



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO**

**GESTÃO E TURISMO: O DESAFIADOR PROCESSO DE INOVAR**

**ORIENTADORA: PROF<sup>a</sup>. ME<sup>a</sup>. LÍVIA CRISTINA BARROS DA SILVA  
WIESINIESKI**

**BRASÍLIA - DF, 2020**

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO**

**GESTÃO E TURISMO: O DESAFIADOR PROCESSO DE INOVAR**

**AMANDA SOUZA LOPES**

**ORIENTADORA: PROF<sup>a</sup>. ME<sup>a</sup>. LÍVIA CRISTINA BARROS DA SILVA  
WIESINIESKI**

**Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo - CET, da  
Universidade de Brasília - UnB, como requisito à obtenção do grau de bacharel  
em turismo.**

**BRASÍLIA - DF, 2020**

## **RESUMO**

As transformações do Turismo resultantes da evolução humana reafirmam as incertezas da gestão do setor. O modo globalizado de produzir e/ou consumir serviços e produtos turísticos tem reformulado as instituições, enfatizando como estas instituições devem permanecer inovadoras. A disseminação do novo coronavírus é um exemplo latente que reafirma essa percepção, de como as instituições não estão totalmente preparadas para repentinas crises, fortalecendo o questionamento do desafio de reestruturação do turismo pós pandemia. Por conseguinte, o objetivo geral deste trabalho é analisar o processo de inovação como modelo de desenvolvimento na gestão da atividade turística, em especial na gestão de parques. Para tanto, a base teórica deste estudo fundamenta-se em referenciais de livros, artigos e entrevistas, que abordam a temática da gestão inovadora implicada no fenômeno turístico. Considerando as particularidades do tema, os procedimentos metodológicos estabelecidos foram a pesquisa qualitativa e a descritiva. Os resultados evidenciam que o futuro promissor do setor depende de diversos fatores intimamente ligados à gestão da inovação, à medida em que é a inovação que traz resultados positivos, surpreendentes e lucrativos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Gestão da inovação; Turismo; Gestão; Social; Econômico; Parques; Inovação.

## **ABSTRACT**

The transformations of Tourism that result from human evolution reaffirm the uncertainties of the sector's management. The globalized way of producing and/or consuming services and tourism products has reshaped the institutions, emphasizing how these institutions must remain innovative. The spread of the new coronavirus is a latent example that reaffirms this perception, how institutions are not fully prepared for sudden crises, strengthening the questioning of the challenge of restructuring post-pandemic tourism. Therefore, the general objective of this work is to analyze the innovation process as a development model in the management of tourism activity, especially in the management of parks. To do that, the theoretical basis of this study is based on references from books, articles and interviews, which address the theme of innovative management involved in the tourist phenomenon. Considering the particularities of the theme, the methodological procedures established were qualitative and descriptive research. The results show that the promising future of the sector depends on several factors closely linked to innovation management, as it is innovation that brings positive, surprising and profitable results.

**KEYWORDS:** *Innovation management; Tourism; Management; Social; Economic; Parks; Innovation.*

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	4
CAPÍTULO I - HISTÓRICO E FUNDAMENTOS DA INOVAÇÃO .....	6
CAPÍTULO II - TURISMO E INOVAÇÃO .....	14
CAPÍTULO III - GESTÃO - PARQUE DA CIDADE DONA SARAH KUBITSCHEK ..	25
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	32
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E ELETRÔNICAS .....	33
APÊNDICES .....	35
APÊNDICE A – Entrevista Semiestruturada, no parque da cidade.....	35
APÊNDICE B – Entrevista Semiestruturada, formulário online.....	38

## INTRODUÇÃO

Com o avanço tecnológico os consumidores tornaram-se mais exigentes, porém na medida em que a necessidade do indivíduo deixa de ser suprida por falta de criação, manutenção e/ou reformulação daquilo que é oferecido ao consumidor os resultados negativos aparecem.

Atualmente o turismo ganhou certo espaço no processo de inovação em produtos e serviços notáveis como Apps (Yelp, Kayak, Skyscanner, AroundME, Foodspotting, Uber) e Plataformas Digitais (Decolar, Booking, Trivago, Tripadvisor) que promove um ambiente de interação entre consumidor e produtores, facilitando e agilizando procedimentos antes padronizados.

Mas a necessidade de manter-se inovador é inevitável e a temática ainda não é tratada ou percebida como essencial, de um modo geral em todas as infra e superestruturas do turismo.

Cabe mencionar que a localização dos parques urbanos, sofre influência pela demanda turística das destinações, e por esse motivo merece atenção por parte do setor.

Em algumas realidades a visitação em parques impulsionam um maior fluxo de pessoas e até mesmo agrega valor a experiência que os motivou aquele deslocamento.

Com a inovação os serviços e produtos tendem a proporcionar novas experiências, e valores agregado, que auxiliam na competitividade dentro do mercado financeiro.

A inovação é essencial a todo e qualquer destino inteligente e inovador, como ocorre em casos específicos de tecnologia digital como estratégia de inovação. Sem inovação o setor e seu futuro correm riscos de estabilidade e desenvolvimento.

“A inovação não consiste apenas na abertura de novos mercados - pode também significar novas formas de servir a mercados já estabelecidos e maduros” TIDD, BESSANT e PAVITT (2005, p. 24).

Buscando aprofundar nesta temática, este trabalho tem como objetivo geral analisar o processo de inovação como modelo de desenvolvimento na gestão da atividade turística.

Dentre os objetivos específicos destacam-se:

- Investigar os processos de gestão da inovação e os impactos inovadores na dimensão social e econômica do turismo;
- Apresentar ações inovadoras dentro da gestão do Parque da Cidade em Brasília.

Para alcançar tais objetivos, utilizou-se como metodologia a pesquisa bibliográfica a partir de materiais já elaborados. Trata-se de uma abordagem qualitativa que “oferece três diferentes possibilidades de se realizar pesquisa: a pesquisa documental, o estudo de caso e a etnografia” (GODOY, 1995, p. 21).

Logo o levantamento da pesquisa foi baseado em livros, artigos e monografias das áreas de Turismo e Administração, além de plataformas governamentais online como, Ministério do Turismo; Secretaria de Turismo, com palavras-chave: Gestão da inovação, Turismo, Gestão, Social, Econômico, Parques e Inovação. Pesquisas realizadas entre o período de agosto/2019 a dezembro/2020.

Cabe destacar que o método descritivo deste processo utilizado como uma das etapas visando resultados que agregam a conclusão desta pesquisa. Utilizou-se de entrevista que “consiste no desenvolvimento de precisão, focalização, fidedignidade e validade de um certo ato social como a conversação” (GOODE e HATT, 1969, p. 237).

A entrevista baseada no diálogo das partes envolvidas “é muitas vezes superior a outros sistemas, de obtenção de dados” (BEST, 1972, p.120).

A entrevista foi desenvolvida no Parque da Cidade, com o ex-gestor Alexandro Ribeiro, em outubro de 2019, por meio de gravação de áudio em aparelhos celulares, além disso, foram produzidas fotos (p.25,26) do local observado.

Algumas das limitações desencadeadas durante a pesquisa foram a busca por matérias confiáveis disponíveis sobre a temática, a indisponibilidade de dados nacionais sobre inovação no setor, o isolamento devido ao COVID-19.

Por último, o estudo inicia com uma reflexão sobre a temática gestão da inovação no turismo, seguido de três capítulos: Histórico e fundamentos da inovação; Turismo e inovação; e Gestão - Parque da Cidade Dona Sarah Kubitschek. E por fim, as conclusões da pesquisa.

## CAPÍTULO I - HISTÓRICO E FUNDAMENTOS DA INOVAÇÃO

Por inúmeras vezes organizações de sucesso destinaram seus esforços e/ou espaço de mercado ao fracasso e falência por consequência do processo de gestão ou produção não eficazes e insustentáveis.

Desde que a discussão sobre inovação ganhou espaço, as instituições têm criado mecanismos de resistência para manter-se intactas as tendências em novas tecnologias.

Percebe-se que apesar do avanço tecnológico e a necessidade de inovar em seus processos organizacionais, o país em 2019 caiu de posição no Índice Global de Inovação (IGI) ocupando 66º lugar de uma listagem de 129 países baseados em 80 indicadores de estímulo à inovação no contexto econômico e social. Esse declínio está intimamente relacionado aos insumos e ferramentas disponíveis para o desenvolvimento da inovação no país, além da redução dos investimentos para financiamento de empreendimentos. Anteriormente à pandemia, as transações de capital de risco eram mais sólidas, por conseguinte houve um decréscimo de financiamento em novas e pequenas startups, impulsionando investimentos em grandes empresas.

De acordo com o diretor-geral da Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI (GURRY, 2019) a análise do IGI “mostra que os países que priorizam a inovação em suas políticas viram aumentos significativos em suas posições”.

