

## TURISMO CRIATIVO E LABORATÓRIOS DE INOVAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO NO CONTEXTO PÓS-PANDÊMICO: EVIDÊNCIAS E REFLEXÕES

Magnus Emmendoerfer\*, Greg Richards\*\*, Alessandro Carlos da Silva-Junior\*\*\* & Elias José Mediotte\*\*\*\*

### Resumo

O propósito deste estudo é discutir a noção dos laboratórios de inovação enquanto uma plataforma para o desenvolvimento turístico de cidades com interesse no turismo criativo. A revisão de literatura contemplou aspectos conceituais dos laboratórios de inovação e do turismo criativo, propondo as interrelações entre os conceitos. Como métodos, utilizou-se a técnica de revisão de narrativas, a partir de fontes bibliográficas, documentais e entrevista. Como resultados, tem-se que autorização, financiamento, eixos de atuação, caracterização, comunicação e objetivos são elementos importantes para a constituição de laboratórios de inovação no turismo, e que estes espaços contribuem para o fomento da cultura e de negócios locais, bem como estimula o turismo de experiência pelo potencial criativo da comunidade e dos visitantes. Os resultados são voltados para os atores envolvidos na atividade turística, inclusive policymakers, ao demonstrar o potencial dos laboratórios de inovação no contexto do turismo criativo, a partir de ilustrações empíricas, em que a cooperação e a experimentação contribuem para o desenvolvimento turístico de cidades mais inclusivas e resilientes.

**Palavras-chave:** Cooperação; Experimentação; Participação; Criatividade; Turismo.

### CREATIVE TOURISM AND INNOVATION LABORATORIES FOR TOURISM DEVELOPMENT IN THE POST-PANDEMIC CONTEXT: EVIDENCE AND REFLECTIONS

### Abstract

The purpose of this study is to discuss the notion of innovation laboratories as a platform for tourism development in cities with a focus on creative tourism. The literature review contemplates conceptual aspects of innovation laboratories and creative tourism, proposing the interrelationships between the concepts. The narrative review technique was used as method, based on bibliographical and documental sources as well as an interview. As results, authorization, financing, lines of action, characterization, communication, and objectives are important elements for the constitution of innovation laboratories in tourism, and these spaces have shown contributions fostering local culture and business. In addition, to stimulate experience tourism from the community's and visitors' creative potential. The results are to the actors involved in tourism activity, including policymakers, by demonstrating the potential of innovation laboratories in the context of creative tourism, based on empirical illustrations, in which cooperation and experimentation contribute to the tourism development of more inclusive and resilient cities.

**Keywords:** Cooperation; Experimentation; Participation; Creativity; Tourism.

### TURISMO CREATIVO Y LABORATORIOS DE INNOVACIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL CONTEXTO POST-PANDÉMICO: EVIDENCIAS Y REFLEXIONES

### Resumen

El propósito de este estudio es discutir la noción de laboratorios de innovación como una plataforma para el desarrollo turístico de ciudades centradas en el turismo creativo. La revisión contempla aspectos conceptuales de los laboratorios de innovación y el turismo creativo, proponiendo las interrelaciones entre los conceptos. Como métodos, se utilizó la técnica de revisión narrativa, a partir de notas bibliográficas, documentales y entrevista. Como resultados, se observó que la autorización, el financiamiento, los ejes de acción, la caracterización, la comunicación y los objetivos sean elementos importantes para la constitución de laboratorios de innovación en turismo, y que estos espacios contribuyen para la promoción de la cultura y de los negocios locales, bien como estimula el turismo de experiencias por el potencial creativo de la comunidad y los visitantes. Los resultados están dirigidos a los actores involucrados en la actividad turística, incluidos los responsables políticos, al demostrar el potencial de los laboratorios de innovación en el contexto del turismo creativo, con base en ilustraciones empíricas, en que la cooperación y la experimentación contribuyen para el desarrollo turístico de ciudades más inclusivas y resilientes.

**Palabras clave:** Cooperación; Experimentación; Participación; Creatividad; Turismo.

## 1 INTRODUÇÃO

O setor de turismo se tornou uns dos principais componentes econômicos das últimas décadas e tem despertado a atenção e a intervenção de governos e organizações internacionais. Relata-se que nos últimos anos, as demandas turísticas, juntamente com a mobilidade global, têm exercido notória expressividade e representatividade na reprodução de serviços vinculados ao turismo (Mediotte & Richards, 2022). Em escala internacional, até o ano de 2019 o turismo era responsável por 10,6% da economia mundial, sendo capaz de

movimentar US\$ 9,2 trilhões e empregar 334 milhões de trabalhadores, o que equivale a, aproximadamente, um em cada dez empregos vinculados, direta ou indiretamente, ao turismo (World Travel & Tourism Council, 2021).

