair turistas e impulsionar o turismo em uma determinada região. A idéia é que o viajante faça uma escala em uma cidade intermediária durante a sua viagem para o destino final, permitindo que ele conheça as atrações turísticas locais e contribuindo para a economia da região.

Esse tipo de política é benéfico para todas as partes envolvidas. Para os turistas, é uma oportunidade de conhecer novos lugares, ampliando as experiências de viagem. Já para as empresas aéreas, a política *stopover* pode ser uma forma de fidelizar os clientes e aumentar as vendas de passagens. (SÃO PAULO,2019).

Além disso, a política também traz benefícios para as cidades intermediárias que recebem os turistas em escala. Isso porque o turista, ao visitar a cidade, acaba injetando dinheiro na economia local, contribuindo para a geração de empregos e renda.

No Brasil, algumas cidades já adotaram a política *stopover*, como São Paulo, Rio de Janeiro e Recife. Em São Paulo, por exemplo, o programa "São Paulo Stopover" oferece aos turistas a oportunidade de conhecer a cidade durante uma escala de até três dias, com descontos em hospedagem, transporte e atrações turísticas. (SÃO PAULO,2019).

Em resumo, a política *stopover* é uma estratégia interessante para impulsionar o turismo em uma região, beneficiando tanto as empresas aéreas quanto as cidades intermediárias e os próprios turistas.

Ao permitir que o turista conheça novos lugares e experiências, essa política contribui para a diversificação do turismo e para a geração de empregos e renda em diferentes regiões do País.

5. A CRIAÇÃO DE *PLACE BRANDING*

Place branding é uma estratégia utilizada para promover a imagem e a identidade de um lugar, com o objetivo de atrair turistas, investimentos e melhorar a qualidade de vida da população local. No caso dos municípios turísticos, o *place branding* é essencial para consolidar a imagem do destino e atrair um público mais amplo e diversificado. Para Rodrigues:

Já Place Branding surgiu como uma ampliação da ideia de Nation Branding, mas para lugares e não necessariamente países e estados. A partir desse conceito, é possível criar a imagem de algum lugar público, mas com a participação da iniciativa privada e da comunidade. Uma praça, uma rua, uma esquina, por exemplo, podem ter um branding próprio e, assim, elevar a taxa de desenvolvimento do lugar em que se situam (RODRIGUES, 2010, p. 50).

Segundo Ana Raquel Dias, o *place branding* pode ser aplicado de diversas formas, como por exemplo, através da criação de uma identidade visual para o destino, que represente a cultura, história e atrativos turísticos locais. (DIAS,2020).

Além disso, ações de marketing e comunicação, que envolvam a divulgação do destino em redes sociais, guias turísticos, campanhas publicitárias e eventos, são essenciais para consolidar a imagem do lugar. ”. Para Gobé (2010, p. 11), “design é mais do que o veículo pelo qual as marcas se expressam e se conectam com seus clientes. [...] o design é um reflexo do ecossistema humano”.

Para que o *place branding* seja bem-sucedido, é necessário um trabalho em conjunto entre a iniciativa privada e o poder público local. É importante envolver a comunidade na construção da imagem do lugar, valorizando as tradições e a cultura local, e oferecendo experiências autênticas e diferenciadas aos visitantes. (DIAS,2020)

No caso dos municípios turísticos, o *place branding* pode ser um fator chave para a atração de turistas e investimentos, gerando empregos e renda para a população local. Ao criar uma imagem forte e atrativa do destino, os municípios podem se diferenciar de outros destinos turísticos e ganhar destaque no mercado.

Em suma, é importante destacar que o *place branding* não é uma estratégia pontual, mas sim um processo contínuo e evolutivo, que deve estar em constante

adaptação às mudanças do mercado e das demandas dos visitantes. Com um planejamento estratégico bem estruturado, os municípios turísticos podem criar uma imagem forte e atraente do destino, tornando-se referência no mercado e gerando impactos positivos na economia local e regional.

6. OS CENTROS HISTÓRICOS

O turismo em centros históricos municipais é uma das formas mais interessantes de conhecer a história e a cultura de um lugar, além de ser uma importante atividade econômica para a cidade.

Os centros históricos são áreas que preservam as características arquitetônicas, culturais e históricas de um determinado período, o que torna esses lugares únicos e especiais (HANASHIRO,2020).

As cidades que possuem centros históricos bem preservados têm um grande potencial turístico, pois são capazes de atrair visitantes interessados em conhecer a história e a cultura local.

Ademais o turismo em centros históricos pode ser uma importante fonte de renda para os moradores locais, gerando empregos e movimentando a economia (BOULLÓN,2002)

No entanto, é importante destacar que a preservação dos centros históricos municipais deve ser uma preocupação constante por parte das autoridades locais. A falta de investimentos em manutenção e restauração pode comprometer a segurança e a beleza dos prédios históricos, o que pode afetar negativamente o turismo na região.

Por outro lado, é necessário que os turistas também sejam responsáveis e cuidadosos ao visitar os centros históricos. A preservação do patrimônio cultural e histórico é uma responsabilidade de todos, e os visitantes devem respeitar as normas e regras de preservação, evitando danificar ou poluir os locais. (HANASHIRO,2022)

O turismo em centros históricos municipais pode trazer inúmeros benefícios para a cidade e seus moradores, como a geração de empregos, a movimentação da economia local e a valorização do patrimônio cultural e histórico.