OMPI é uma entidade internacional de proteção à Propriedade Intelectual - PI por cooperação entre Estados. Também amparada por lei de proteção à patente, direitos autorais e registro de marcas.

“Propriedade Intelectual (PI) refere-se a criações da mente, como invenções; obras literárias e artísticas; designs; e símbolos, nomes e imagens usados no comércio” (WIPO, 1967).

Outra discussão trazida foi a dependência e relevância das políticas públicas entrelaçada à problemática do protecionismo que desfavorece a produtividade da inovação no mundo, interrompendo os fluxos comerciais.

Os produtos de inovação ainda estão centrados em economias como P&D, publicações científicas, entre outras. O que evidencia que o índice de inovação em áreas como o Turismo é pouco favorecido, sendo que o estudo do Conselho Mundial



de Viagens e Turismo (WTTC, 2019) alega que em 2018 o setor gerou US\$ 8,8 trilhões em participação no Produto Interno Bruto - PIB mundial.

Ao se tratar de inovação logo sugere à mente que é apenas algum produto novo lançado no mercado, ou uma nova tecnologia mirabolante de custos altos, e limitado acesso. Porém, a inovação vai muito além.

“Uma inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas” (MANUAL DE OSLO, 2006, p.55).

Historicamente a inovação surgiu desde os primeiros homens em busca pela sobrevivência, foi através de práticas inovadoras que desenvolvemos mecanismos para auxiliar na era da coleta, caça e pesca, o fogo, a escrita, entre outros.

“É algo novo que agregue valor social ou riqueza. Muito mais do que um novo produto, algo de inovador pode estar por trás de tecnologias novas, novos processos operacionais, novas práticas mercadológicas, pequenas mudanças, adaptações, enfim, novidades que, de um modo ou de outro, gerem um ganho para quem as põe em prática” (ZAWISLAK, 2008, p 97).

Porém, os grandes modelos de inovação se consolidaram em quatro eras distintas e marcantes para os estudos da inovação influenciados primordialmente por Joseph Schumpeter (pai da inovação).

A primeira era serviu como fonte de inspiração para criação e revolução da história das inovações, “Era do Gênio Inventor” conforme afirmado por SCHUMPETER (1985), que enaltece mentes brilhantes como Thomas Edison que registrou mais 1000 patentes, inclusive a lâmpada elétrica, Henry Ford e Santos Dumont.

Na “Era dos Centros de P&D” (Pesquisa e Desenvolvimento) conforme Schumpeter, surgem inúmeras inovações como interface gráfica, computador pessoal, cabos telefônicos, linguagem de programação C, LEDs, entre outras tecnologias que ao longo do tempo serviram para imitação e manutenção de mercados estabelecidos.

Para Schumpeter, a terceira era a “Era do Capital de Risco e de Startups”, influenciado pelo fortalecimento dos capitalistas de risco e ecossistemas de inovação. Não se trata apenas de empresas digitais como a Apple, Microsoft, Google, Facebook, Instagram, Youtube. As grandes empresas offline estão aglomeradas nesta era.

Ainda visão de Schumpeter, a última era “Era da Inovação Corporativa” marcada pela inovação aberta com foco no modelo de negócio. Hiper conectadas por redes inovadoras com a colaboração de clientes, fornecedores e parceiros.

No decorrer da evolução humana percebe-se que as mudanças são inevitáveis e a velocidade dos fluxos sociais, culturais se ampliam em ritmo exponencial, sugerindo revoluções. O que exige adaptações do mercado, quanto a inovação de suas competências e habilidades. A negação de uma nova era de possibilidades fragiliza a competitividade da organização.

O empreendedor é aquele que realiza novas combinações dos meios produtivos, capazes de propiciar desenvolvimento econômico, quais sejam: 1) "introdução de um novo bem"; "introdução de um novo método de produção" 3) "abertura de um novo mercado" 6) "conquista de uma nova fonte de oferta de matérias primas ou bens semimanufaturados; 7) constituição ou fragmentação de posição de monopólio" (SCHUMPETER, 1985, p 178).

A inovação para TIDD, BESSANT e PAVITT (2008) se divide em quatro tipos de categorias, sendo: Inovação de Produto, Inovação de Processo, Inovação de Posição e Inovação de Paradigma, podendo ser trabalhadas separadas ou conjuntamente.

A inovação de produto está relacionada às mudanças em produtos e/ou serviços que as organizações oferecem ao consumidor, cabe aqui lembrar que esta inovação por sua vez, está intimamente ligada ao setor de turismo.

A inovação de processo são mudanças na forma em que os produtos/serviços são criados e direcionados ao potencial consumidor, estamos falando dos métodos e equipamentos usados nestes processos.

Inovação de Posição mudanças no contexto em que os produtos e serviços são introduzidos, inicialmente qualquer organização escolhe seu nicho de mercado e oferece único ou variados produtos, na inovação de posição essa mesma organização pode introduzir novos produtos, melhorar um produto. Exigindo a mudança completa ou parcial dentre as possibilidades.

Inovação de Paradigma ocorrem mudanças nos modelos mentais que orientam o que as organizações fazem ou deixam de fazer.

Essas inovações podem ser de cunho incremental ou radical que trata de novidades que transformam nossa percepção em relação às coisas, pode-se dizer que são formas de respostas as demandas sociais novas ou padronizadas.

A Inovação Radical está ligada a uma inovação nova para o mundo, enquanto que a incremental se trata de processos e produtos remodelados, ainda que novos para empresa, se baseia em procedimentos simples, sem condições exageradamente alteradas.

“Empreender é inovar a ponto de criar condições para uma radical transformação de um determinado setor, ramo de atividade, território, onde o empreendedor atua: novo ciclo de crescimento, capaz de promover uma ruptura no fluxo econômico contínuo, tal como descrito pela teoria econômica neoclássica. A inovação não pode ocorrer sem provocar mudanças nos canais de rotina econômica”. (SCHUMPETER, 1985, p. 49 *apud* MARTES, 2010, p. 261).

A inovação incremental é a mais utilizada associa-se a “curva de aprendizagem” e, portanto, contínuo, obtendo melhoramento produtivo com o aumento de produção.

### *Gestão da Inovação*

A gestão da inovação é um processo contínuo, que tenta esclarecer as incertezas resultantes da inovação, trata-se também de uma abordagem estratégica, pautada na aglomeração de conjuntos do conhecimento. A gestão da inovação sofre constantemente influências externas.

“Gestão da inovação é o processo de planejamento, alocação, organização e coordenação de fatores essenciais para que se alcance resultados inovadores” (TIDD, BESSANT e PAVITT, 2008, p. 85).

Tais resultados nem sempre estão voltados ao sucesso comercial, todavia, não podem ser considerado um fracasso, pois os impactos e mudanças gerados enaltecem novos desempenhos e eficiência na gestão.

A gestão inovadora usufrui de sua capacidade estratégica nas dinâmicas decisórias, no entendimento constante de manter-se atualizado e na observação de vantagens e/ou oportunidades de mercado.

A grande questão da inovação é ter por entendimento que atitudes inovadoras não são apenas conceber novas ideias, e sim, aperfeiçoar os procedimentos práticos, em outras palavras, o sucesso da gestão depende basicamente das fontes técnicas e da competência da firma em gerir seu negócio.

A inovação é questão de gestão, mesmo que seja um processo complexo, incerto, desafiador etc., a eficácia da gestão possibilita à firma longo prazo de estabilidade.

“A inovação é, em grande parte, caótica, envolvendo falsos inícios, reciclando-se entre etapas, becos sem saída, descontinuidades etc.” (TIDD, BESSANT e PAVITT, 2008).

Todas as etapas do processo de inovação possuem o mesmo grau de eficiência, inclusive o acompanhamento e monitoramento das adaptações após a implementação do novo.

TIDD, BESSANT e PAVITT (2008) argumentam que a inovação é um processo associado a sobrevivência e crescimento organizacional, que envolve fases de : *Procura* por ameaças e oportunidades internas e externas, *Seleção* de uma visão estratégica de como uma empresa deve se desenvolver, *Implementação* de ideia nova em um mercado interno ou externo e promover sua implementação, *Aquisição* de conhecimento através de transferência tecnológica ou aliança estratégica, *Execução* de projetos e capacidade de resolver problemas, *Lançamento* da inovação no mercado, *Sustentabilidade* de renovação (uso da inovação a longo prazo) e por último, *Aprendizagem* com a progressão de melhores formas em que o processo é administrado.

As empresas são autênticas e cada uma adapta-se melhor em determinada fase, que segue constantemente padronizadas, viabilizando o alcance promissor da gestão inovadora em qualquer que seja o nicho de mercado.

A gestão de parques, em particular, é um debate contemporâneo que objetiva a intervenção administrativa. Boas ações que proporcionem à população espaços públicos de lazer e bem estar.

