



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
METROPOLITANA
del Estado de Chile

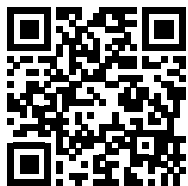
ISSN: 0719-3688

Vol. 11 / N° 1

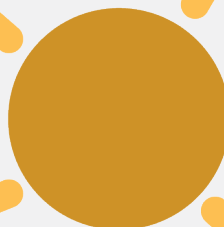
2023

REVISTA DE ESTUDIOS POLÍTICOS Y ESTRATÉGICOS

PROGRAMA DE ESTUDIO
DE POLÍTICAS PÚBLICAS



Visita nuestro sitio web



INOVAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO BRASIL *

INNOVACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO EN BRASIL
INNOVATION AND PUBLIC POLICIES OF TOURISM IN BRAZIL

autores

Ângela Roberta Lucas Leite**
Bruno Martins Augusto Gomes***
Magnus Luiz Emmendoerfer****
Marcos Paulo Fuck*****

Artículo recibido el 11 de abril de 2023
y aceptado el 3 de mayo de 2023.

* Agradecimentos à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais – FAPEMIG (Processos PPM-00049-18 e APQ-03073-21), ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Brasil - CNPq (Processo 312764/2022-7), e à Coordenação para o Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Financiamento 001, Ministério da Educação, Brasil. A primeira versão do texto foi apresentada no IX Encontro Brasileiro de Administração Pública, realizado nos dias 5 e 6 de outubro de 2022, em São Paulo (SP), Brasil.

** Doutoranda em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Paraná (UFPR, Curitiba, PR - Brasil). Professora substituta do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão (UFMA, São Luís, MA, - Brasil). E-mail: angelarobertalucas@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7356-5027>

*** Doutor em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Paraná (UFPR, Curitiba, PR - Brasil). Professor do Programa de Pós-graduação em Políticas Públicas e do Bacharelado em Turismo da UFPR. E-mail: gomesbma@ufpr.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2515-878X>

**** Doutor em Ciências Humanas: Sociologia e Política pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG, Belo Horizonte, MG - Brasil). Professor do Programa de Pós-graduação em Administração e do Bacharelado em Administração da Universidade Federal de Viçosa (UFV, Viçosa, MG - Brasil) e do Professor do Programa de Pós-graduação em Turismo e Patrimônio da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP, Ouro Preto, MG - Brasil). Coordenador Geral da Cátedra UNESCO em Economia Criativa e Políticas Públicas. E-mail: magnus@ufv.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4264-8644>

***** Doutor em Política Científica e Tecnológica pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP, Campinas, SP - Brasil). Professor do Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas e do Bacharelado em Economia da Universidade Federal do Paraná (UFPR, Curitiba, PR - Brasil). E-mail: marcospaulofk@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6729-9201>

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo abordar como a inovação se manifesta nas políticas públicas de turismo, com um enfoque no governo federal do Brasil. Para tanto, foi realizada a coleta e análise de documentos relativos à atuação do governo federal brasileiro no turismo, entre 2018 e 2022. Como resultado foi identificado que os tipos de inovação mais presentes foram as inovações na política pública, no processo administrativo e no serviço. E as ações que receberam maior ênfase nos documentos analisados foram os destinos turísticos inteligentes e as competições para estimular a identificação de soluções inovadoras. Conclui-se que a inovação se inseriu na agenda das políticas públicas federais no período analisado contribuindo para a criação de externalidade positivas como o aumento a competitividade das empresas turísticas do Brasil. Contudo, são escassos os enfoques nas inovações democráticas voltadas para o turismo de base local.

PALABRAS CLAVE: inovações; tecnologia; turismo; políticas públicas; teoria neo-schumpeteriana.

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo abordar cómo la innovación se manifiesta en las políticas públicas de turismo, con foco en el gobierno federal de Brasil. Para ello, se llevó a cabo la recopilación y análisis de documentos relacionados con las actividades del gobierno federal brasileño en turismo, entre 2018 y 2022. Como resultado, se identificó que los tipos de innovación más presentes fueron las innovaciones en política pública, en el proceso administrativo y en el servicio. Y las acciones que recibieron mayor énfasis en los documentos analizados fueron los destinos turísticos inteligentes y los concursos para incentivar la identificación de soluciones innovadoras. Se concluye que la innovación fue incluida en la agenda de las políticas públicas federales en el período analizado, contribuyendo para la creación de externalidades positivas como el aumento de la competitividad de las empresas turísticas en Brasil. Sin embargo, se presta poca atención a las contribuciones innovadoras al turismo de base local.

KEY WORDS: innovaciones; tecnología; turismo; políticas públicas; teoría neo-schumpeteriana.

1. INTRODUÇÃO

A inovação tecnológica tem sido fundamentada na abordagem neoschumpeteriana na qual a inovação é gerada pela necessidade do capitalismo de alterar a dinâmica dos mercados, sendo o desenvolvimento resultante da interação dos sistemas tecnoeconômico e socioinstitucional (Carayannis, Acikdilli & Ziemnowicz, 2020). Uma inovação radical altera as competências e preferências dos três agentes: provedores, usuários e formulador de políticas (Windrum & García-Goñi, 2008). Petelski, Milesi & Verre (2019) também destacam o efeito causal do financiamento público para inovação, visto que ele impacta a intensidade dos esforços tecnológicos das firmas.

A inovação também estimula a competitividade das firmas no mercado, que é medida não mais pelo patrimônio, mas pela forma que conseguem mobilizar as informações e conhecimentos e lançá-las no mercado (Nelson & Winter, 2005). Logo, o processo de concorrência não se dá somente via preços, como também há possibilidade por meio da introdução de novos produtos no mercado, o que importa para explicar a evolução do sistema capitalista como um todo (Schumpeter, 2021).

A concepção neoschumpeteriana se integra ao contexto das políticas públicas de turismo (Silva-Junior et al., 2021) ao incorporar as inovações ao sistema econômico, “ao contrário de muitas tecnologias que são específicas de processos particulares, as inovações derivadas de seu uso têm a característica de permear, potencialmente, todo o tecido produtivo” (Tigre, 2005, p. 206). A teoria neoschumpeteriana possibilita analisar as inovações com ênfase na importância do conhecimento e da aprendizagem para o desenvolvimento organizacional e econômico e conseqüentemente para as mudanças sistêmicas no setor público (Silva-Junior et al., 2021)

Nessa direção, parte-se do pressuposto de que as atividades do setor de serviços, como o turismo, são essenciais para movimentar a economia no Brasil e que o alcance de uma cultura de inovação incorporada pelo destino turístico requer o envolvimento do setor público com políticas públicas direcionadas para a inovação no setor. Logo, a inovação em turismo no Brasil, se incentivada por políticas públicas, pode aumentar a competitividade turística e desenvolver econômica e socialmente o ecossistema nas regiões brasileiras.

Segundo o Ministério do Turismo, é de suma importância que o “ator público incentive e apoie a inovação constante nas empresas do setor e, ao mesmo tempo, busque soluções legais para permitir a concorrência justa entre ela” (MTur, 2018, p. 57). Diante dessa relevância, também ressaltada pelo Ministério do Turismo, faz-se necessário conhecer como o governo federal tem estimulado a inovação no turismo nacional.