O interesse das pessoas pelo turismo decorre das possibilidades e atrativos que os destinos turísticos oferecem, principalmente em relação ao desenvolvimento da economia, uma vez que o turismo tem sido um viés de rentabilidade e prosperidade na geração de riquezas às comunidades que dependem das atividades turísticas (Pimentel & Carvalho, 2014). Não obstante, ressalta-se que nem todas as atividades turísticas resultam em



Licenciada por Creative Commons  
4.0 / Internacional CC BY 4.0

\*Doutor em Ciências Humanas: Sociologia e Política/UFMG (2009). Professor no Programa de Pós-Graduação em Administração Pública/UFV e em Turismo e Patrimônio/UFOP, Brasil. Coordenador Geral da Cátedra UNESCO em Economia Criativa e Políticas Públicas. CV: <http://lattes.cnpq.br/0919407313173824> [ [magnus@ufv.br](mailto:magnus@ufv.br) ]

\*\*PhD em Geografia/Universidade de Londres (1982). Professor nas Universidades de Tilburg e Breda (BUAS), Holanda. CV: <https://pure.buas.nl/en/persons/greg-richards> [ [G.W.Richards@uvt.nl](mailto:G.W.Richards@uvt.nl) ]

\*\*\*Doutorando e Mestre em Administração Pública/UFV (2022). Professor no curso de graduação em Administração/UFES. Pesquisador no Grupo de Pesquisa em Gestão e Desenvolvimento de Territórios Criativos (GDTec) do Núcleo de Administração e Políticas Públicas (NAP2), Brasil. CV: <http://lattes.cnpq.br/6287212703285021> [ [alessandro.junior@ufv.br](mailto:alessandro.junior@ufv.br) ]

\*\*\*\*Doutorando e Mestre em Administração Pública/UFV (2020). Pesquisador no GDTec/NAP2, Brasil. CV: <http://lattes.cnpq.br/9107045609679702> [ [elias.mediotte@ufv.br](mailto:elias.mediotte@ufv.br) ]

preservação do patrimônio local, equidade na distribuição de riquezas, igualdade de direitos, respeito à diversidade cultural e cuidado com o meio ambiente (Coriolano, Medina & Brasileiro, 2012; Duxbury et al., 2021), mas sim na intensificação da exploração da imagem e dos recursos disponíveis no destino turístico, o que causa a (re)transformação e (re)estruturação de sua localidade.

Para lidar com os impactos do turismo, a criatividade e a inovação têm se apresentado como recursos relevantes para que governos, especialmente os locais, e agentes do trade turístico, sejam capazes de modernizar as organizações, de provocar mudanças e de lidar de forma mais flexível com problemas públicos (McGann, Blomkamp & Lewis, 2018). Embora contribua para minimizar os impactos do turismo de massa, o crescimento do turismo criativo e de cidades e distritos criativos, também tem aumentado a competição, reforçando ainda mais a necessidade de inovações constantes voltadas ao desenvolvimento do turismo, que pode ser interpretado como a função de prover crescimento e aperfeiçoamento do território onde o turismo esteja inserido, contribuindo com a melhoria da sua situação local (Scótolto & Panosso-Netto, 2015), preocupando-se com aspectos ambientais, econômicos, sociais e culturais (Carvalho, Costa & Ferreira, 2023).

Isso pode ser aprimorado em termos de sustentabilidade e redução de problemas públicos por meio de Laboratórios de Inovação (i-Labs) que prezem pela autenticidade e valorização dos recursos da localidade, mas em conexão com demandas e tendências globais que afetam as atividades turísticas. Uma dessas expressões, cujas práticas e estudos estão em crescimento em vários países é o turismo criativo (Duxbury et al., 2021; Duxbury & Richards, 2019; Richards, 2020).

Estudos anteriores apontam a importância da inovação para o turismo e o turismo criativo, uma vez que aumenta a competitividade das organizações, por meio da diferenciação dos produtos e competitividade (Astor et al., 2021) e da valorização da experiência e da cultura local (Jaquez, Núñez & Durán, 2022). Neste sentido, observa-se a necessidade de se promover espaços de cooperação e trocas informações entre os atores locais, estimulando a criatividade e de soluções inovadoras.