Nos espaços públicos, ser inovador é uma questão pouco explorada, normalmente por tratar de disponibilidade de verba, elaboração e execução de políticas públicas, que leva a inúmeras burocracias, olhar visionário dos governantes, apoio da iniciativa privada, etc.

Outro assunto levantado constantemente na gestão de parques é a privatização. De fato, o poder público tem enorme dificuldade em cuidar, zelar e organizar esses espaços, então, a ideia seria o Estado delegar sua responsabilidade por meio de contratos a empresas que de certa forma estabelecem regras sustentáveis para melhor prestação de serviço à comunidade.

Por outro lado, existe a figura do gestor público, se essa escolha foi bem estruturada, se houvesse a continuidade de projetos potenciais e obrigatoriamente a sociedade pudesse participar dos processos decisórios, não haveria necessidade de privatizar um bem público.

Semeia é uma associação sem fins lucrativos fundada em 2011 que visa a articulação do setor público e privado para aplicação e desenvolvimento de modelos de gestão inovadores em parques. O Semeia entende que essas áreas podem contribuir como fonte de riqueza, gerando lazer, bem estar, emprego e renda.

A associação desenvolveu a pesquisa “Diagnóstico do uso público em parques brasileiros: A perspectiva dos gestores |2019” que de acordo com as tabelas expostas a seguir sofreram poucas alterações dentre os anos de 2012 a 2019. Na primeira tabela são contabilizados a distribuição de parques respondentes por região. Há uma tendência significativa de parques por ano, mesmo que a presença de parques distribuídos por região sofra oscilação no decorrer dos anos.

**Tabela 1. Distribuição dos parques respondentes por região**

Regiões	2012	2013	2015	2019
	%	%	%	%
Centro-Oeste	7	8	13	14
Nordeste	22	14	12	12
Norte	21	16	12	13
Sudeste	43	47	48	43
Sul	7	15	15	18
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Amostra</b>	<b>228</b>	<b>201</b>	<b>187</b>	<b>266</b>

**Fonte: Semeia (2019).**

No quadro “percepção dos respondentes sobre a disponibilidade de recursos”, em média os gestores afirmam que a verba é insuficiente para desenvolvimento das atividades. Apenas na tabela “existência de alguns instrumentos de gestão” que surge favorável crescimento quanto ao plano de manejo por parte dos gestores em 2019, porém observa-se desfavorecimento a causa do Turismo durante todo ciclo de pesquisa.

Tabela 2. Percepção dos respondentes sobre a disponibilidade de recursos

	2013	2015	2019
	%	%	%
Concordam (total ou parcialmente) com a frase: "Possui os recursos para desenvolver sua atividade"	33	48	40

Fonte: Semeia (2019)

Com a leitura das Tabela 2 e Tabela 3 percebe-se que a verba pública é um problema complexo, que os valores disponíveis são insuficientes. A questão é quais as medidas possíveis para gerir da melhor maneira esse recurso.

Não se faz distante a iniciativa de ferramentas de gestão mais que talvez precisem ser melhores adaptadas, até porque observar em um contexto geral um quadro sobre regiões diversas, com características territoriais, econômicas, sociais, adversas é um tanto quanto genérico.

Um fator interessante é que as vezes o próprio gestor e comunidade estão alheios a causa e é cabível tratar da noção de pertencimento e reconhecimento daquilo que é espaço público.

Outro instrumento que não é dada devida atenção de acordo a Tabela 3. É o controle de impacto do uso público, essa ferramenta possibilitaria a obtenção de dados importantes como capacidade e demanda pelo espaço.

Tabela 3. Existência de alguns instrumentos de gestão

	2012	2013	2015	2019
	%	%	%	%
Plano de manejo	48	52	59	62
Controle de impacto do uso público	25	3	17	22
Estrutura de apoio ao turismo <sup>4</sup>	32	34	32	38

Fonte: Semeia (2019)

A exemplo, o Parque da Cidade de Brasília, é um espaço público que passou por esses processos, que possibilitaram resultados satisfatórios para todos

envolvidos, devido ao planejamento e participação comunitária. Utilizou-se de parcerias do setor privado para minimizar esse defect. da falta de verba pública.

## CAPÍTULO II - TURISMO E INOVAÇÃO

Baseado no modelo referencial de Mário Carlos Beni – Sistema de Turismo (SISTUR), considerado um sistema aberto, em que cada integrante dos conjuntos e subconjuntos tem funções primárias e interagem entre si.

O SISTUR é estruturado por três subconjuntos: Relações Ambientais, Organização Estrutural e Ações Operacionais. No caso específico do Conjunto das relações ambientais, composto pelas dimensões Ecológico, Econômico, Cultural e Social devem ser considerados cada particularidade, proporção e complexidade destas inter-relações.

A relevância do SISTUR trazido à discussão perpassa a dimensão Social e Econômica que o Turismo exerce. Esse conjunto determina os comportamentos e organizações dos homens dentro do espaço, focando no turismo sobre o meio ambiente equilibrado e contínuo, em que todos os componentes do Conjunto Ambiental sofrem interação humana.

O Turismo ainda é visto por muitos como atividade meramente econômica, não que seu poder de exercer o fortalecimento econômico gerando emprego e renda, poupança e investimento, taxaço e gastos, etc., seja um impacto totalmente insustentável.

A dimensão econômica soma a elevados custos sociais e ambientais que tendem a destruir recursos culturais e naturais de valor coletivo e individual.

A difusão do Turismo como ciência humana e social vem ganhando força contra a ideia isolada da atividade econômica que gera recursos monetários.

“O Turismo constitui-se num fenômeno sociocultural de profundo valor simbólico para os sujeitos que o praticam. O sujeito turístico consome o Turismo, por intermédio de um processo tribal, de comunicação, de realização, de testemunho, em um espaço e tempo tanto real como virtual, desde que possível de convivência, de presenteísmo. O valor simbólico perpassado pela comunicação tátil desse fenômeno, reproduz-se, ideologicamente, quando turistas comungam de sentimentos, reproduzidos pela diversão, e quando há a possibilidade de materialização do imaginário, por vezes, individual em societal” (MARUTSCHKA, 2000, 129).

Com o advento da globalização as sociedades mudaram e o subconjunto das relações sociais tenta entender o novo, como os indivíduos e grupos sociais



estabelecem suas relações consigo, com os outros, as coisas, as organizações culturais e políticas, em resumo, com o todo e com as partes.

Essa nova sociedade ultrapassa os limites da política da territorialidade, no exato momento em que as produções culturais, econômica, política, social e ambiental transcendem a ideia das relações em escala local para nível global.

Enfim, essa nova realidade social que firma fronteiras globalizadas tende a favorecer a acessibilidade que antes era fragmentada e exclusiva. De certa forma existem seus prós e contra a essa atual facilidade em comunicação e mobilidade.

Na geografia, estudiosos trazem por vezes a relação do turismo como uso do território, fortalecendo a discussão de (Fonseca) que a atividade turística está intrinsecamente ligada ao espaço.

O Turismo por sua vez se apropria do espaço territorial que é onde ocorre as ações humanas e usufrui das relações entre *fixos e fluxos* (Milton Santos)

“(...) o turismo, antes de ser um fenômeno, um sistema, uma prática, um produto, um serviço ou uma indústria, é um uso do território” (STEINBERGER, 2009).

A ideia de fixos e fluxos de Milton Santos e uso do território de Steinberger retrata a relação do território e o uso turismo, afirmando que os espaços sofrem interação constante das produções humanas e evidenciam a dinâmica da materialidade da configuração territorial.

Uma das vertentes do Turismo estudada dentro da academia é o Lazer como prática social desenvolvida em determinado espaço territorial e tempo livre. Essa prática é mencionada como direito integrador do desenvolvimento social em nossa Constituição Federal de 1988:

“Título II – Dos Direitos e Garantias Fundamentais Capítulo II Dos Direitos Sociais Art. 6º “São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer...” (BRASIL. CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988).

Previsto em Lei que o Estado tem a obrigação de assegurar o direito ao lazer em âmbito nacional, o que na prática é no mínimo distante em uma cultura de economia acelerada, em que as relações de trabalho, produtividade, e sucesso dependem do pleno afastamento do tempo disponível ou ócio.

A relação tempo e o homem está intimamente ligada a uma frequência lógica da vida, significa então que desde a existência humana o indivíduo busca maneiras

de organização espaço temporal para cumprir e utilizar esse tempo em seus processos de sobrevivência.