Por isso objetiva-se com esse texto apreender como a inovação se manifesta nas políticas públicas de turismo, com um enfoque na literatura científica e nas ações do governo brasileiro. Para tanto, após a apresentação dos procedimentos metodológicos, são abordadas as contribuições da teoria neoschumpeteriana para a análise da inovação nas políticas públicas de turismo. Na seção seguinte é discutida a atuação do governo federal no Brasil (2018-2022) em relação à inovação para então serem expostas as considerações finais.

2 METODOLOGIA

A presente pesquisa se caracteriza como qualitativa e descritiva. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica e documental a respeito da inovação nas políticas públicas de turismo no

Brasil. A pesquisa bibliográfica utilizou livros de autores reconhecidos no tema da pesquisa assim como artigos científicos relacionados ao tema. Os artigos foram selecionados considerando autores clássicos da área e os artigos mais relevantes levantados a partir de busca no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), a qual é uma plataforma do governo brasileiro que disponibiliza o acesso a mais 49 mil periódicos nacionais e internacionais (Brasil, 2023). Para a busca eletrônica neste portal foram utilizados os termos (*strings*): “innovation”, “public policy”, “development”, “tourism”, “Schumpeter”.

Já os documentos foram selecionados a partir do Ministério do Turismo do Brasil que referenciavam a atuação governo brasileiro no período de 2018 a 2022 sobre inovação. O recorte temporal para a análise da atuação do governo brasileiro foi estabelecido em razão de ser esse o mesmo período do Plano Nacional de Turismo do Brasil, que direciona as ações do governo federal.

Foram selecionados os documentos “Plano Nacional do Turismo – PNT 2018-2022” (Brasil, 2018), o “Retomada do Turismo” (Brasil, 2020c; Brasil, 2021b), os documentos relacionados à Câmara do Turismo 4.0 (Brasil 2023a) e o Programa Investe Turismo (Brasil, 2019b). Nestes documentos foram buscadas as menções à inovação.

Também foram utilizadas na análise as reportagens obtidas por meio de pesquisa realizada no buscador de Notícias do site do Ministério do Turismo (<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias>), utilizando a palavra “inovação”, com o mesmo recorte temporal de 2018 a 2022. Nessa busca no site do Ministério do Turismo foram identificados 179 resultados, dos quais foram selecionados utilizando como delimitador o fato de possuir no título ou na síntese da reportagem

o termo “inovação”. A partir desse recorte foram analisadas 49 reportagens. Todavia, nos resultados encontrados, foi identificada a ausência de reportagens de 2019 e 2020. Para suprir esse erro no buscador do Ministério do Turismo, foram utilizadas 12 reportagens referentes ao período faltante encontradas em um portal anterior do Ministério do Turismo (<http://antigo.turismo.gov.br/>). Dessa forma, foram utilizadas 61 reportagens para a análise.

Destaca-se o uso de documentos (impressos, digitalizados e nato eletrônicos) na área de Administração Pública (gestão, governança e políticas públicas) tem sido o principal recurso metodológico empregado em estudos sobre o campo nas últimas décadas (Garcia et al., 2015; Silva et al., 2020) e que instrumento de planejamento governamental como o PNT tem sido aplicado pela comunidade acadêmica (Mediotte et al. 2021), sendo útil para análise e avaliações preliminares de políticas públicas para o desenvolvimento com base no turismo.

A análise dos documentos ocorreu primeiramente de forma qualitativa com uma busca das principais ações do setor público descritas nos mesmos relacionadas à inovação. Em seguida foi realizada uma análise quantitativa dos conteúdos das reportagens para identificar aqueles com maior número de repetições. Finalmente, foi realizada uma análise qualitativa dos documentos a partir das categorias teóricas aprendizagem (pelo uso, pelo fazer, pela pesquisa, pela interação) (Queiroz, 2006; Queiroz 2006) e tipos de inovação no turismo (governança, marketing, política pública, processo administrativo, processo tecnológico, serviço, territorial) (Emmendoerfer, 2023).

Dessa forma, na próxima seção será abordada primeiramente a discussão teórica sobre a inovação, políticas públicas de turismo e teoria neoschum-

peteteriana e em seguida a inovação em políticas públicas de turismo na perspectiva do governo federal no Brasil.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir dos procedimentos metodológicos expostos na seção anterior a seguir serão apresentados os resultados da pesquisa abordando inicialmente as contribuições da teoria neoschumpeteriana para a análise da inovação nas políticas públicas de turismo. Para tanto são discutidas as formas de ocorrência e a classificação da inovação, a importância da inovação para a economia bem como sua relação com o aprendizado, as organizações, a economia e o turismo. Então, é discutida a atuação do governo federal no Brasil (2018-2022) em relação à inovação com destaque para o Plano Nacional de Turismo, ações relacionadas à pandemia (Retomada do Turismo), Câmara de Turismo 4.0, o Programa Investe Turismo, e reportagens sobre inovação disponibilizadas no site do Ministério do Turismo.

3.1 Inovação, Políticas Públicas de Turismo e Teoria Neoschumpeteriana

Castells (2013) revela que a evolução tecnológica afetou em grande parte a capacidade produtiva e os padrões de vida em sociedade, estimulando uma nova economia baseada na informação, na globalização e em redes. As tecnologias da informação prosperam à medida que foram conduzidas pelo mercado e um misto de ações provenientes da interface entre instituições de pesquisa e grandes mercados desenvolvidos pelo governo, bem como uma cultura de criatividade tecnológica atrelada a modelos de sucesso, que se agruparam em torno de redes de empresas, organizações e instituições (Castells, 2013).

Desde então, o desenvolvimento econômico é dirigido pelos avanços tecnológicos como um processo dinâmico, iterativo e evolucionário, que tem levado diversos países à 'corrida' por inovações tecnológicas. Contudo, Freeman e Soete (2009, p. 457), ao analisarem as estratégias de introdução de novos produtos e processos nas indústrias de maior intensidade tecnológica, destacam que as firmas que não inovam estão fadadas a morrer, já que suas concorrentes:

[...] irão tomar-lhes o mercado com inovações de produtos ou fabricando os produtos habituais a custos menores por novos processos. Consequentemente, se elas desejarem sobreviver, a despeito de todas as suas incertezas sobre a inovação, a maioria dessas firmas permanecem numa rotina inovativa [...]. As mudanças na tecnologia e no mercado e os avanços de suas concorrentes obrigam-nas a tentar manter o ritmo de uma forma ou de outra.

Assim, as firmas devem adquirir vantagens competitivas por meio de inovações, sejam elas de caráter tecnológico, mercadológico ou organizacional. Na visão de Schumpeter (2021), essas inovações significam fazer as coisas diferentemente no reino da vida econômica, em outras palavras, só haverá desenvolvimento se houver inovação, se houver a criação de algo novo, que seja capaz de provocar uma ruptura com o status quo. O autor citado destaca ainda que as inovações podem ocorrer da seguinte forma:

- a. introdução de um novo bem não familiar aos consumidores ou então de nova qualidade de um certo bem;
- b. introdução de um novo método de produção, ou seja, de um método ainda não

verificado pela experiência de certo ramo produtivo e que tal introdução é realizada;

- c. abertura de um novo mercado, ou seja, um mercado novo para uma determinada indústria, no sentido de os produtos desta indústria nunca terem tido acesso, independente do fato de este mercado ter ou não existido anteriormente;
- d. conquista de uma nova fonte de matéria prima ou de produtos semiacabados;
- e. novas formas de organização de uma indústria, como a criação ou a ruptura de uma posição de um monopólio, geralmente temporário.