Diante desta necessidade, Lapointe et al. (2021) e Cabeça et al. (2022) discutem a importância da criação de laboratórios vivos e de ideias, respectivamente, para fomentar as atividades turísticas a partir de aspectos sociais e criativos. A partir destes estudos, observa-se a necessidade de complementar o conhecimento existente, debatendo o papel do setor público, enquanto um indutor das atividades do turismo criativo, a partir de i-Labs, objetivando o fortalecimento da inovação, melhora da prática e agregação de valor público, a partir do design, criatividade e centralidade no usuário para desafios complexos (Cole, 2022).

Diante desse preâmbulo, parte-se do argumento que a noção de i-Labs esteja avançando cada vez mais em termos práticos, de forma multidisciplinar e em escala global na sociedade, atingindo diferentes setores como o turismo e em segmentos orientados com base na criatividade e inovação (Barata et al., 2017) como o turismo criativo (Organization for Economic Co-operation and Development [OECD], 2014). Neste sentido, o objetivo deste estudo é

ampliar a compreensão da noção de i-Labs no Turismo por meio de sua caracterização, com apresentação de perspectivas de aplicação dessa noção no Turismo Criativo.

Este estudo se justifica pelo crescimento expressivo de i-Labs no contexto mundial, em diversos campos, como ambientes propícios à cooperação, experimentação e inovação em resposta às fragilidades das organizações públicas tradicionais de lidar com as contingências ambientais, ensejadas por demandas complexas dos cidadãos e restrições orçamentárias (McGann, Wells & Blomkamp, 2021).

Além disso, destaca-se ainda o papel da cultura e da criatividade na transformação dos espaços turísticos (urbanos e/ou rurais) degradados pelo turismo de massa, em espaços mais inclusivos e sustentáveis, por meio da cooperação entre visitantes e moradores locais, resultando em inovações (Dias, González-Rodríguez & Patuleia, 2020; Duxbury et al., 2021), como orientação para o desenvolvimento turístico (Emmendoerfer et al. 2021) em um contexto pós-pandêmico. Tal contexto é aqui entendido como aquele iniciado após o reconhecimento, em março de 2020, pela Organização Mundial da Saúde (OMS), da pandemia SARS-COVID-19 em escala global, sendo o contexto anterior denominado como pré-pandêmico (Mediotte et al., 2021).

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1 Laboratórios de inovação, desenvolvimento turístico e turismo criativo nas cidades

Os i-Labs são entendidos como espaços para a inovação, que permitem a construção de alternativas para auxiliar o aparato estatal e seus funcionários com ferramentas e conhecimentos, capazes de confrontar questões complexas internas e externas à Administração Pública (Emmendoerfer, 2019b), com a incorporação e melhor aproveitamento de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) na gestão, com abordagens sistêmicas que contribuam para a redução dos custos e desempenhos mais satisfatórios, ao orientar as soluções às necessidades dos cidadãos (Galhardo, 2019). Para fins deste artigo, inovação é:

[...] um processo que requer indivíduos e organizações com capacidades para permitir a identificação e implementação de ideias, sistematizadas para o contexto de sua aplicação, servindo como soluções para problemas que implicam melhor desempenho em termos de eficiência, eficácia e valor dos resultados do setor público [e/ou privado] para a sociedade (Emmendoerfer, 2019a, p.1).

Assim, os laboratórios são criados para propor soluções para problemas públicos de forma inovadora, por meio de rede de parcerias, processos de cocriação e experimentação, fazendo com que se revelem novos projetos, plataformas e eventos (Ferreira & Botero, 2020; Selloni et al., 2013), que possam, de alguma forma, resolver um problema interno (melhoria da qualidade de serviços públicos ou surgimento de novos serviços e/ou produtos

públicos) ou externo (inovação social) às organizações.

Os laboratórios também podem estimular a inovação por meio do apoio às startups, no desenvolvimento de soluções colaborativas para os problemas públicos, como é o caso do Paris Welcome City Lab, criado para estimular o turismo criativo nesta cidade, mas expandiu suas atividades para todo o setor turístico, oferecendo a *startups* e *players* uma gama de serviços e instrumentos para o desenvolvimento do setor (Welcome City Lab, 2020).

Os i-Labs no setor público podem ser provedores ou facilitadores da inovação, enquanto atuam para resolver problemas de forma menos hierarquizada (descentralizada) e horizontalizada (colaborativa), por meio de stakeholders e profissionais com uma ampla variedade de conhecimentos, tornando-os especialistas no assunto (Fragny, & Zadra-Veil, 2022; Tönurist, Kattel & Lember, 2015).