Para Sarah Bacal (2003), a vida humana está condicionada à temporalidade, o que significa que as relações do homem com meio é regulada e sofre alterações conforme a contabilidade do tempo. Todas as atividades produzidas pela sociedade são adaptadas às normas estabelecidas pelo Tempo Necessário, Liberado e Livre. Estes são respectivamente:

- Tempo necessário é aquele ligado às nossas necessidades fisiológicas (urgências vitais), além de necessárias são obrigatórias, como por exemplo, comer, dormir, trabalhar, etc.
- Já o tempo liberado está relacionado ao restante do período que o homem tem após o cumprimento das atividades necessárias, no caso a distração, descanso, quase sempre confundido com o tempo livre.
- Tempo livre seria o tempo subtraído do tempo de trabalho, que sofre constante reformulação por motivo de processos evolutivos.

O tempo gasto em cada um deles varia de acordo com o domínio da cultura e avanço em tecnologias em cada época. Como a exemplo no século XIX em que se inicia os deslocamentos de uma classe média industrial em viagens a lazer, em que maior parte da população enfrentava jornadas de trabalho desonrosas e problemas quanto a distribuição de tempo.

A classe trabalhadora iniciou suas viagens após toda uma desconstrução da elitização e pertencimento do lazer às classes nobres. Isso ocorreu devido a globalização, mais especificamente o turismo de massa que consolidou o transporte e por consequência difundiu o deslocamento dessas classes.

Tendo a ideia de tempo necessário e liberado, o lazer ocorre apenas por meio de pré-requisitos como o tempo livre e/ou ócio. Ambos essenciais no desenvolvimento da proposta.

Tempo livre “aquele modo de entregar-se ao tempo pessoal que é sentido como livre ao dedica-lo a atividades autocondicionadas de repouso, recreação e criação para a pessoa compensar-se e; em última análise, afirmar-se individual e socialmente” (MUNNÉ, 2003, p 31).

O ócio para o movimento Novo Tempo Livre é “(...) como uma condição ou estado interno que busca o equilíbrio e a harmonia do indivíduo” (MARCELLINO, 2006, p 10).

O ócio e o tempo livre são conceitos diferentes, mas complementares. Enquanto que o ócio é auto qualificativo o tempo livre é quantitativo, esse último está ligado ao tempo desocupado, mensurável, seria um tempo fora daquilo que é do cotidiano programático.

O lazer é direito de todos, mas poucos são beneficiados por causa das dificuldades que essa prática traz consigo. O fomento pelo Estado é mínimo, as políticas públicas não são efetivas e tudo porque falar sobre lazer é um tabu contemporâneo, pois reflete na redução da jornada de trabalho.

De acordo com Jessé Sousa (2005) com base na teoria da Tragédia da Cultura Moderna de Georg Simmel, a modernidade transformou os indivíduos em máquinas de trabalho, preocupados em produção de dinheiro, o exagero pela busca quantitativa, as 24 horas diárias não são o suficiente para visão do mundo moderno. Como resultado do caos moderno, uma humanidade intolerante, doente, estressada, sem tempo de qualidade para descanso, família, diversão e lazer.

A partir do momento em que o Estado não exerce sua obrigação de incentivo ao lazer, tempo esse onde os trabalhadores se ausentam de suas obrigações, o Estado negligencia um direito fundamental à vida. O Turismo surge como alternativa a esse caos moderno.

Em vista disso, é necessário ainda neste capítulo apresentar e discutir brevemente sobre conceitos relevantes como Turismo Criativo, Economia Criativa e Destinos Turísticos Inteligentes- DTI, além de exemplos de inovações turísticas.

“Os destinos turísticos inteligentes são estruturas turísticas diferenciadas que facilitam a interação e integração do visitante, antes, durante e depois da viagem, e incrementam a qualidade de sua experiência com o destino, por meio do uso de metodologias e tecnologias inovadoras” (Boletim de Inteligência SEBRAE, 2016).

Os DTIs são fundamentados em três grandes pilares, a governança, a tecnologia, e o desenvolvimento sustentável. A chave mestra deste conceito é a rapidez com que esses destinos se adaptaram com o mercado digital, que possibilita acesso à informação e hospitalidade em todas as etapas de um planejamento de viagem, fazendo com que o viajante tenha uma experiência autêntica.

Segundo a Sociedade Mercantil Estatal para a Gestão da Inovação e das Tecnologias Turísticas, um DTI é um destino turístico inovador baseado essencialmente em infraestrutura de tecnologia, gerando, assim, desenvolvimento sustentável de forma integrada, qualidade de vida para residentes e qualidade da experiência para os visitantes em áreas turísticas (SEGITTUR, 2012; LOPEZ DE AVILA, 2015).

A economia criativa trata-se de uma força poderosa de valor econômico agregado em que todos os destinos turísticos que possuem determinado potencial deveriam trabalhar. A riqueza individual e coletiva da contemporaneidade está entrelaçada à criatividade e à inovação.

Segundo a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) a economia criativa é: “[...] um conjunto de atividades econômicas baseadas no conhecimento com uma dimensão de desenvolvimento e ligações transversais a níveis macro e micro à economia global.”

De acordo com o Plano De Turismo Criativo de Brasília o

“Turismo Criativo se traduz, na atualidade, como tendência do mercado mundial e como uma necessidade para diversificar os segmentos que compõem a economia do turismo para o enfrentamento dos desafios da competitividade. Nesta perspectiva, faz-se necessário promover o debate, mobilizar, motivar e estimular a adoção dos valores e estratégias requeridos na inovação, bem como adaptar a oferta turística a essa demanda de mercado” (Secretaria de Turismo, 2016 2019, p. 27).

O turismo criativo foca na experiência de aprendizagem sobre a percepção de que o turista tem o potencial criativo. Por meio de cursos que valorizam a cultura material e imaterial local, os turistas se conscientizam da preservação dos recursos naturais e culturais, estimulam a economia e ainda enriquecem o empoderamento da comunidade.

“um tipo de turismo que oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver seu potencial criativo através da participação ativa em cursos e experiências de aprendizado características do destino” (RAYMOND e RICHARDS, 2000).

“Territórios criativos são bairros, cidades ou regiões que apresentam potenciais culturais criativos capazes de promover o desenvolvimento integral e sustentável, aliando preservação e promoção de seus valores culturais e ambientais” (STEINBERGER, 2009, p. 20).

Quanto à aplicabilidade das inovações no setor de Turismo, pode-se citar marcantes inovações que promovem e contribuem para que esse desenvolvimento influencie positivamente a Economia.

A decadência das agências de turismo pouco buscadas na atualidade por não se remodelar a era hiper conectada, perde espaço de mercado para tecnologias simples e completas que aproximam-se com maior facilidade da realidade do consumidor atual.

É o caso das plataformas online que disponibilizam serviços virtuais com a comodidade do cliente não fazer o deslocamento até uma loja física, proporcionando rapidez, segurança e qualidade.

O Airbnb é um exemplo de plataforma tecnológica que promove principalmente o aluguel de habitações por temporada, num contexto de 191 países, com preços variados, objetivando “criar um mundo onde qualquer pessoa possa sentir-se em casa em viagens autênticas, diversificadas, inclusivas e sustentáveis” (AIRBNB, 2008).

Esse empreendimento inovador pensou na hospitalidade de forma diferenciada, revolucionária, mudando a modelagem tradicional da hospedagem. Há ainda casas temáticas que julgam a possibilidade de pessoas renomadas terem vivenciado aquela experiência, o que elenca a possibilidade de outros fazerem o mesmo.



Figura 1 – Mansão foi o lar do músico com Priscila Beaulieu durante seis anos. Sol. Sapo, 2019.

Nos EUA a empresa Southwest Airlines obteve sucesso quanto a sua eficácia como empresa aérea que mesmo sendo menor que seus concorrentes, inovou em

seus procedimentos aéreos com a redução do tempo de espera em aeroportos. A ideia rapidamente tornou-se padrão a todas outras companhias, revolucionando o setor e gerando baixos custos.

A inovação em cada uma destas atividades não necessariamente traz a tecnologia como a principal mudança de sucesso, de certa forma a era digital trouxe facilidades mensuráveis, como o acesso e comodidade que restringe certas clientelas.

Porém á ganhos plausíveis em certas adequações simples de processos, como exemplo, a companhia Southwest Airlines que apenas diminuiu cerca de minutos na espera em uma sala, mostrou-se pioneira na ideia, sem falar dos ganhos indiretos que a empresa teve com a diminuição de gastos que no fim torna-se significativo.

Outra inovação, o Parque Sitiê localizado na favela do Rio de Janeiro com aproximadamente 8.500 m<sup>2</sup> por anos utilizado como depósito de lixo, começou a compor outro cenário em 2005 por iniciativa da comunidade que decidiu limpar o local. A limpeza durou cerca de seis anos.

A ação gerou mudanças no espaço, mas também na própria comunidade. Essa transformação possibilitou atrações que movimentam a economia local e ainda novo espaço para lazer.