As inovações constituem o motor do processo de mudança que caracteriza o desenvolvimento capitalista, sendo que tal desenvolvimento é entendido, portanto, apenas pelas “mudanças da vida econômica que não lhes foram impostas de fora, mas que surjam de dentro, por sua própria iniciativa” (Schumpeter, 2021, p. 63). As mudanças econômicas endógenas se dão pelo lado da oferta, do produtor – do empresário empreendedor, conforme aponta Schumpeter (2021, p. 65): “o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores são educados por ele, se necessário; são, por assim dizer, ensinados a querer coisas novas, ou coisas que diferem em um aspecto ou outro daquelas que tinham o hábito de usar”.

O autor citado considera no processo inovativo uma personagem ativa: o empresário inovador, aquele que não apenas administra o seu negócio, mas introduz constantemente novos produtos e serviços no mercado, por meio de alguma invenção ou inovação tecnológica ou a combinação de fatores de produção. Contudo, percebe-se que o

empresário inovador deve adotar em sua firma estratégias voltadas as inovações, utilizando-as como diferencial perante seus concorrentes.

É importante ressaltar que investir em inovação implica em estimular aprendizado, capacitação e acumulação de conhecimento. Rosenberg (2006), ao estudar de forma pioneira os vários elementos relacionados ao aprendizado pelo uso, considera as inovações tecnológicas como um processo de diferentes tipos e dimensões de aprendizagem que desperta o interesse universal das firmas pela busca de conhecimento. Compreender a natureza desses processos se torna interessante tanto para a construção da teoria da firma, quanto para as políticas públicas, já que a firma é uma organização “que acumula competências e atuam em um ambiente em permanente mutação” (Queiroz, 2006, p. 193).

Esses aprendizados que contribuem para o aperfeiçoamento dos produtos e serviços e desencadeiam as vantagens competitivas que tanto importa para o sucesso das firmas, podem ser apreendidos das seguintes formas, tendo por base uma ampla revisão teórica realizada por Queiroz (2006): aprendizagem pelo uso (*learning-by-using*), relacionada à utilização do produto, máquina, equipamento, insumo, etc; aprendizagem pelo fazer (*learning-by-doing*), conhecimento tácito adquirido por meio da realização de atividades produtivas; aprendizagem pela pesquisa (*learning-by-searching*), associada a atividades de criação de conhecimento, como P&D (pesquisa e desenvolvimento); aprendizagem pela interação (*learning-by-interacting*) – obtida da interação/cooperação entre os atores.

Assim, as firmas são organizações que aprendem de diversas formas, por diferentes caminhos, seja pelo “fazer, pela adaptação, pela pesquisa, pela interação, entre outros. E, na maior parte dos casos, essas diferentes formas de aprendizado não

são excludentes, [...] podem ser complementares (Queiroz, 2006, p. 209), o que tem levado as firmas a combinarem estratégias, inovações de caráter tecnológico, mercadológico ou organizacional (Tigre, 2008) e de buscarem potencializar suas tecnologias em parceria/cooperação com outras entidades. Queiroz (2006) argumenta que essas entidades que contribuem para a mudança técnica por meio do aprendizado, podem ser as universidades, centros de pesquisa, gestão governamental, instituições públicas e financeiras.

Em síntese, a tecnologia influencia a pesquisa e consequentemente influencia as formas como as firmas desenvolvem suas atividades (isolada ou coletivamente), o conhecimento gerado, como também a forma como se aprende a gerenciar o aprendizado. A literatura usualmente identifica os vários esforços de aprendizado tecnológico relacionados ao setor industrial, muito embora os esforços inovativos possam ser observados em diversos outros setores produtivos.

Devido às particularidades do setor de serviços, a mensuração pela produtividade e a verificação de mudanças se tornam difíceis de ser estabelecidas, principalmente no que tange a inovações tecnológicas. Cabe, portanto, concentrar a análise nos equipamentos e rotinas das firmas prestadoras de serviços ou no conjunto de estudos que possam influenciar na inovação, embora se saiba que é um setor que predomina estratégias imitativas (Soares et al., 2013).

O turismo é um fenômeno econômico social e cultural que afeta a dinâmica produtiva de um destino turístico. É um segmento do setor de serviços que envolve um conjunto de atividades “realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas em lugares distintos do seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano,

com finalidades de lazer, negócios e outros motivos, e não por razões lucrativas” (Soares et al., 2013, p. 46). Flecha et al. (2010) destacam que o turismo é um setor que oferta uma gama de serviços, sendo composto por estabelecimentos de alojamento, transporte, alimentação, entretenimento e lazer e outros serviços disponíveis de hospitalidade.

Pensar em inovação no turismo é partir da premissa que é um setor marcado por inovações não tecnológicas e sem grandes esforços em P&D (pesquisa e desenvolvimento), que predomina entraves como a falta de recursos, confiança e cooperação da cadeia produtiva do turismo, bem como escassos incentivos de aprendizado e difusão de conhecimento. Acrescenta-se a esses elementos a predominância de micro, pequenas e médias empresas, cuja gestão é familiar, o que dificulta ainda mais a inovação neste setor (Nordin, 2003).

Segundo o Manual de Oslo, documento de referência internacional que permite orientar e padronizar metodologias em função do tipo de implementação de uma ou mais inovações no âmbito das organizações, apesar da mensuração da inovação ainda permanecerem incipientes e relativizadas, existem várias abordagens testadas que merecem atenção, em especial aquelas que são conduzidas pelo setor público (*Organisation for Economic Cooperation and Development - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico* [OCDE, 2018]. Todavia, ainda pouco se sabe sobre o processo de inovação em setores não orientados ao mercado mesmo com os avanços no setor público (Emmendoerfer, 2019). Vale destacar que os tipos de inovação reproduzidas nesse documento já vem sendo adaptadas para o turismo, seguindo a seguinte classificação (Hjalager, 2010; Sipe & Testa, 2009):

- a. Inovações de produtos ou serviços: se referem às mudanças observadas diretamente pelo cliente, e considerado como novo, tanto no sentido de nunca visto antes, ou novos para a empresa particular ou de destino.
- b. Inovações de processo: referem-se normalmente às iniciativas de bastidores que visam à eficiência, produtividade e fluxo. Os investimentos em tecnologia são a âncora do processo de inovação, às vezes em combinação com layouts regenerados para operações de trabalho manual.
- c. Inovações gerenciais: novas formas de organizar a colaboração interna, orientando e capacitando pessoal, construindo carreiras e compensando o trabalho com a remuneração e benefícios, também podendo ser destinadas a melhorar a satisfação no trabalho e fomentar o conhecimento interno e recursos de competência
- d. Inovações de gestão: mudanças na maneira em que a comunicação global da organização com os clientes é feita, e como os relacionamentos entre o prestador do serviço e o cliente são construídos e mantidos.
- e. Inovações institucionais: constituição de novas ou combinação de competências já estabelecidas intra e entre organizações/empresas para colaboração interinstitucional, efetivado por meio de acordos bilaterais para a formação de alianças e redes.