Este processo resulta na aprendizagem coletiva e desenvolvimento de competências (capacidades), que permitem aos atores de uma determinada localidade enxergar novas possibilidades e responder de forma ágil e eficiente aos problemas complexos ou wicked problems (Silva-Junior et al., 2021).

Leminen e Westerlund (2019) apontam que existem dezenas de denominações para se adentrar em debates sobre outros movimentos de laboratórios em escala global, como Living Labs – LLs, e Fabrication Laboratories - FabLabs. Segundo Emmendoerfer (2020, pp. 415-416), o movimento de laboratórios para inovação é crescente e multissetorial devido sua prática ser pautada em premissas como: sustentabilidade, realismo, abertura, experimentação, influência e entrega de valor.

A partir dos estudos de Emmendoerfer, Olavo e Carvalho Junior (2019) sobre Public Sector Innovation Laboratories - PSILabs, propõe-se uma síntese para caracterização de i-Labs no setor público com base em dois focos: 1) Organizacional – foco na melhoria interna do governo e de suas organizações públicas; 2) Social – foco em questões sociais como melhoria da qualidade de vida da

população, conforme a Quadro 1.

Para o funcionamento dos i-Labs no setor público é necessária uma autorização que, de acordo com Emmendoerfer, Olavo e Carvalho Junior (2019), parte da aceitação do gestor público e de modo organizacional ocorre por meio da formalização de atos, resoluções, portarias e atas de reunião. Quanto aos laboratórios sociais, surgem por meio de convênios ou contratos públicos em diferentes esferas governamentais, que também pode suceder por meio de Parcerias Público-Privadas-PPPs (Emmendoerfer, Olavo & Carvalho Junior, 2019).

O financiamento dos i-Labs no setor público no âmbito organizacional tem a sua origem em recursos próprios que são delimitados anualmente pelo departamento em que o i-Lab está vinculado ou pelo governo, de modo direto. Este tipo de financiamento, de acordo com Tönurist, Kattel e Lember (2015) ocorre por meio de transferências diretas do governo ou por meio de parceiros no setor público.

As atribuições dos laboratórios de inovações podem ser de planejamento, execução, teste e avaliação. Sendo que a avaliação foi observada como particularidade (mas não exclusiva) dos i-Labs com foco organizacional. Cavalcante e Cunha (2017), Emmendoerfer (2019c) e Rosenow-Gerhard (2020) apontam que os i-Labs podem ter como produtos a disseminação da cultura empreendedora e melhoria dos processos internos. Já os i-Labs com o foco social, visam propor produtos e/ou serviços que objetivam o desenvolvimento social.

Quanto à composição de participantes nos laboratórios de inovação, Cavalcante e Cunha (2017) mencionam que podem ser formadas por equipes internas (funcionários públicos) e externas (cidadãos, empresas privadas e organizações do terceiro setor).

Neste sentido, Emmendoerfer, Olavo e Carvalho Junior (2019) apontam que os i-Labs com o foco organizacional são compostos por equipes da própria organização onde foram introduzidos.

**Quadro 1.** Síntese da Proposta de Caracterização de i-Labs no Setor Público.

<b>Categorias</b>	<b>Organizacional</b>	<b>Social</b>
<b>Autorização</b>	Atos, resoluções, portarias e atas de reunião	Convênios ou contratos públicos, ou Parcerias Público-Privadas (PPPs)
<b>Financiamento</b>	Público	Público e/ou Privado
<b>Atribuições</b>	Planejamento, execução e avaliação	Planejamento, teste e execução
<b>Produtos</b>	Pesquisa Formação de Rede Assessoria Capacitação Designs Avaliação de projetos e programas Treinamento e desenvolvimento para disseminar a cultura empreendedor; Melhorias no processo de atendimento ao cidadão	P&D para os problemas públicos e sociais Design para políticas Experimento de técnicas de inovações Elaboração de projetos para demandas da sociedade (educação, saúde, cultura, mobilidade urbana, emprego e renda)
<b>Participantes</b>	Membros da organização onde o i-Lab foi introduzido, contudo, pode contemplar membros de outras organizações públicas	Presença de membros das organizações públicas, privadas e comunidade

**Fonte:** Elaboração nossa adaptada de Emmendoerfer, Olavo e Carvalho Junior (2019) e Emmendoerfer et al. (2020).

Contudo, podem contemplar membros de outras organizações públicas. Já os laboratórios voltados para a inovação social têm como membros organizações públicas, privadas e a comunidade.