Essa mudança de posicionamento beneficiou toda uma comunidade a partir da ideia de um indivíduo que trouxeram novo significado a um espaço marginalizado. O que remete a ideia de quantos espaços urbanos atualmente no país tem e sofre com os resultados da segregação, sendo que muitas vezes é necessário uma simples iniciativa e remodelagem.



*Figura 2 – Parque Sitiê. Arq. Futuro, 2016.*

O Google lançou o Google Assistente que seria uma espécie de recurso que gerencia voos e reservas de viajantes por meio de comando de voz. Usuários podem verificar bilhetes aéreos, preço, realizar check in, salvar cartão de embarque, dentre outras facilidades. A United Airlines nos EUA já utiliza a ferramenta, mas logo a difusão da tecnologia chegará nos outros cantos.

The Walt Disney Company é um fato de marca consagrada como uma das mais inovadoras, elaborou o Magic Band que são pulseiras, lembram um relógio de pulso, funciona como chave, ingresso, agenda, cartão de crédito, descontos promocionais, etc. O banco de dados é armazenado por meio de chips através de contas de clientes que reúnem várias informações junto à Disney.

Similar a essa tecnologia desenvolveram o cartão que fisicamente lembra um cartão de crédito, permitindo o usuário carregar menos peso e ser identificado aonde desejar conhecer.

Disney desempenhou a capacidade de manter-se conectado com seu tempo, construindo uma relação emocional com os clientes.



*Figura 3 – Magic Band da Disney. Disney Guia, 2017.*

É inevitável não tratar do eventual contexto inesperado que vem ocorrendo desde o início do ano de 2020. O Governo Federal decreta estado de emergência devido ao novo Coronavírus, que infelizmente, de acordo com Ministério da Saúde deixou cerca de 5.554.206 casos confirmados, destes 160.253 óbitos espalhados pelo país.

A crise afetou todos os setores da economia, medidas de proteção à saúde foram adotadas, comércios fechados, escolas sem funcionamento, o mundo parou. E junto, às frustrações de não poder viajar. Destinos interditados, voos cancelados, hotéis sem funcionamento, a falência de inúmeras prestadoras de serviços turísticos, que por conta da falta de demanda e cancelamentos de reservas não conseguiram manter-se no mercado.

O confinamento social veio com tanta intensidade que os turistas amantes de viagens sofreram frustrações, E logo a ânsia por viajar tomou espaço. Porque é no deslocamento que os turistas realizam sonhos e experiências culturais autênticas. Viajar para a maioria é sinônimo de autoconhecimento, aprendizado, distanciamento e descanso.

Enquanto não houver melhorias a pergunta é “O que fazer enquanto os turistas não podem viajar?”. É tempo de inovação! Demonstrar sensibilidade por parte da empresa é imprescindível, torna-se um agente ativo em trazer soluções para esse momento nunca vivenciado, manter-se conectado e em contato online com a clientela, promover por meio de marketing ações que mantenham o relacionamento cliente -



empresa fidelizado, são algumas manobras do setor. Além da intensificação de oferta de viagens domésticas, o tour virtual, divulgação dos destinos por meio de lives que despertam o interesse dos viajantes, entre outros.

É certo que os destinos terão obstáculos ao decorrer do processo de reestruturação. O acontecido mudou o rumo do setor e as organizações devem elaborar estratégias para que estes destinos voltem a receber visitantes com segurança. Visando o bem estar social, a saúde pública e condições de higienização.

Uma realidade já vivenciada em Búzios e Arraial do Cabo, destinos da região dos lagos - Rio de Janeiro é a comprovação por QR CODE ou Voucher Digital de reserva em meios de hospedagem no município, a apresentação é obrigatória na entrada da cidade. Essa exigência passou a vigorar como medida preventiva a aglomeração neste cenário de pandemia. Sistema inovador que limita o acesso de pessoas na cidade, fortalecendo a promoção de um destino seguro, que preserva a qualidade de vida dos moradores e visitantes. Para solicitar o QR CODE o turista entra em contato com o hotel, que solicita a prefeitura, e de imediato é enviado por e-mail um link de acesso.

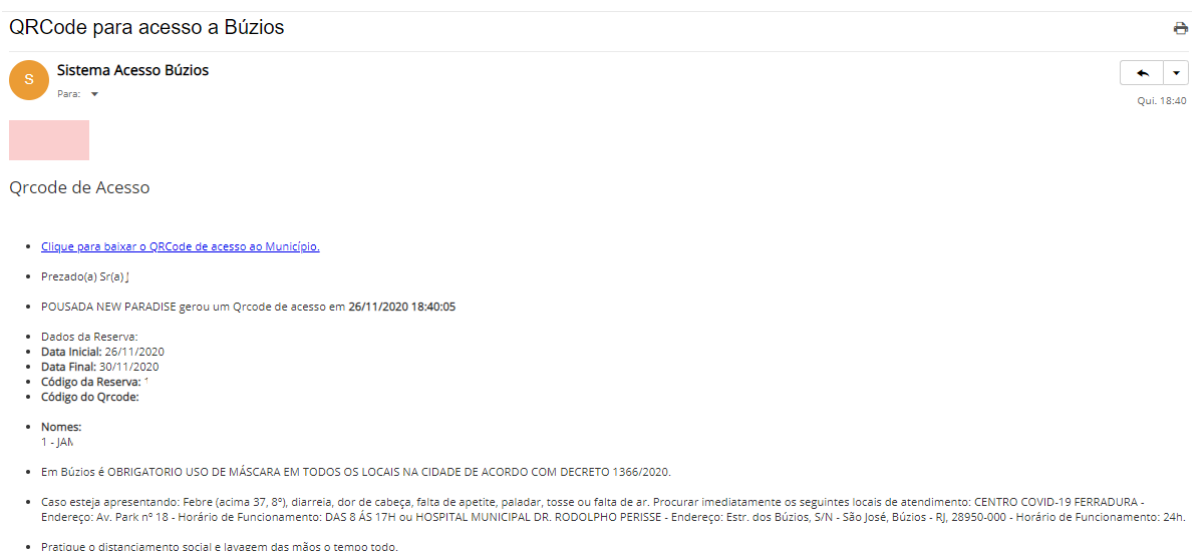


Figura 4 – QR CODE de acesso à cidade. Agência de Viagens, 2020.

São iniciativas como essa que trazem um diferencial ao destino, as pessoas que mesmo em meio a pandemia ainda viagem buscam por destinos que promovem essa segurança, medidas de higienização, e boas condições de distanciamento social elencada a experiência completa da viagem.

Trazendo como ilustração a cidade de Caldas Novas/GO, a pouco menos de 300 km de Brasília, a localidade tem recebido viajantes que se deslocam das proximidades em busca de fuga do isolamento. Os fornecedores têm seguido as restrições de aglomeração, feirinhas com redução de capacidade de pessoas, alguns hotéis que tinham como prática receber clientes day use têm privado os ambientes comuns apenas para hóspedes.

E mais que nunca o significado de resiliência tem papel crucial: "Capacidade de ser flexível ao atribuir significados com equilíbrio nos momentos de dificuldade e desafios da vida" (SOBRARE, 2020). É buscar estratégias que causem menores impactos possíveis, inventar novas possibilidades, inovar com a visibilidade do "Turismo de Isolamento".

Sites como o Estadão, Panrotas, difundem a ideia do que é Turismo de Isolamento e como essa prática vem como solução para essa nova dinâmica de viagem pós pandemia. Pois apesar do caos maior ser sanado, os cuidados dos destinos e comércios devem continuar.

Então o que seria esse Turismo de Isolamento, como o nome já diz, é se ausentar e afastar do agrupamento de pessoas. Destinos remotos, exclusivos que trazem a proposta de privacidade e distanciamento, trazendo como consequência a garantia de segurança da saúde dos envolvidos. São ainda viajantes que estão fugindo de destinos de massa, em alta.

### **CAPÍTULO III - GESTÃO - PARQUE DA CIDADE DONA SARAH KUBITSCHKEK**

A finalidade deste capítulo é descrever a gestão inovadora do Parque da Cidade e propor a implementação deste modelo na gestão de parques do Distrito Federal - DF, por se tratar de uma realidade socioterritorial semelhante.

O Parque da Cidade Dona Sarah Kubitschek localizado na capital do país assim como outros espaços em Brasília foi pensado e planejado por profissionais renomados como Lúcio Costa, Oscar Niemeyer, Burle Marx e Athos Bulcão. A administração é tão somente da instituição de Comissão Técnica Permanente de Acompanhamento, que tem autonomia para gerir projetos no parque.

Fundado e inaugurado em 1978, o parque conta com 400 hectares, conhecido como o maior parque urbanizado do Brasil e América Latina. As edificações e projeto paisagístico foram tombados pelo Decreto nº 33.224º/2011, de 27 de setembro de 2011.