Ao revisitar essa discussão no âmbito da gestão, governança e políticas públicas, Emmendoerfer (2023) amplia o debate dos tipos de inovação no turismo ao apresentar a Figura 1:

Figura 1. Tipos de inovação no setor público aplicáveis ao Turismo

Tipos	Síntese descritiva
Conceitual	Desenvolvimento de novas visões de mundo e que questionam concepções prévias, levando a mudanças de paradigmas e, portanto, às possíveis soluções.
Governança	Introdução de novas formas de relacionamento entre atores e/ou organizações no processo de tomada de decisão. Pode ser interno à organização ou externo, na relação com outros órgãos públicos, cidadãos, ONGs e setor privado.
Marketing	Implantação de novos métodos de marketing em posicionamento de serviços, envolvendo primordialmente a introdução ou a melhoria de novos canais de comunicação de produtos. O desenvolvimento e a introdução de um símbolo fundamentalmente novo para uma marca (diferente de atualizações regulares na aparência da marca) que visa posicionar o serviço a fim de lhe dar uma nova imagem.
Política Pública	Mudanças nas políticas públicas, podendo ser resultante também de inovações conceituais. São iniciativas que visam a uma nova forma de ação do poder público, no atendimento de uma demanda ou na resposta de um problema, a partir da mobilização de diferentes recursos (humanos, materiais, físicos, administrativos e financeiros) e de diferentes agentes, públicos ou privados ou cidadãos, e que gerem impacto social.
Processo Administrativo	Introdução de novas ferramentas de gestão, formatos organizacionais, formas de trabalho, práticas gerenciais.
Processo Tecnológico	Adoção de novas tecnologias na prestação de serviços.
Serviço	Criação de novos serviços ou aprimoramento dos serviços existentes ou novas formas de prestação de acesso e entrega dos serviços públicos.
Territorial	Geração de ambientes inovadores no território com ênfase em sistemas produtivos endógenos ou autóctones.

Fonte: Emmendoerfer (2023, p.6-7).

Assim, entende-se que a inovação deve ser tratada pelo setor do turismo para além do desenvolvimento tecnológico, considerando suas facetas e metodologias conforme os tipos de inovação de produtos, de processos, organizacional e de marketing, buscando soluções para o setor de forma coletiva e interativa. O Estado, portanto, deve ter o olhar para inovação voltado a criação e fortalecimento de um ecossistema turístico ino-

vador, incluindo a interação entre setores privado e público e a comunidade (Biz & Grechi, 2022). No que tange o turismo, Denwood et al. (2008) e Victorino et al. (2005) consideram que a inovação tem sido direcionada para grandes organizações, o que tem limitado o desenvolvimento de metodologias que direcionassem à prática inovativa no turismo, apesar de avanços recentes embora ainda incipientes com a utilização de laboratórios de inovação no campo (Emmendoerfer et al. 2020).

Hjalager (2010) assinala a inovação em turismo a partir de políticas focadas na ideia de sustentabilidade e de iniciativas setoriais de outras áreas, categorizando-a em quatro tipos de inovação turística: produto inovações, inovações de processos, conhecimento de mercado e inovações gerenciais. Desta forma, as inovações no turismo afetam desde o processo decisório de viagem até a “implementação de soluções mais rápidas e de custo reduzido voltadas à sensibilização dos profissionais que atuam no setor de turismo” (Brasil, 2018, p. 56), o que impacta diretamente na qualidade dos produtos e serviços, bem como interfere na competitividade do destino turístico, tornando a inovação “fundamental para se pensar e projetar novos caminhos para o turismo” (Tomazzoni, Tomazin & Oliveira, 2022, p. 125).

Após a discussão bibliográfica a respeito das formas de ocorrência e a classificação da inovação, a importância da inovação para a economia bem como sua relação com o aprendizado, as organizações, a economia e o turismo, na seção seguinte será abordada a atuação do governo federal no Brasil (2018-2022) em relação à inovação por meio da análise de reportagens disponibilizadas no site do Ministério do Turismo, do Plano Nacional do Turismo – PNT 2018-2022 e do documento Retomada do Turismo.

O processo de inovações tecnológicas na perspectiva neo-schumpeteriana no setor de serviços, e especial do turismo, refere-se, nesse sentido, a busca e seleção, por meio da descoberta, experimentação, desenvolvimento, imitação e adoção de novos serviços, novos processos e nova organização (Dosi, 1982). Os processos no setor de serviços passam a ser vistos como interativos, complexos, irregulares, envolvendo redes de cooperação e o aprendizado continuamente. Sundbo e Jesen (2001) enfatizam a cooperação e alianças, em

que a inovação emerge nas redes institucionais e empresariais. Segundo Gimenez, Stefenon & Inácio Júnior (2022) a cooperação envolvendo setor público, empresários, terceiro setor e instituições de ensino e pesquisa tem o potencial de gerar o desenvolvimento sustentável de uma região quando essa ação concertada está direcionada para consolidação de um ecossistema empreendedor regional. Como observado por Bugio (2019) no turismo uma maior competitividade e inovação apenas serão obtidas se os agentes do setor cooperarem numa lógica de ecossistema.

3.2 Inovação em Políticas Públicas de Turismo: a atuação do governo federal no Brasil (2018-2022)

No governo federal brasileiro, o Plano Nacional de Turismo (PNT) estabelece a inovação como uma de suas diretrizes para o desenvolvimento do turismo nacional no período de 2018-2022, além da regionalização, qualidade, competitividade e sustentabilidade (Brasil, 2018). Dentre as linhas de atuação propostas pelo PNT 2018-2022 estão: gestão descentralizada; segurança pública; legislação; pesquisa; monitoramento; infraestrutura; fomento; oferta turística; qualificação; formalização de prestadores de serviços turísticos; sustentabilidade; direitos de crianças e adolescentes; turismo social; acessibilidade; turismo de base local; e marketing.

Ao tratar da diretriz inovação o Plano apresenta definições gerais sobre a inovação nas políticas públicas de turismo, associando-a conceitualmente à criatividade, tecnologia, empresas, serviços, fomento, estratégia, conhecimento e destino turístico inteligente. O PNT não trata da inovação em todas as linhas de atuação elencadas inicialmente, mas é possível identificá-la em algumas propostas.

Primeiramente é importante destacar a importância que o Plano atribui ao Estado e sua atuação descentralizada. A descentralização é o primeiro passo para que se forme um ecossistema turístico inovador, pois ela fortalece os conselhos e a decisão local e assim estimula a interação e a formação de redes entre os agentes. Nesse sentido, o Plano propõe a atuação do governo brasileiro de forma descentralizada, destacando o fortalecimento do Sistema Nacional de Turismo (Ministério do Turismo, Embratur, Conselho Nacional de Turismo e Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais), além da importância dos conselhos estaduais e municipais e as instâncias de governança regionais. Nessa perspectiva, tem fundamental importância a cooperação na formação de redes. Assim, a intenção com o PNT é fazer com que seus integrantes consigam colaborar entre si em prol de objetivos comuns como: “compartilhar conhecimentos, capacitar-se, dividir riscos e responsabilidades, conquistar novos mercados, reduzir custos, qualificar produtos e serviços e ainda desfrutar do acesso às novas tecnologias” (Brasil, 2018, p. 69). Para Nordin (2003), o trabalho em rede de cooperação entre os atores agrega valor ao destino turístico, contribuindo também com o incremento da sua competitividade.