Os laboratórios de inovação, portanto, são criados para abordar deficiências identificadas na abordagem tradicional de políticas e design de serviços, em virtude das transformações advindas do ambiente, ensejadas por

demandas complexas dos cidadãos, que impuseram desafios e induziram ao crescimento destes espaços de inovação e experimentação (Lewis et al., 2020). Estes podem ser organizados para atuar em diferentes campos, inclusive no turismo, tendo em vista que o desenvolvimento turístico é considerado um processo de crescimento, mudança e melhoria, aproveitando-se das inovações para o bem-estar dos habitantes de um determinado território (Emmendoerfer et al., 2016; Oliveira & Pimentel, 2020).

O desenvolvimento do turismo é condicionado por diferentes fatores, sendo resultado da organização da sociedade para explorar os recursos físicos, como espaços e infraestruturas da cidade, e os recursos intangíveis, como a cultura e a criatividade (Mediotte & Richards, 2022; Mediotte et al., 2023). Ao destinar os recursos a atividades turísticas de cultura e lazer, demandas emergentes são atendidas e possibilita atração de investimentos para a elevação da qualidade de vida, inclusão social, geração de emprego e renda, e aumento da competitividade local (Corá & Henriques, 2021; Pimentel, Emmendoerfer & Tomazzoni, 2014).

Há de se destacar, também, a importância da participação e intervenção do Estado no desenvolvimento do turismo, uma vez que as políticas públicas permitem regular e incentivar a atividade turística, disponibilizando os instrumentos necessários para que o turismo aconteça e seja possível transformar a realidade local, através de elementos culturais e da criatividade dos indivíduos (Duxbury et al., 2021; Richards, 2020; Schenkel & Almeida, 2015).

A recente abordagem do turismo criativo tem sido

considerada uma alternativa para o “turismo cultural de massa” e com ênfase na competitividade, ao privilegiar aspectos de sustentabilidade e oferecer aos viajantes a oportunidade de desempenhar papéis mais ativos em suas jornadas, através de experiências de aprendizagem que despertam o seu potencial criativo (Richards & Raymond, 2000; Molina, 2011). Em síntese, esses pesquisadores, respectivamente europeus e latino-americanos, corroboram que a essência da originalidade do turismo criativo esteja associada a três características: interação, desenvolvimento da comunidade local e experiências culturais singulares (com autenticidades do território envolvido).

Duxbury et al. (2021) ampliam esse entendimento dos autores supramencionados, associando o desenvolvimento do turismo criativo a quatro aspectos: participação ativa, autoexpressão criativa, aprendizado e vínculo com a comunidade local. Estas atividades são baseadas na cultura dos moradores locais e suas relações com o lugar em que vivem, não se restringindo apenas às grandes cidades e centros urbanos, mas também ao rural, ao ambiental e ao solidário.

Para Duxbury e Richards (2019) o turismo criativo é considerado uma área de turismo de nicho, alimentado pelo crescimento do turismo cultural em consonância com a busca de experiências culturais mais ativas e participativas por parte dos viajantes, nas quais podem usar e desenvolver sua própria criatividade. Os autores afirmam que o campo tem evoluído ao longo dos anos, incorporando novos aspectos e novas abordagens, como pode ser observado no Quadro 2.

**Quadro 2.** Evolução dos conceitos e das abordagens de Turismo Criativo.

Abordagens	Definição	Características
Turismo Criativo 1.0	“Turismo que oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver seu potencial criativo por meio da participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem que são características do destino de férias onde são realizados”.	- Oficinas Informais - Hands-On - Experiências Criativas - Foco na Produção
Turismo Criativo 2.0	“O turismo criativo é uma viagem voltada para uma experiência engajada e autêntica, com aprendizado participativo nas artes, herança ou caráter especial de um lugar, e proporciona uma conexão com quem reside neste lugar e cria essa cultura viva”.	- Atividades Criativas - Desenvolvimento Comunitário - Colaboração com <i>Stakeholders</i> - Foco nos Recursos Tangíveis - Políticas de Economia Criativa
Turismo Criativo 3.0	“Atividades criativas baseadas no conhecimento que conectam produtores, consumidores e lugares utilizando tecnologia, talento ou habilidade para gerar produtos culturais intangíveis significativos, conteúdo criativo e experiências”.	- Experiências Criativas - Conhecimento e Redes - Foco nos Recursos Intangíveis
Turismo Criativo 4.0	“Mudança para o ‘turismo relacional’ com base na cocriação de experiências facilitadas por meio de redes <i>peer-to-peer</i> ”.	- Cocriação de Experiências - Competências Criativas - Especificidade dos Lugares - Foco nas Relações

**Fonte:** Elaboração nossa, com base em Duxbury e Richards (2019).

Ao longo dos anos o conceito de turismo criativo foi incorporando novos elementos, evoluindo de uma perspectiva centrada no produtor individual qualificado para redes e plataformas colaborativas, como oportunidades para a inovação social e a criação de i-Labs.