Na década de 90 foi promulgado a Lei nº 1.261/1996, dispondo sobre a preservação do Parque, na época o parque era denominado Parque Recreativo Rogério Pithon Farias, somente em 1997 que o parque passou a ser chamado com o nome atual.

Passou por vários anos de descaso e desvalorização por parte do governo, falta de políticas públicas, além de ineficiência na gestão e ausência de fomento e verbas. Acarretando no esquecimento populacional o que fortaleceu a marginalização oriunda da desocupação.

O cenário por anos foi de um espaço com sinais de abandono, depredado, como azulejos, pisos e cerâmicas danificados, falta de acessibilidade, nenhuma atividade, equipamentos sem manutenção, entre outros.

Acerca da movimentação de visitantes, não há sites alimentados com tais informações. Entretanto, 60ª Ata de Reunião Ordinária do Conselho de Desenvolvimento de Turismo do Distrito Federal - CONDETUR, constam alguns dados relevantes, inclusive sobre fluxo de pessoas:

“Com a palavra, o senhor Alexandro Ribeiro – Unidade de Administração do Parque: ‘Em 2017 abrigou 237 eventos no parque da cidade, eventos estes pagos e gratuitos. Obtivemos um público estimado de 392 mil pessoas e arrecadamos o valor de R\$ 268.000,00 (duzentos e sessenta e oito mil reais). Lançamos o projeto Abrace o Parque que tem como objetivo

resgatar e fortalecer o conceito de pertencimento do brasileiro com o parque, diversificar a oferta de atividades em vários segmentos. Há quatro eixos estratégicos de atuação: Infraestrutura; Qualidade de Vida, Esporte e Educação; Sustentabilidade e Meio Ambiente; Cultura, Turismo e Lazer. O parque recebeu dezenas de artistas de Street Art que realizaram um trabalho de identidade visual grafitando todos os muros que dão acesso ao Parque da Cidade. A área grafitada corresponde a aproximadamente 4.000 metros quadrados e constantemente podemos ver usuários do Parque tirando fotos e visitando de perto. Fizemos o mapeamento das árvores frutíferas do Parque, foram encontrados 23 frutos do cerrado e 2.200 árvores frutíferas espalhadas pelo parque. Está em construção o material para divulgar esta diversidade para estimular o surgimento de um roteiro de turismo criativo. Foram construídas 2.200 calçadas de acessibilidade, melhorando o acesso para portadores de necessidades especiais em todos os estacionamentos do Parque e plantamos cerca de duas mil árvores do cerrado com participação da comunidade e usuários do Parque” (CONDETUR, 2017).

Baseado neste novo discurso e visão de pertencimento social, a revitalização do parque e a eficiência econômica. A ideia do empresário Alexandre Ribeiro (46 anos) durante seu mandato, de 2015 a 2018, como gestor do Parque da Cidade, no governo de Rollemberg, trouxe a inovação para sua gestão como possibilidade de um novo olhar e avanços significativos para o espaço e suas manifestações.



*Figura 5 – Parque da Cidade de Brasília. Elaborado pela autora, 2019.*

Antes de aceitar o convite para gerir o parque, Alexandre sempre teve uma posição crítica quanto a esse cargo, afirmando que o gestor “é uma figura não participativa”, o que era uma realidade distante pois se tratava de um espaço que lhe trazia lembranças afetivas, morador de Brasília desde os cinco anos de idades, descreve a relação marcante como frequentador do ambiente, que começou em fins de semana em convívio familiar, já adulto passou a usufruir do espaço para treinos e corrida. Como administrador:

“(...) eu achei interessante porque eu já tinha uma bagagem de conhecimento, uma bagagem administrativa, já tinha um conhecimento na área de eventos, que trabalhei muitos anos com evento também, e aí eu achei interessante porque o parque sempre foi para mim um lugar divertido, e o parque da cidade ele... não estava divertido (...)” (Alexandro Ribeiro).

Em entrevista tratou da depredação e problemas que o parque enfrentava no início de sua gestão, além de frisar as dificuldades e indisponibilidade de recursos públicos. O gestor percebeu a necessidade de contribuir para com a melhoria do espaço, buscou qualificação, no primeiro ano escreveu projetos e fez poucos remanejamos com o orçamento disponível.



*Figura 6 - Parque da Cidade Dona Sarah Kubitschek. Elaborado pela autora, 2019.*

Com o projeto pronto buscou parcerias com empresários, produtores de eventos:

“(...) porque eu sabia que o evento tem uma capacidade muito grande. Hoje quando você vai em um lugar, o lugar não tem nada... aí faz um evento lá e aí vira uma coisa fantástica. Porque o evento vem, ele ocupa e traz um atrativo para aquele local que às vezes é abandonado (...)”.

“(...) a partir daí a gente começou a ressignificar o Parque da Cidade e aí como a área de evento é muito transversal, ela tem diversos segmentos de entretenimentos, eu comecei a falar com vários, não só o show (...)”.

Foram eventos gastronômicos, Food Truck Day, Piquenique, Carnaval, Feirinha Orgânica do Produtor, Training Truck, Projeto ser feliz, Beba no Quadrado, Fun Festival, Aniversário, Abrace o parque, entre outros.

Na prestação de contas sua gestão contabilizou as seguintes realizações: Duplicação dos 10 km das pistas internas; Nova iluminação de LED nas pistas; Revitalização da Praça Eduardo e Mônica; Novos aparelhos de Ginástica; Pintura e reforma do Parque Ana Lídia; Plantio de 4 mil árvores do cerrado; Reforma das churrasqueiras; Iluminação nas churrasqueiras; Quadras de Beach Tennis; Vôlei de Areia, novas quadras; mais de 800 eventos realizados que levaram mais de 1 milhão de pessoas ao Parque.

Também é interessante pontuar outras inovações trazidas nesta gestão, como a ação de construir 2.200 m<sup>2</sup> de calçadas de acessibilidade demonstrando a conscientização e empatia às pessoas com alguma dificuldade de locomoção. Toda essa extensão conta com pistas antiderrapantes, superfície regular e sem degraus.

Outra, é a instalação de brinquedos para crianças cadeirantes no Ana Lídia, são brinquedos adaptados destinados às crianças com necessidades especiais, os equipamentos têm rampas e corrimãos para que cadeiras de rodas e muletas se encaixem.

Aulas de Ginástica gratuitas com profissionais capacitados que enfatizam a ideia de incentivo a atividade física e qualidade de vida. São inúmeras modalidades, e é necessário preenchimento de questionário para o cadastro.

PM de Bicicleta e Cavalaria montada, pelotão faz ronda 14 horas diárias por toda a área do parque, a cavalaria conta com 24 animais, o que promove segurança e entusiasmo por parte dos visitantes.

Árvore Digital, Wi Fi gratuito, inclusão de acesso à internet sem fio, sem custos, com pontos de tomadas para carregar celulares. A estrutura é alimentada por energia solar.

90 Placas de Sinalização e orientação, reforma e substituição de placas informativas que se encontrava deterioradas devido ao tempo e vandalismo. Um ambiente bem sinalizado viabiliza organização, evitando que as pessoas se percam, facilita a comunicação, entre outros.

Projeto Grafite nos muros do Parque; reconhecimento da arte desta comunidade muito discriminada, rompimento da barreira cultural aos olhos do visitante. A ideia da hospitalidade por meio da prática do grafite.

“(...) o parque passou a ser mais atrativo, então do final de 2015 até 2018 o parque viveu um momento que ele nunca tinha vivido, que é justamente esse conagraçamento com oferta de diversas atividades, nem todas pagas, muitas delas gratuitas que fazia parte também do meu planejamento (...)”.

Outras iniciativas inovadoras nesta gestão foi participação de grupos na elaboração de projetos, avanços tecnológicos com a utilização das redes sociais para divulgação do parque e da agenda de eventos.



Figura 7 – Agenda do Parque. Alexandro Ribeiro, 2016.

“(...) como empreendedor você normalmente é inovador, porque você precisa pensar um pouco fora da caixa, tomar atitudes que fogem do ambiente comum ... Eu tenho certeza que durante meu tempo como gestor eu tive que ser inovador, na verdade foi uma proposta que eu me fiz quando eu percebi já no meio do ano as dificuldades, que eu não estava conseguindo fazer as coisas na velocidade que eu queria... se eu não vim aqui para fazer

diferença não vale a pena eu estar aqui... tive que buscar alternativas” (Alexandro Ribeiro).

“A inovação às vezes as pessoas confundem com tecnologia e não tem a ver, não que eu não tenha feito algumas coisas tecnológicas... A inovação tem a ver com fazer as coisas de forma diferente, a criatividade e inovação estão juntas” (Alexandro Ribeiro).

As falas anteriores afirmam que o sucesso em cada processo advém da gestão inovadora que o empresário utilizou em suas ações. Cabe recapitular que a inovação vai muito além do ser tecnológico, está intrinsecamente ligada a mudanças em processos, produtos, posição e paradigma, utilizar-se da tecnologia é uma dinâmica latente na modernidade porém não é o núcleo da inovação.