A inovação no Plano Nacional de Turismo é relacionada à modernização da legislação, com destaque para as “plataformas digitais que intermedeiam as relações do turista com donos de imóveis que oferecem acomodações [e a] necessária regulamentação desses novos negócios, para que se possa potencializar os benefícios da atividade turística à população local” (Brasil, 2018, p. 80). O fomento também é ressaltado no PNT para ampliar e renovar as infraestruturas turísticas privadas e ofertar serviços turísticos diferenciados e inovadores, “especialmente por meio da disponibilização de recursos do Fundo Geral do Turismo

(FUNGETUR) com foco no atendimento a micro e pequenas empresas” (Brasil, 2018, p. 100). Ainda, “os produtos turísticos devem ser cada vez mais atrativos, destacando-se não só pela qualidade de sua infraestrutura, seus equipamentos e serviços, mas, principalmente, por sua capacidade de inovação e criatividade (Brasil, 2018, p. 102).

Sobre o patrimônio cultural, devem ser criadas “metodologias e estratégias inovadoras, que orientem a estruturação e consolidação atividades turísticas que incorporem aspectos da produção local, da cultura e da culinária regional” (Brasil, 2018, p. 123). Cabe aos órgãos públicos ligados ao meio ambiente e à cultura atuarem em conjunto e implementarem “uma política de gestão das áreas de uso público das Unidades de Conservação Federais, em parceria com o setor privado e o terceiro setor, e promover a inovação, a criatividade” (Brasil, 2018, p. 103). E a acessibilidade também deve ser tratada de forma inovadora assim como deve ser priorizada uma sinalização turística inteligente e interativa - informativa, educativa, interativa, acessível a pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, bem como dispor de tradução em língua estrangeira, utilizando comunicação visual padronizada.

No que tange a qualificação, os estímulos devem surgir de parcerias entre os setores público e privado, com foco para desenvolver e proporcionar conhecimentos inovadores. A inovação tecnológica deve estar presente nos órgãos oficiais de turismo, implementando dentre outras iniciativas, um novo modelo que reduza a burocracia nas transferências intergovernamentais, com soluções inovadoras, inspirando-se na saúde (Brasil, 2018, p. 101). Abre-se um parêntese para o que Castell e Cardoso (2005, p.27) salientam o que conceituam como Estado em rede, em que o setor público apesar de ser a “esfera da sociedade em que as novas tecnologias

de comunicação estão menos difundidas e os obstáculos à inovação e ao funcionamento em rede são mais pronunciados”, é o ator decisivo para desenvolver e moldar a sociedade em rede, o que requer o equivalente a uma reforma de Estado para adaptar-se às exigências e aos processos dessa sociedade.

O monitoramento e avaliação da atividade turística fazem parte dos incentivos do PNT 2018-2022 e envolvem estudos e pesquisas em turismo, disponibilização regular de dados confiáveis sobre a atividade turística, a mensuração de impacto econômico do turismo, a padronização dos indicadores, o monitoramento do desempenho da economia do turismo nos municípios brasileiros assim como dos segmentos turísticos. A inserção de novos atores nesse processo como os observatórios de turismo e as instituições especializadas em estudos e pesquisa tem possibilitado essa aproximação com as práticas inovadoras e tecnológicas a partir da geração de dados e informações sobre as características dos diversos segmentos da atividade turística. Tomazzoni, Tomazin e Oliveira (2022, p. 120) ressaltam que “a sistematização de indicadores é condição essencial para constatar as potencialidades turísticas inteligentes dos destinos”.

É nesse interim que o PNT tem como iniciativa de aprimoramento da oferta turística nacional o estímulo ao desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes, possibilitando “a sinergia entre melhoria e modernização das infraestruturas e dos serviços turísticos e a implantação de soluções tecnológicas criativas, proporcionando experiências únicas e memoráveis aos turistas” (Brasil, 2018, p. 96). Foi firmada uma parceria com o instituto argentino Ciudades del Futuro e com a Sociedade Mercantil Estatal para a Gestão da Inovação e as Tecnologias Turísticas - SEGITTUR, da Espanha, para construir um modelo metodológico voltado

ao desenvolvimento de Destinos Turísticos Inteligentes no Brasil com vistas à melhoria da gestão e dos níveis de competitividade turística dos destinos (Brasil, 2021d).

O destino turístico inteligente (DTIS) consiste em um espaço acessível, inovador “consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda que garante o desenvolvimento sustentável do território, que facilita a interação e integração do visitante com o entorno e incrementa a qualidade da sua experiência no destino e a qualidade de vida dos residentes” (Brasil, 2018, p. 104). A esse respeito, Tomazzoni, Tomazin e Oliveira (2022) reforçam que os DTIS beneficiam tanto turistas quanto moradores, à medida que os turistas podem ter suas experiências melhoradas, enquanto o trade turístico e a comunidade tendem a desenvolver econômica e socialmente a localidade por meio do turismo. Os atores envolvidos com a gestão do turismo de localidade que conseguirem entender melhor os desejos da demanda e promover a qualificação ou o aperfeiçoamento de seus destinos e produtos com base no perfil dos turistas e visitantes, terão “mais facilidade de inserção, posicionamento ou reposicionamento no mercado” (Brasil, 2018, p. 105).

Em 2022 o MTur certificou os 10 Destinos Turísticos Inteligentes em Transformação no Brasil. Os municípios de Rio Branco (AC), Palmas (TO), Recife (PE), Salvador (BA), Rio de Janeiro (RJ), Angra dos Reis (RJ), Brasília (DF), Campo Grande (MS), Florianópolis (SC) e Curitiba (PR) participaram de um projeto-piloto que definiu diretrizes para transformá-los em territórios mais atrativos considerando os temas novas tecnologias, estratégias de marketing, sustentabilidade e acessibilidade (Brasil, 2022c). Em 2022 o Ministério do Turismo, o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações e o Instituto Ciudades del Futuro (ICF) lançaram o Catálogo de Soluções Tecnológicas para Destinos

Turísticos Inteligentes que apresenta inovações tecnológicas na área de turismo desenvolvidas por empresas, startups e setor público (Brasil, 2022b). Por outro lado, a pandemia afetou diversos setores da economia, incluindo o turismo, que registrou “perdas nunca antes observadas. A sensação de insegurança fez com que milhares de brasileiros cancelassem suas viagens e pôs em risco a sobrevivência do setor” (Brasil, 2020c, p. 11). Em resposta à incerteza trazida pelo cenário pandêmico no Brasil, em novembro de 2020, a partir da Portaria Mtur n. 754 (Brasil, 2020), o Ministério de Turismo desenvolveu a ação Retomada do Turismo, reunindo poder público, iniciativa privada, terceiro setor e Sistema S para mitigar os efeitos negativos em decorrência da pandemia da Covid-19.

O esforço na estruturação das ações desse Programa seguiu quatro eixos de atuação, a saber: “I - preservação de empresas e empregos no setor de turismo; II - melhoria da estrutura e qualificação de destinos; III - implantação dos protocolos de biossegurança; e IV - promoção e incentivo às viagens” (Brasil, 2020). No eixo preservação de empresas e empregos no setor de turismo foi proposto a criação de uma plataforma para re-colocação profissional, linhas de crédito, legislação (principalmente a respeito do cancelamento das viagens), benefícios fiscais, formação de comitê, com a definição de métodos para acompanhamento da retomada nos principais destinos. O eixo melhoria da estrutura e da qualificação dos destinos turísticos contempla a oferta de atendimento ao turista, gestor do turismo, idiomas, além da criação de portfólios de oportunidades de negócios em rotas turísticas estratégicas e de uma plataforma de inteligência do turismo brasileiro (Brasil, 2020c).