No entanto, é preciso uma gestão responsável por parte das autoridades locais e um comprometimento de todos na preservação desses importantes lugares.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em conclusão, políticas públicas são fundamentais para o desenvolvimento do turismo, não só como atividade econômica, mas também como um meio de preservação do patrimônio cultural e natural, bem como uma forma de promover a inclusão social e melhorar a qualidade de vida das comunidades envolvidas.

O planejamento estratégico, a boa gestão dos recursos e a parceria entre setores público e privado são aspectos essenciais para garantir o sucesso de políticas de turismo.

No estado de São Paulo, temos exemplos de boas práticas em políticas públicas de turismo, como os Distritos Turísticos, as Rotas Turísticas e o Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos, que têm ajudado a impulsionar o turismo em várias regiões do estado. Além disso, a promoção do turismo em centros históricos municipais, a valorização do turismo rural e náutico, e a implementação de políticas de place branding têm se mostrado estratégias eficientes para o desenvolvimento do setor.

Por fim, é importante ressaltar que, com o avanço da sociedade da informação, as estratégias de promoção turística devem acompanhar essa evolução, explorando as ferramentas digitais para atingir um público cada vez maior e mais diverso.

Assim, é fundamental que o setor de turismo esteja sempre atento às tendências e inovações, buscando adaptar-se às mudanças e aproveitar as oportunidades que surgem para o crescimento sustentável da atividade turística.

REFERÊNCIAS

A Posição do Turismo na Economia Brasileira. IN *Revista PANROTAS*, edição especial 2ª parte, edição 1.398 de 13 a 18 de novembro de 2019.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO CEARÁ. *Lei Estadual nº 16.949 de 29/07/2019*. Disponível em: <https://belt.al.ce.gov.br/index.php/legislacao-do-ceara/organizacao-tematica/industria-e-comercio-turismo-e-servico/item/6722-lei-n-16-949-de-29-07-19-d-o-29-07-19>. Acesso em: 01/02/2023.

BENI, M.C. *Análise Estrutural do Turismo*. 2. ed. São Paulo: SENAC, 1998.

BENI, M.C. *Política e Planejamento de Turismo no Brasil*. São Paulo: Aleph, 2006.

BOULLÓN. R. C. *Planejamento do Espaço Turístico*. EDUSC: Bauru, 2002.

CANOTILHO, José Gomes et al. *Comentários à Constituição do Brasil*. São Paulo: Editora Saraiva, 2018. p. 1953.

Constituição do Estado de São Paulo: *Atualizada até a Emenda Constitucional nº 47, de 14 de março de 2019*. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/constituicao/1989/compilacao-constituicao-0-05.10.1989.html>. Acesso em: 09 nov. 2019.

DIAS, A. R. A. *Place branding: transformando um destino numa marca-lugar*. Monografia (MBA Marketing). USP. Guarujá-SP, p.18. 2020.

GOBÉ, Marc. *Brandjam: o design emocional na humanização das marcas*. Trad. Maria Clara de Biase. Rio de Janeiro: Rocco, 2010.

GONZALEZ, P. SALLES, M.R.R. Planejamento Turístico e Hospitalidade: o caso de Cancún, México. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v. 5, n.1, p.45-62, abr. 2011.

HANASHIRO, Wagner Seian. Municípios Turísticos Do Estado De São Paulo E O Apoio Ao Seu Desenvolvimento. IN: KIAN, Fátima Aparecida; MACHADO, Ronny Max (orgs.). *Direito público em destaque*. São Paulo: Alexa Cultural, 2020.(a1)

HANASHIRO, Wagner Seian; GRISA, Gustavo. Proteção Do Meio Ambiente Urbano Pelo Incentivo Ao Turismo Na Região Central Da Cidade De São Paulo. IN. COELHO, Eduardo Salgueiro; MACHADO, Ronny Max (orgs.). *Semente jurídica II: a tutela constitucional do ecossistema brasileiro*. São Paulo: Alexa Cultural, 2020.(a2)

HANASHIRO, Wagner Seian; GRISA, Gustavo. Os Distritos Turísticos Como Indutores De Política Pública No Estado São Paulo: Uma Ferramenta De Democracia Participativa IN. COELHO, Eduardo Salgueiro; MACHADO, Ronny Max (orgs.). *Semente jurídica III: o capitalismo e as democracias ocidentais em crise*. São Paulo: Alexa Cultural, 2022.

MARTINEZ, Regina Célia; GARCIA, José Ailton. *Direito e Turismo*. São Paulo: Saraiva, 2014.

NOHARA, Irene Patrícia. *Direito Administrativo*. 8ª ed. Atlas: São Paulo, 2018.

RODRIGUES, Gustavo Santos. *Nation Branding: Construindo a imagem das nações*. São Paulo: Isotip. labs, 2010.

SÃO PAULO. *Governo de SP anuncia stopover da Latam em Congonhas e Guarulhos*. 02/Dezembro/2019 16:36. Disponível em: <https://www.turismo.sp.gov.br/1676> Acesso em: 01/06/2023.

SÃO PAULO Decreto N° 65.603, De 5 De Abril De 2021, *Dispõe sobre a implementação de "Rotas Cênicas" no Sistema Rodoviário do Estado de São Paulo e dá providências correlatas*. Disponível em: <http://www.legislacao.sp.gov.br/legislacao/index.htm>. Acesso em 01/03/2023.