As ideias para o planejamento do turismo no parque partiu de visitas a parques nacionais e internacionais. A grande diferença ressaltada é a efetividade das políticas públicas e educação ambiental nos parques internacionais, o serviço e a permissão da atividade econômica dentro dos parques no Brasil.

“(...) o turista não tem como não pensar, até porque além do parque ser um lugar icônico pelo tamanho e posicionamento, ele está do lado do setor hoteleiro. Então assim... dificilmente a gente viaja para um lugar e cidade e não temos curiosidade de conhecer o parque da cidade, o parque por si só é um lugar turístico, as pessoas querem conhecer.”

O parque Sarah Kubitschek é um produto muito visado pelos turistas devido ao conjunto de recursos turísticos, infraestrutura e serviços turísticos que a capital dispõe. Porém poucos percebem que os outros parques do Distrito Federal têm potencial como turismo alternativo, as RAs normalmente são locais sem entretenimento, marginalizadas, com espaços abandonados, que dependem primeiramente da valorização por parte da comunidade. É um processo. Que como consequência desperta o interesse dos demais visitantes, mas antes de ser considerado uma opção de experiência para os que vêm de fora, tem que ser atrativo para os moradores. Novamente a jogada da gestão da inovação, que pode ou não transitar pelos mesmos processos que o parque da cidade caminhou.

A mérito de curiosidade o Parque Ecológico Sucupira está localizado em Planaltina-DF, são aproximadamente 164.939 habitantes, em que a maior parte



destes têm preferência em fazer atividades físicas às margens da rodovia BR020 ao invés de utilizar a extensão do parque, como acontece no parque da cidade. Como mencionado anteriormente a ocupação distancia a marginalização, gerando espaços seguros, habitados e comuns aos moradores, propiciando o aumento da interação social.

Talvez exemplificar os parques das RAs vai além da promoção dos destinos alternativos do DF. Porque precisaria entrar no quesito do suporte aos turistas que essas localidades ainda não planejaram, porém é um assunto a ser debatido em outro momento.

Contudo, uma problemática percebida na gestão de parques é a descontinuidade nos projetos após o término do mandato, normalmente a mudança de gestor gera nova visão, impossibilitando o monitoramento de ações de sucesso.

Claramente as ideias trazidas ao longo destes capítulos, fortalecem a conclusão de que a gestão da inovação advém das competências da gestão e das técnicas elaboradas durante o processo. Traz-se aqui um exemplo de gestão pública de sucesso, em que o gestor aparentemente motivado, bem intencionado e criativo, descarta a ideia de privatização mencionada no capítulo 1.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Como qualquer outro setor que deseja ter ou manter aqueles que consomem seus produtos e serviços, o Turismo tem por necessidade a inovação. A visitação de parques urbanos por consequência da atividade turística na localidade, influencia no planejamento socio e econômico da região.

Com ritmo do avanço tecnológico, certas instituições turísticas deixaram de inovar em seus processos organizacionais, e inúmeras consequências surgiram, como a perda de clientela, agilidade e qualidade nos serviços, lucro, entre outros.

A gestão da inovação surge como uma alternativa de ganho, como modelo de desenvolvimento na gestão da atividade turística. Reinventar é uma das características principais, porém, o monitoramento de todos os procedimentos é fundamental.

O conhecimento adquirido é uma importante fase propriamente dita pois clareia a complexidade deste processo. Por isso, o Turismo e a Gestão da Inovação devem caminhar lado a lado.

A inovação é um processo de mudança, e a mudança não necessariamente deve conter características totalmente novas, muitas vezes é o aperfeiçoamento de algo existente. Que por consequência tende a propiciar resultados de desenvolvimento e sucesso no setor, especificamente na gestão do turismo aqui tratada.

A gestão do Parque da Cidade como exemplo de gestão inovadora passou por vários níveis de mudanças em seu produto e processo que resultou em adaptações em períodos tendenciosos. O êxito deve-se a capacidade de utilizar o conhecimento e oportunidades disponíveis em momentos estáveis e que percorra em altas condições de incertezas. Ao longo desta discussão foram apresentadas ações inovadoras dentro da gestão do Parque da Cidade que desencadeou maior fluxo de visitantes.

Por fim, o desafio pós pandemia reforça a espera pela intensificação da inovação nos produtos e serviços do turismo. O cenário COVID-19 reformulou a motivação dos visitantes e é a gestão inovadora dentro das organizações que ditará a estabilidade do comércio.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E ELETRÔNICAS

BACAL, Sarah. Lazer e o universo dos possíveis. São Pulo: Aleph, 2003.

BENI, Mário Carlos. Sistema de turismo - construção de um modelo teórico referencial para aplicação na pesquisa em turismo. São Paulo. ECA/USP, 1988, tese de doutorado.

CORAL, Eliza; CAMPAGNOLO, Jorge Mário; CARIONI, Leandro. Estratégias de inovação como vetor de desenvolvimento do Brasil: Políticas públicas para parques tecnológicos e incubadoras de empresas. Curitiba: CRV, 2016.172 p.

MARCELLINO, N. C. Lazer e Educação. Campinas: Papirus, 1987, pp. 7 – 32.

MARCELLINO, N. C. Estudos de Lazer: uma introdução. Campinas: Autores Associados, 2006, pp.7-12.

MARCELLINO, N. C. Políticas de Lazer: Mercadores ou educadores? Os cínicos bobos da corte. IN

MINISTÉRIO DO TURISMO - Parque da Cidade em Brasília na vitrine paralímpica. 01 de Set de 2016. Disponível em <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7065-parque-da-cidade-em-bras%C3%ADlia-na-vitrine-paral%C3%ADmpica.html>> Acesso em: Set. de 2019.

NAÇÕES UNIDAS - Notícias da Agência OMPI. [s.d.]. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/agencias/ompi/>> Acesso em: out. de 2019.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO - OCDE. Manual de Oslo - diretrizes para 476 Gestão da inovação de produto ... um modelo integrado. Production, v. 24, n. 2, p. 462-476, Apr./June 2014 Stefanovitz, J. P. et al. coleta e interpretação de dados sobre inovação. Brasília: FINEP, 2006.

ROCCO, Daniela Maria Carneiro.; ALVARES, Daniela. Inovação, governança e desenvolvimento sustentável em destinos turísticos inteligentes: o caso de Belo Horizonte/MG, Brasil. Universidade de Alicante, 2017.

ROCCO, Daniela Maria Carneiro. Visitando o século XXI: inovações para a sustentabilidade em destinos turísticos brasileiros. 2014. 350f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável).

SCHUMPETER, Joseph A. O fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

PLANO DE USO E OCUPAÇÃO DO PARQUE DONA SARAH KUBITSCHKEK – Elaboração pelo GT Parque da Cidade, 2001.

SEMEIA. Diagnóstico do uso público em parques brasileiros: A perspectiva dos gestores | 2019. [s.d.]. Disponível em: < <http://www.semeia.org.br/publicacoes.php>> Acesso em: nov. de 2019.

SETUR- Parque da Cidade. 25 de Abr de 2019. Disponível em:  
<<http://www.turismo.df.gov.br/parque-da-cidade/>> Acesso em: ago. de 2019.

SETUR - CONDETUR. 13 de Jun de 2019. Disponível em:  
<<http://www.turismo.df.gov.br/condetur/>> Acesso em: ago. de 2019.

SOUZA, Jessé. A crítica do mundo moderno em Georg Simmel. *In*: Simmel e a Modernidade. Editora UnB. 2005.

STEINBERGER, Marília. Territórios no Brasil Central. Brasília: LGE Editora, 2009.

TIDD; BESSANT e PAVITT, ANO. Gestão da Inovação. Porto Alegre: Bookman, 2008.

UNB - Biblioteca Digital da Produção Intelectual Discente da Universidade de Brasília. [s.d.]. Disponível em: < <https://bdm.unb.br/>> Acesso em: set. de 2019.

## APÊNDICES

### *APÊNDICE A – Entrevista Semiestruturada, no parque da cidade.*

1. Nome, idade, profissão:

Alexandro ribeiro, 46 anos, empresário, como gestor foram 4 anos e meio.

2. Qual sua relação com o parque da cidade

Vim para Brasília com 5 anos de idade, minhas primeiras lembranças com o parque são de convívio familiar, a gente vinha para cá nos finais de semana fazer churrasco, ir na piscina de ondas, essa é uma imagem bem marcante para mim, é uma memória afetiva. Em outra fase eu vinha correr, o parque passou por um período mais largado, mas enfim, todos os sábados e domingos vinha com meus amigos exercitar.