No eixo de implantação de protocolos de biossegurança, o MTUR lançou em 2020 o selo Turismo Responsável – Limpo e Seguro, cuja função era

“orientar a adoção de boas práticas sanitárias em 15 setores turísticos, garantindo segurança para turistas e trabalhadores do setor” (Brasil, 2020c, p. 31). Por fim, de acordo com o mesmo documento o eixo promoção e incentivo às viagens estava focado em campanhas de incentivo às viagens, um banco de imagens dos principais destinos turísticos e ações para apoiar à comercialização do turismo.

A Câmara de Turismo 4.0 foi lançada em 2020, coordenada pelos Ministérios do Turismo (MTur) e da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI), envolvendo instituições públicas e privadas empresariais, governamentais e acadêmicas e como parte do Plano de Internet das Coisas (IoT), previsto no Decreto nº 9.854 / 2019 (Brasil, 2019a; Brasil, 2023a). A Câmara de Turismo 4.0 está direcionada para a inovação na implementação de políticas públicas de turismo com um foco na digitalização e a transformação de destinos turísticos em destinos turísticos inteligentes, abordando temas como tecnologia e infraestrutura, segurança, organização de fóruns, promoção de pólos tecnológicos, compartilhamento de informação, mobilidade e digitalização dos destinos turísticos brasileiros e difusão da inovação com um foco na competitividade (Brasil, 2023a).

Outra iniciativa do governo federal brasileiro que trata da inovação foi o Programa Investe Turismo. O Programa foi elaborado pelo Ministério do Turismo juntamente com a Embratur e o Sebrae com um foco na articulação e fomento do turismo em 30 Rotas Turísticas Estratégicas do Brasil nas áreas de governança, serviços e atrativos turísticos, investimentos e marketing, contribuindo assim para implementar o Plano Nacional de Turismo 2018-2022 e gerar o desenvolvimento das regiões (Brasil, 2019b). No Programa Investe Turismo a inovação se está presente no eixo estratégico “Melhoria de serviços e atrativos turísticos”. Nesse eixo é

proposta a realização de visitas técnicas nacionais e internacionais para observação de melhores práticas de inovação e qualificação de produtos e serviços turísticos. Segundo o referido documento, o Programa intenta elaborar uma plataforma online que identifique e indique a localização das iniciativas inovadoras relacionadas ao turismo de empresas e setor público do país. Também é proposto trabalhar a inovação da oferta turística por meio de: revitalização de espaços turísticos; intervenções criativas de espaços públicos (*Urban Hacking* – intervenções artísticas, com utilização inteligente de locais públicos); tecnologia, principalmente internet em destinos e aproximação com startups (Brasil, 2019b).

Em 2020 o Ministério do Turismo realizou o 1º Desafio Brasileiro de Inovação em Turismo, parceria entre o Ministério do Turismo, o Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI), Wakalua Innovation Hub e Organização Mundial do Turismo (OMT). O objetivo foi identificar soluções inovadoras para a retomada do setor para a construção do turismo do futuro, tendo como prêmio uma viagem a Madri (Espanha), com direito a um treinamento e à participação na Feira de Turismo FITUR 2021 (Brasil, 2020a; Brasil 2020b). Em 2021, a competição foi renomeada para Desafio Turistech Brasil, passando a permitir a inscrição não apenas de startups, mas também de destinos, academia e empresas. O prêmio para as propostas selecionadas consistia em uma mentoria com especialistas em turismo do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e as melhores startups tinham como prêmio a classificação para a 4ª Competição Global de Startups de Turismo da OMT e possibilidade de se associarem por 12 meses ao Wakalua (pólo de inovação global para o turismo, impulsionado pela organização Avoris em colaboração com a OMT) (Brasil, 2021e; Brasil, 2021f; Wakalua, 2023).

O Desafio Brasileiro de Inovação em Turismo foi um dos temas de maior destaque nas notícias analisadas, como demonstra a Figura 2 que sintetiza as principais palavras presentes nos títulos e na síntese das notícias sobre inovação do Ministério do Turismo entre 2018 e 2022:

Figura 2. Nuvem de palavras das reportagens sobre inovação nas políticas públicas de turismo no Brasil



Fonte: Elaboração nossa utilizando o site <https://www.wordclouds.com>

Na Figura 2, além do destaque para o Desafio Brasileiro de Inovação em Turismo é possível observar como relevantes a respeito da inovação no Ministério do Turismo a política pública de Destinos Turísticos Inteligentes assim como a ênfase nas startups, na parceria com a Wakalua e com a OMT, na tecnologia, nas empresas e nos empreendedores. Finalmente, observa-se que dentre as reportagens analisadas a maior parte (37%) tratava de eventos sobre inovação, principalmente a participação do Ministério do Turismo nos mesmos, o segundo e terceiro tema de maior destaque foram Desafio Brasileiro de Inovação em Turismo / Desafio Turistech Brasil (22%) e a política pública de Destinos Turísticos Inteligentes (20%). Os temas com menor ocorrência a respeito da inovação foram as notícias

sobre Prêmio Nacional de Turismo (5%) e temas gerais (18%) mencionados cada uma até duas vezes como Estratégia Nacional de Inovação em Turismo, cidades criativas e acessibilidade.

Diante do exposto, a partir dos documentos analisados o Quadro 1 categoriza a relação das menções à inovação nas políticas públicas de turismo do governo federal brasileiro considerando a relação das mesmas com o processo de aprendizagem e o tipo que caracteriza cada uma delas.

Quadro 1. Categorização da inovação nas políticas públicas de turismo no Brasil

Aprendizagem por:		Interação	Realização da atividade produtiva	Pesquisa
Tipos de Interação	Governança	Descentralização		
	Marketing	Eventos sobre Inovação		
		Retomada do Turismo - Promoção e incentivo às viagens		
	Política Pública		Alterações nos marcos jurídicos	
			Fungetur	
			Destinos Turísticos Inteligentes	
			Qualificação	
		Programa Investe Turismo		
			Retomada do Turismo - Melhoria da estrutura e qualificação de destinos	
			Retomada do Turismo - Preservação de empresas e empregos	
	Processo Administrativo	Reduzir burocracia nas transferências intergovernamentais		Inserção instituições especializadas em estudos e pesquisa para auxiliar setor público.
		Câmara de Turismo 4.0		
	Processo Tecnológico			Sinalização turística inteligente e interativa
	Serviço		Disponibilização de dados sobre o turismo.	
			Retomada do Turismo - Protocolos de biossegurança	Acessibilidade
			Produtos turísticos inovadores e criativos	
	Territorial	Desafio Brasileiro de Inovação em Turismo / Desafio Turistech Brasil		
		Prêmio Nacional de Turismo		

Fonte: Elaboração nossa a partir de Emmendoerfer (2023 e Queiroz (2006)

O Quadro 1 demonstra que a inovação nas políticas públicas de turismo no governo federal brasileiro é fortemente influenciada pela aprendizagem a partir da realização da atividade produtiva (*learning-by-doing*), seguida pela aprendizagem pela pesquisa (*learning-by-searching*) e pela interação (*learning-by-interacting*). Não foi identificada aprendizagem relacionada ao uso (*learning-by-using*), possivelmente por se tratar de uma análise focada em política pública, que maior relação com a aprendizagem resultante da atividade produtiva e das experiências adquiridas pelos agentes envolvidos (Queiroz, 2006). Com exceção da inovação conceitual, todas as demais inovações foram identificadas, com destaque para as inovações de política pública, processo administrativo e serviço.