Observa-se também, que o desenvolvimento do turismo criativo tem gerado maiores oportunidades de integração com novas tecnologias e indústrias criativas, acarretando novas formas de inovação e experimentação, e ampliação do potencial de troca entre o turismo e os setores criativos, contribuindo para aumentar a satisfação do turista

e impulsionar o desenvolvimento local (Astor et al., 2021). Por fim, destaca-se que embora haja quatro tipos de abordagens para o turismo criativo, elas devem ser vistas como um progressivo acúmulo do conhecimento sobre o tema, visto que podem coexistir em diferentes contextos (Duxbury & Richards, 2019).

A despeito disso, se por um lado, Korstanje (2015) sustenta que a dimensão competitiva da atividade turística não se modifica nas abordagens empregadas para o desenvolvimento das novas formas de turismo como o criativo; por outro, observa-se que a interrelação entre o

turismo e a criatividade significa que o turismo se beneficia do valor simbólico agregado gerado pela criatividade e, em contrapartida, a economia criativa se beneficia de uma maior atividade turística (Richards, 2020). Este fato destaca as especificidades do lugar, da sustentabilidade cultural, da inclusão social e da melhoria da qualidade de vida local, sendo o turismo criativo um caminho para a sustentabilidade, não só financeira por meio da geração de emprego e renda, mas também pela regeneração de destinos turísticos e preservação ambiental (Duxbury et al., 2021).

De modo geral, o desenvolvimento do turismo por meio de políticas públicas de incentivo à cultura e criatividade está associado a uma abordagem de baixo para cima, e depende da cocriação e codesign entre turistas e a comunidade local. A cooperação e a inovação de novas experiências permitem o enriquecimento da atividade turística e contribui para a exploração consciente do espaço pelos visitantes e pela comunidade local (Della Lucia & Triunfo, 2018; Duxbury et al., 2021; Richards, 2020; Richards & Wilson, 2006). Além disso, conforme Jaquez, Núñez e Durán (2022), a criatividade e a inovação e maximizam os resultados de bem-estar, distintividade e vitalidade de expressão da cultura local.

Sendo assim, a proposição de políticas públicas na forma de espaços de experimentação, cocriação e inovação como os i-Labs permite a construção de um aprendizado coletivo, orientado ao desenvolvimento do turismo e a exploração da criatividade das comunidades locais e dos visitantes. A cooperação favorece a gestão integrada do patrimônio cultural e das atividades turísticas, o que pode gerar benefícios sociais, ambientais e econômicos para todos os stakeholders, além de trazer benefícios para as cidades por meio da conservação do patrimônio cultural tangível e imaterial, e o desenvolvimento do turismo sustentável (Barata et al., 2017; Duxbury et al., 2021; Jaquez et al., 2022).

### 3 PERCURSO METODOLÓGICO

Este estudo é essencialmente uma revisão de narrativas cujo foco não está na sistematização do método de busca, mas sim, na caracterização e na construção do estado da arte de um determinado assunto, sob o ponto de vista teórico ou conceitual, de forma mais ampliada (Rother, 2007). Neste sentido, buscou-se com este trabalho, discutir sobre a aplicação de laboratório de inovação (i-Lab) no turismo e em projetos de turismo criativo.

Os dados obtidos em fontes bibliográficas (livros, artigos científicos, teses e dissertações) e documentais (relatórios técnicos e planos do setor público) disponíveis na internet, bem como por meio de uma entrevista com roteiro semiestruturado a partir das categorias apresentadas no Quadro 1, com a Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (BELOTUR), em Minas Gerais (MG), Brasil, a fim de compreender mais adequabilidade e detalhamento, bem como validar as interpretações advindas do documento norteador "LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO EM TURISMO - Estudo de Viabilidade" (Khatibi et al., 2019), cuja iniciativa de aplicação em nível municipal no turismo pode ser considerada pioneira no Brasil, tomando como base as

publicações técnicas e científicas disponíveis na internet sobre o tema, até 30 de novembro de 2021.