3. Como foi essa iniciativa em ser gestor do parque?

Eu recebi um convite de um amigo para ser administrador do parque, eu fiquei surpreso, pois eu não tinha intenção de trabalhar no governo e eu nunca pensei em administrar o parque da cidade, eu sempre via o administrador como uma figura não participativa, afinal eu sempre frequentei o parque e nunca soube quem era ele. Mas achei interessante porque eu já tinha uma bagagem de conhecimento uma bagagem administrativa, já tinha conhecimento na área de eventos, achei interessante porque o parque sempre foi pra mim um lugar divertido e o parque da cidade não estava divertido, praticamente o pessoal só vinha correr, mas o parque ate oferecia outras coisas, churrasqueiras o lago, mas assim as churrasqueiras estavam totalmente depredadas o lago estava assoreado, o próprio parque Ana Lídia tinha algumas partes bem prejudicadas então acabou pra mim que foi ate uma surpresa e eu vi que eu podia contribuir bastante. Até porque também era um governo sem muito dinheiro, com dinheiro nenhum praticamente e como eu era uma pessoa muito criativa vi a oportunidade de desenvolver um trabalho ali, aí eu aceitei o desafio depois entendi que é muito mais difícil do que imaginava porque a gente sempre imagina que o governo tem recurso e quando vou ver não tem recurso é mais fácil você fazer a gestão né dos equipamentos públicos só quando você percebe que esse recurso não

existe aí eu como eu não tinha experiência de gestor público eu tive que atrás para entender o que estava acontecendo porque descobri que eu entrei que o primeiro ano de gestão ele é baseado, é trabalhado construído com recursos destinados da gestão anterior.

Eu comecei a construir um projeto o parque da cidade e comecei a conversar com os empresários com produtores de eventos porque eu sabia que o evento tem uma capacidade muito grande. Hoje quando você vai no lugar e o lugar não tem nada, aí alguém vai e faz um evento lá e aí vira uma coisa fantástica porque o evento vem ele ocupa, ele e traz um atrativo para aquele local que às vezes é até abandonado. E aí, ele faz com que as pessoas migrem para lá. E aí a partir daí a gente começou a resignificar o parque da cidade. E aí como a área de eventos é muito transversal ela tem diversos segmentos de entretenimento. Eu comecei a falar com vários não só o show.

O turista não tem como não pensar, até porque além do parque ser um lugar icônico pelo tamanho e posicionamento, ele está do lado do setor hoteleiro. Então assim... dificilmente a gente viaja para um lugar e cidade e não temos curiosidade de conhecer o parque da cidade, o parque por si só é um lugar turístico, as pessoas querem conhecer.

#### 4. Fale sobre algumas iniciativas:

O piquenique começou a ser usado aqui no Parque da Cidade com um evento que mistura música cultura gastronomia. Fizemos alguns festivais, uns anos para frente saiu o carnaval no parque, o próprio Funfest. Então a gente veio trazendo aí dialogando com o setor de entretenimento e trazendo iniciativas para o Parque da Cidade e até dentro dessa construção com os produtores já com um programa que eu desenvolvi junto com a secretaria de turismo "O abraço o parque".

#### 5. Qual o diferencial que gostaria de trazer para sua gestão?

Entender como é que eu poderia construir essa relação do parque com as pessoas, o parque era um equipamento presente na vida das pessoas, o que seria mais atrativo. O parque por si só é um atrativo fantástico, mas as pessoas às vezes não saiam de casa. Essas parcerias como festivais, feiras infantis, festivais de cerveja e de churrasco de gastronomia. Toda essa gama de eventos o parque passou a ser mais atrativo no finalzinho de 2015 até 2018. O parque vivia um momento que ele nunca

tinha vivido que é justamente esse congraçamento com as atividades e também com oferta de várias atividades nem todas elas pagas. Muitas delas gratuitas que fazia parte também do meu planejamento, todos eles abraçaram a ideia.

6. Quais foram as maiores dificuldades que você enfrentou?

Primeiramente a questão da dificuldade foi essa parte da burocracia da coisa pública e eu até entendo que é necessário porque também essa coisa pública é muito solta. Você abre margem para que as pessoas façam irregularidades e roubem e façam mau uso dos recursos. Eu entendo que isso é uma forma de poder barrar algumas iniciativas que são legais para a coisa pública. Então sim eu não tinha conhecimento da coisa pública eu tive que estudar e tive que ler um pouco o direito de informar para poder aprender como fazer né. Porque sempre se ouviu falar se isso não pode a isso não pode, na verdade não é que isso não pode. A maioria das coisas eu percebi que não podia do jeito que está pensando que era cabeça de empreendedor e empresário. Descobri no ano passado que por mais que tenham placas que proibam pescar no lago, essa placa não tem validade jurídica. É uma norma de uso do parque da cidade proibindo a pesca do lago e aí isso tem que ser normatizado e um órgão que pode ajudar nisso seria o IBRAM.

7. O que você entende sobre inovação? Você acredita que sua gestão durante esse tempo foi inovadora?

Aí sim eu participo de muitos fóruns de inovação, discussão sobre inovação, durante todos meus anos na gestão do parque. Faço parte como empresário e como participante também do grupo da CDL - Câmara de Dirigentes Lojistas Jovens de Brasília. Eu sempre fui um empreendedor, ou seja, uma mente inovadora sim porque você precisa pensar fora da caixa é preciso tomar atitudes que fogem do ambiente comum. Então eu não tenho dúvida de dizer que durante meu tempo de gestor eu tive que ser inovador. Na verdade foi uma proposta que eu me fiz. Quando eu percebi no início do ano as dificuldades que eu não estava conseguindo fazer as coisas na velocidade que eu queria e que existia toda uma morosidade e eu precisava entender um pouco mais sobre algumas coisas e tal. Eu parei olhei para todo aquele cenário e falei que se eu não vim aqui para fazer diferença não vale a pena estar aqui porque é difícil realmente não acho que é fácil né. Mas eu me propus a fazer. Eu me empenhei para que dê certo. E aí eu acho que sim que eu fui inovador e a inovação às vezes as

peças confundem so com tecnologia e não tem a ver. Não que eu não tenha feito algumas coisas tecnológicas, mas assim a inovação tem a ver com fazer as coisas diferentes.

8. Poderia falar sobre marginalização e ocupação do parque.

Uma coisa interessante é você perceber que é todos grandes centros urbanos são abandonados. Praticamente só tem pessoas de segunda à sexta no horário comercial, em final de semana depois das 18 horas são lugares perigosos, espaço para bandidos, drogas, prostituição. Isso aí é reflexo da ocupação desordenada do espaço. Então para mim não é necessário a ocupação de espaços públicos pela comunidade. Você começa a invocar esses espaços e aí você começa a ter outro tipo de frequência.

9. Pensando que vivemos em um mundo tecnológico, como atentar-se a essa tendência?

Eu entendo que quando se fala da inovação associamos a tecnologia, de fato ela te dá a oportunidade de alcançar resultados que você não alcançaria de uma forma mais arcaica.

Dentro da tecnologia usei as redes sociais para divulgar a maioria das ações para atingir as pessoas, trouxe uma visão para mais pessoas sobre o que estava acontecendo no parque, críticas porque se trata de ferramenta de comunicação. Fora isso eu cheguei a desenhar um aplicativo da cidade. Esse aplicativo era bem simples, mas ele tinha um viés turístico onde mostrava como chegar no estacionamento do parque da cidade.

#### *APÊNDICE B – Entrevista Semiestruturada, formulário online.*

1. Nome, idade, formação, profissão:

Bárbara Lins, 34 anos, jornalismo, repórter e empresária



2. Tem familiaridade com o tema "Inovação e Turismo". Explique:

Sim. Desenvolvi um site onde compartilho informações sobre turismo de forma multimídia

3. Qual a importância da Gestão da Inovação no Turismo?

Foi-se o tempo em que as pessoas queriam apenas visitar aqueles destinos mais tradicionais e fazer o que todo mundo fazia. Há uma demanda por novas experiências, novos destinos, novos saberes e que só bem geridos conseguiram ser comercializados e serem sustentáveis em todos os sentidos.

4. Qual a proposta de sua página/blog...?

Divulgar eventos, lugares e ações foram do tradicional. Para que as pessoas possam sair da normalidade.

5. Quais as dificuldades enfrentadas (página, blog, etc.)?

Manutenção. Eu que faço quase tudo hoje, tenho apenas apoio para parte tecnológica.

6. Conquistas, ideias, sucessos e/ou estratégias (página, blog, etc.)?

Tive, na honra de lançar e impulsionar vários destinos pouco conhecidos, de fazer parcerias onde meu público, o dono do empreendimento e eu ganhamos muito. Um exemplo foi o lançamento do Sitio Titara ao público.

7. Espaço para ideias e sugestões pertinente a temática.

A gente tem muito a trabalhar neste campo. Nosso potencial é enorme e estamos desperdiçando talento, produtos e serviços.