Portanto, a difusão e aprendizagem tecnológica se mostram relevantes para o contexto competitivo entre as firmas, regiões e países, uma vez que tendem a apresentar um desenvolvimento tecnológico superior. Contudo, ressalta-se a necessidade de acompanhar e monitorar os programas e projetos desenvolvidos e apoiados pelo governo a fim de trazer informações sobre os efeitos e impactos das políticas públicas para a inovação no turismo nacional.

4 CONSIDERAÇÕES

A perspectiva com este trabalho foi de discutir como a inovação tecnológica, já trabalhada em outras áreas do conhecimento, pode se aproximar do setor de turismo, e contribuir para o desenvolvimento e consolidação da atividade turística local. Nessa direção, entende-se que as atividades do setor de serviços, como o turismo, são essenciais para movimentar a economia, assim como as demais áreas da economia e quando se tem uma cultura de inovação sistemática fortalecida e incorporada

pelos arranjos produtivos locais são capazes de melhorar a qualidade dos produtos e serviços turísticos.

Pensar em inovação no setor do turismo é compreender que suas metodologias e conceitos estiveram atreladas à produtividade e subordinada, por certo tempo, às nuances do setor industrial, trazendo implicações como a falta de recursos, confiança e cooperação da cadeia produtiva do turismo, bem como escassos incentivos de aprendizado e difusão de conhecimento.

Contudo, observou-se que os processos inovativos devem ser compreendidos como interativos, complexos, irregulares, envolvendo a cooperação e a aprendizagem, sendo fundamental o estímulo pelo setor público. Nesse sentido, contactou-se a presença da inovação na agenda do Ministério do Turismo entre 2018 e 2022. Dentre os temas aos quais o MTur relacionou à inovação estão: legislação; fomento; qualificação; monitoramento e avaliação; destinos turísticos inteligentes; pandemia (preservação de empresas, protocolos de biossegurança e promoção e incentivo às viagens); revitalização de espaços turísticos; competições para estimular a identificação de soluções inovadoras; e participação em eventos sobre inovação.

Segundo Rosenberg (2006), a aprendizagem desperta o interesse universal das firmas pela busca de conhecimento. No caso analisado a aprendizagem a partir da realização da atividade produtiva, seguida pela aprendizagem pela pesquisa e pela interação são as identificadas como mais frequentes. Os diferentes tipos de inovação foram identificados, com destaque para as inovações de política pública, processo administrativo e serviço.

Assim, entende-se que tais ações possibilitaram a criação de externalidade positivas que podem

aumentar a competitividade das empresas turísticas do Brasil a partir de capacitações inovativas e de geração local de processos que estimulam o aprendizado, com o apoio do setor público na esfera estadual e municipal. Todavia, é importante governo federal, ao pensar a inovação nas políticas públicas, atribuir maior importância à inovação no turismo de base local. Desde modo, acredita-se que o processo de aprendizado, discussão e reprodução, novas linhas de estudo na área do turismo podem emergir atreladas à inovação, o que reforça a necessidade de continuidade de pesquisas sobre firmas e políticas de inovações do turismo, cooperação e aprendizado.

REFERÊNCIAS

BIZ, A.A. & GRECHI, D.C. (2022). Políticas públicas, turismo e inovação: uma análise dos casos Turismo 4.0 (Portugal) e Destinos Turísticos Inteligentes (Espanha). In Pimentel, T.D., Gomes, B.M.A. & Quadros, V.L. *Políticas públicas de turismo no Brasil: estado da arte e balanço no campo* (pp.272-300). Motres.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO (2018). Plano Nacional de Turismo 2018-2022: Mais emprego e renda para o Brasil. Brasília. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/pnt-2018-2022-pdf>.

BRASIL (2019a). Decreto nº 9.854, de 25 de junho de 2019. Institui o Plano Nacional de Internet das Coisas e dispõe sobre a Câmara de Gestão e Acompanhamento do Desenvolvimento de Sistemas de Comunicação Máquina a Máquina e Internet das Coisas. Brasília. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/d9854.htm

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. (2019b) Programa Investe Turismo, Brasília. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acao-a-informacao/acoes-e-programas/investe-turismo>

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. (2020a). Em live, MTur lança o 1º Desafio Brasileiro de Inovação em Turismo. <http://antigo.turismo.gov.br/o-que-e-rss/17-ultimas-noticias/13627-em-live,-mtur-lanca-o-1o-desafio-brasileiro-de-inovacao-em-turismo.html>

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. (2020b). Worldpackers vence o 1º Desafio Brasileiro de Inovação em Turismo. <http://antigo.turismo.gov.br/o-que-e-rss/17-ultimas-noticias/13830-worldpackers-e-a-grande-vencedora-do-1o-desafio-brasileiro-de-inovacao-em-turismo.html>

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. (2020c). Retomada do Turismo. Brasília. <https://retomada.turismo.gov.br/wp-content/uploads/2020/11/Cartilha-Retorno-pelo-Turismo-On-line-min.pdf>

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. (2021b). Resultados do esforço coletivo de uma aliança nacional reunindo poder público, iniciativa privada, terceiro setor e Sistema S, coordenada pelo Ministério do Turismo, para mitigar os efeitos negativos causados no setor, em decorrência da pandemia da covid-19. Brasília. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acao-a-informacao/acoes-e-programas/retomada-do-turismo/RelatorioRetomadadoTurismo.pdf>.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. (2021d). Comitativa do MTur e instituto argentino visitam Rio de Janeiro, que participa do projeto Destinos Turísticos Inteligentes. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/comitativa-do-mtur-e-instituto-argentino-visitam-rio-de-janeiro-que-participa-do-projeto-destinos-turisticos-inteligentes>.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. (2021e). Desafio Turistech Brasil: última chamada para inscrições! <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/desafio-turistech-brasil-ultima-chamada-para-inscricoes>

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. (2021f). Live detalha regras e benefícios do Desafio Turistech Brasil. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/live-detalha-regras-e-beneficios-do-desafio-turistech-brasil>

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. (2022a). Resultados da Busca. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/search?SearchableText=inovação>.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO.(2022b). Ministério do Turismo lança Catálogo de Soluções Tecnológicas para DTI <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/ministerio-do-turismo-lanca-catalogo-de-solucoes-tecnologicas-para-dti>

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. (2022c). MTur certifica 10 Destinos Turísticos Inteligentes em Transformação no Brasil. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/mtur-certifica-10-destinos-turisticos-inteligentes-em-transformacao-no-brasil>

BRASIL. COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR (2023). Portal de Periódicos da CAPES. <https://www-periodicos-capes-gov-br.ezl.periodicos.capes.gov.br/index.php/sobre/quem-somos.html>

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. (2023a). Câmara do Turismo 4.0. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/camara-do-turismo-4.0>

BUGIO, A.C.S. (2019). Ecosystemas de Empreendedorismo no Setor do Turismo: o caso da Península de Setúbal. Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Setúbal, Escola Superior de Ciências Empresariais.