Esse documento nos inspirou a realizar pesquisas teóricas e empíricas sobre o tema-título deste artigo, e norteou as descrições, discussões e inferências das duas partes analíticas deste texto. A primeira parte caracteriza o i-Lab e a aplicação de sua noção no turismo a partir do caso ilustrativo no município de Belo Horizonte. A segunda parte, a partir do entendimento dessa noção, observa aplicações ilustrativas adicionais no contexto do Turismo Criativo, as quais foram articuladas com os conceitos e abordagens tratados na seção do referencial teórico. Ambas as partes buscaram indicar perspectivas para o desenvolvimento turístico por meio de i-Labs.

Ressalta-se que os dados coletados foram discutidos à luz das possíveis conexões identificadas com a incipiente e crescente literatura especializada sobre laboratório de inovação no setor público (McGann, Blomkamp & Lewis, 2018) e Turismo Criativo (Duxbury e Richards, 2019), utilizando-se dos seguintes termos de busca: "Laboratório de Inovação", "Turismo Criativo" e "Creative Tourism Lab". O período de buscas compreendeu o intervalo de tempo entre 2019 e 2021, priorizando artigos e livros disponíveis na forma completa e gratuita.

A análise e seleção dos artigos decorreu da leitura dos títulos e resumos, verificando a adequabilidade com o tema de estudo, e posteriormente, realizou-se a leitura completa dos trabalhos mais aderentes ao tema. O tipo/formato de laboratório de inovação foi escolhido como termo de pesquisa e discussão porque o projeto de i-Lab no Turismo em Belo Horizonte (MG) é coordenado pelo governo local por meio da BELOTUR.

Além disso, a entrevista realizada foi única por ter sido feita com a coordenação responsável pelo i-Lab, seguindo os procedimentos de conduta ética internacional em pesquisas com seres vivos, com apresentação do Termo de Consentimento de Livre e Esclarecido (TCLE) e duração aproximada de 26 minutos. As respostas da entrevista foram registradas manualmente com base no roteiro. Um total de 2.836 palavras foram transcritas da entrevista para o software de edição de textos (MS Word licenciado).

Para a análise dos dados e exposição dos resultados, utilizou-se a técnicas de análise de conteúdo, a partir de categorias previamente estabelecidas (Quadro 1), bem como de categorias que foram ressignificadas ou que emergiram dos próprios dados cotejados, a fim de identificar as principais características de um laboratório de inovação no turismo (LabTur). Todavia, observou-se a presença e a ausência das seguintes categorias descritas no Quadro 3.

**Quadro 3.** Categorias Analíticas.

<b>Categorias</b>	<b>Status na pesquisa</b>
<b>Autorização</b>	Identificadas previamente na revisão de literatura e mantidas na análise
<b>Financiamento</b>	Essas três categorias foram ressignificadas como uma categoria chamada <b>Eixos de Atuação e Objetivos</b>
Atribuições	
Produtos	
Participantes	
<b>Comunicação</b>	Categoria emergente

**Fonte:** Elaboração nossa com dados da pesquisa.

Essa nova recategorização, com destaque para as categorias em negrito no Quadro 3, para fins de um LabTur, serviu de base para análise dos resultados na seção 4.1. Posteriormente, na seção 4.2, tal identificação centrou-se no contexto do turismo criativo e as aproximações com as quatro abordagens propostas por Duxbury e Richards (2019), já apresentada no Quadro 2. Assim, além da descrição pautada por análises e discussões articuladas entre dados empíricos sobre o objeto em estudo, buscou-se cotejar os dados com o referencial teórico especializado sobre os temas em voga buscando prospectar esta exposição como meio de desenvolvimento turístico, visando a sustentabilidade de destinos na contemporaneidade.

Esta pesquisa atende a critérios de validade científica por meio de triangulação de dados (documentos, fontes bibliográficas e entrevista). Ressalta-se que os resultados e discussões apresentados, emergiram da convergência dos dados coletados e das percepções dos pesquisadores com a revisão de literatura utilizada.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

### 4.1 Laboratório de Inovação no Turismo (LabTur)

Dentre os elementos apresentados no estudo de viabilidade (Khatibi et al., 2019) para a sua implantação em Belo Horizonte (MG), Brasil, e considerando as características que compõem a noção de i-Lab, utilizou-se as quatro categorias do Quadro 3 para se compreender a constituição de um LabTur, a saber: a) autorização; b) financiamento; c) eixos de atuação e objetivos; d) comunicação.