CARAYANNIS, E.G., ACIKDILLI, G., & ZIEMNOWICZ, C. (2020) Creative Destruction in International Trade: Insights from the Quadruple and Quintuple Innovation Helix Models. *Journal of the Knowledge Economy* 11, 1489–1508.

CASTELLS, M. & CARDOSO, G. (2005). *A sociedade em rede: do conhecimento a ação política*. Conferência. Belém (Por), Imprensa Nacional. https://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf.

CASTELLS, M. (2013). *A Sociedade em rede*. Paz e Terra.

DENKER, A. F. M. (2002). *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. Futura.

DENWOOD, C., LYNCH, P. & HARRINGTON, D. (2008). A study of strategic innovation practices within the Irish tourism industry. In *Irish Academy of management Conference*, http://repository.wit.ie/1198/1/a_study_of_strategic_innovation_practices_within_the_irish_tourism_industry_-_rikon_group.pdf

DOSI, G. (1982). Technological paradigms and technological trajectories: a suggested interpretation of the determinants and directions of technical change. *Research Policy*, Amsterdam, 3(11), 147-162. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(82\)90016-6](https://doi.org/10.1016/0048-7333(82)90016-6)

EMMENDOERFER, M. L., OLAVO, A. V. A., SILVA-JUNIOR, A. C., MEDIOTTE, E. J., & FERREIRA, L. L. (2020). Innovation lab in the touristic development context: perspectives for creative tourism. In S. M. Cabeça, A. R. Gonçalves, J. F. Marques, & M. Tavares (Eds.). *Creative Tourism Dynamics: Connecting Travellers, Communities, Cultures, and Places* (pp. 87-101). Editora Grácio. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4489046>

EMMENDOERFER, M. L. (2019). Inovação e Empreendedorismo no Setor Público. ENAP. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4236805>

Emmendoerfer, M. L. (2023). Inovação e Empreendedorismo no Setor Público: um ensaio sobre categorias analíticas aplicáveis a Gestão Pública Municipal do Turismo. *Revista PODIUM*, 1-22, (no prelo).

FLECHA, A. C., FUSCO, J. P. A., BERNARDES, A. T. & SILVA, A. C. V. C. (2010). A Busca de Indicadores de Desempenho para os (Des) Arranjos Produtivos Locais (APLs) no Turismo. *Anais do Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*. Universidade Anhembi Morumbi.

FREEMAN, C. & SOETE, L. (2009). *A Economia da Inovação Industrial*. Unicamp.

GARCIA, M. O., RODRIGUES, P. E. L., EMMENDOERFER, M. L., GAVA, R., & SILVEIRA, S. F. R. (2016). Usos da Pesquisa Documental em Estudos sobre Administração Pública no Brasil. *Teoria e Prática em Administração*, 6(1), 41-68. <https://doi.org/10.21714/2238-104X2016v6i1-25211>

GIMENEZ, F.A.P., STEFENON, R., & INÁCIO JÚNIOR, E. (2022) *Ecossistemas empreendedores: o que são e para que servem?* Pucpress.

HJALAGER, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 1(31), 1-12.

MEDIOTTE, E. J., EMMENDOERFER, M. L., SILVEIRA, S. D. F. R., FRAGA, B. O., & ANTERO, C. A. S. (2021). Análise do Plano Nacional de Turismo sob a ótica do Patrimônio Cultural como indutor de Desenvolvimento Turístico. *Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento*, 10(2), 274-296. <http://dx.doi.org/10.3895/rbpd.v10n2.12035>

NELSON, R., & WINTER, S. (2005). *Uma teoria evolucionária da mudança econômica*. Editora da Unicamp.

NORDIN, S. (2003). Tourism clustering and innovation: paths to economic growth and development. *Osternsund*: European Tourism research Institute/ Sweden University.

ORGANISATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT (OCDE)/Eurostat. Oslo Manual 2018: guidelines for collecting, reporting and using data on innovation. The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities (4th ed). OECD Publishing, Paris/Eurostat. (Trabalho publicado originalmente em 1992). <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>

PETELSKI, N., MILESI, D., & VERRE, V. (2019). Public support to innovation: impact on technological efforts in Argentine manufacturing firms. *Economics of Innovation and New Technology*, 29(1), 66–88. <https://doi.org/10.1080/10438599.2019.1585672>

QUEIROZ, S. (2006). Aprendizado Tecnológico. In: Pelaez, V.; Szmrecsányi, T. (org.) *Economia da Inovação Tecnológica*. Hucitec.

ROSENBERG, N. (2006). *Por dentro da caixa preta – tecnologia e economia*. Unicamp.

SCHUMPETER, J. (2021) *The Theory of Economic Development*. Routledge. (Trabalho original publicado em 1912).

SILVA-JUNIOR, A. C., EMMENDOERFER, M. L., TAVARES, B., & OLAVO, A. V. A. (2021). Novas Formas Organizacionais no Setor Público: os Laboratórios de Inovação de Governo sob a Ótica da Teoria Neoschumpeteriana. *Navus: Revista de Gestão e Tecnologia*, 11, 65–78. <https://doi.org/10.22279/navus.2021.v11.p01-13.1470>

SIPE, L. J. & TESTA, M. (2009). What is innovation in the hospitality and tourism marketplace? A suggested research framework and outputs typology. *Hospitality & Tourism Management International CHRIE Conference-Refereed*. University of Massachusetts. <http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1205&context=refereed>

SOARES, J. C. M., ENDERS, W. T., FERREIRA, L. V. F., ALEXANDRE, M. L. O., & SOARES, J. C. (2013) Níveis e formas de inovação nos empreendimentos de e da cadeia produtiva do turismo em Tibau do Sul/RN. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 1(1), 38-58.

TIDD, J., BESSANT, J., & PAVITT, K. (2008) *Gestão da Inovação*. Bookman.

TIGRE, P. B. (2005). Paradigmas Tecnológicos e Teorias Econômicas da Firma. *Revista Brasileira de Inovação*, 4(1), 187–223. <https://doi.org/10.20396/rbi.v4i1.8648911>

TOMAZZONI, E.L., TOMAZIN, M., & OLIVEIRA, R.K. (2022). Indicadores de gestão e de inteligência de mercado com base em aplicação de modelo de análise de destino turístico. In: Pimentel, T.D., Gomes, B.M.A. & Quadros, V.L. *Políticas públicas de turismo no Brasil: estado da arte e balanço no campo*. (pp. 121-141). Motres.

VICTORINO, L., VERMA, R., PLASCHKA, G., & DEV, C. (2005) Service innovation and customer choices in the hospitality industry. *Managing Service Quality: an international journal*, 15(6), 555-576. <https://doi.org/10.1108/09604520510634023>

WAKALUA (2023). *Início*. <https://www.wakaluahub.com/pt/>

WINDRUM, P., & GARCÍA-GOÑI, M. (2008). A neo-Schumpeterian model of health services innovation. *Research Policy*, 37(4), 649-672. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2007.12.011>



UTEM

UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
METROPOLITANA

del Estado de Chile



EDICIONES UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA METROPOLITANA

VERSIÓN EN LÍNEA: ISSN 0719-3688