**a) Autorização** - o estatuto de associações revelou-se a melhor forma de autorizar a atuação de um LabTur, tendo em vista que as associações são constituídas por grupos de pessoas, as quais objetivam fins não lucrativos, de cunho social, educacional, assistencial ou cultural. Dessa forma, se caracterizam por não haver divisões dos resultados financeiros entre os integrantes e pelo fato de serem regidas por um estatuto social, o qual pode ter ou não capital no momento da constituição do laboratório (Khatibi et al., 2019).

Sendo um laboratório com foco social, a autorização pode ocorrer também por meio de convênios ou contratos públicos, e ainda por meio da Parceria Público-Privada (Emmendoerfer, Olavo & Carvalho Junior, 2019). Vale ressaltar que a estrutura de uma associação pode auxiliar na desburocratização das tomadas de decisão, visto poder existir proximidade da gestão com os problemas e soluções identificadas pelo i-Lab em turismo. No entanto, a autorização para a criação e manutenção dos laboratórios depende da vontade política, o que pode ocasionar descontinuidades na transição entre os ciclos eleitorais, sendo risco e fator limitante para o alcance dos resultados almejados pelo laboratório (Tönurist, Kattel & Lember, 2015).

Todavia, essa limitação pode ser minimizada com comportamentos associados à inovação e empreendedorismo (*public sector entrepreneurship*) de servidores públicos de carreira ou com estabilidade institucional (Emmendoerfer, 2019c). O turismo criativo enquanto prática é predominantemente baseado em oferta de bens e serviços gerados por indivíduos ou coletivos,

organizados de forma empresarial ou por meios de organizações sociais (terceiro setor), os quais possuem relativa independência do poder público para sua realização.

**b) Financiamento** – refere-se as operações e a manutenção de um LabTur. Neste sentido, identificou-se que para a sua constituição, deveria haver predominância de recursos advindos do setor público, dado que a captação de recursos privados seria um resultado do bom desempenho dos laboratórios na identificação e resolução dos problemas enfrentados pelo turismo, a partir da experimentação e coprodução com os usuários. A partir da identificação e proposta de soluções com políticas públicas, os i-Labs poderiam atrair investimentos privados, visto que, o turismo afeta o desenvolvimento econômico em nível municipal, com melhoria da renda da população e geração de empregos, além de ofertar melhorias na infraestrutura patrimonial e dos meios de hospedagem, aumento da rede de transportes e avanços em segurança pública.

Neste sentido, Tönurist, Kattel e Lember (2015) apontam que os i-Labs podem contar com transferências do governo ou por meio de programas públicos. Outra forma de garantir a exequibilidade dos projetos de inovação e o financiamento é por meio das parcerias com o setor privado, tendo em vista que há interesses comuns na exploração da atividade turística (Emmendoerfer, Olavo & Carvalho Junior, 2019).

**c) Eixos de atuação e objetivos** - o i-Lab em turismo, corroborando com Khatibi et al. (2019), revela três eixos expressivos de **atuação**, sendo o último um agrupamento de ações convergentes: startup; experimentação; e redes de interação e conexões.

**Startup** - espera-se que haja atuação conjunta entre os empreendedores pioneiros na construção e efetivação do laboratório, juntamente com os divulgadores de uma cultura de startups vivida na região, pelo reconhecimento e promoção dessas instituições, visto que os programas de aceleração atraem novos negócios, investidores e órgãos governamentais (Khatibi et al., 2019). Segundo os autores, destacam-se como metodologias importantes, mas não essenciais para o desenvolvimento do LabTur: Hackatons, programas de pré-aceleração e programas de aceleração. Vale ressaltar que os i-Labs são espaços para a construção, colaboração e compartilhamento de informação e conhecimento (Cavalcante & Cunha, 2017). Estudos recentes, como os de Eichelberger et al. (2020) e Vukovic et al. (2021) tem demonstrado a importância do empreendedorismo por meio de startups para o desenvolvimento turístico em cidades.

**Experimentação** - é compreendida como ambiente de interação entre o laboratório, empresas e instituições parceiras, no qual o espaço pode ser cedido para o desenvolvimento e teste de tecnologias relacionadas ao turismo (Khatibi et al., 2019). Dentro desse eixo, pode haver também experiências relacionadas ao desenvolvimento de políticas públicas, com participação da sociedade no desenvolvimento e aprimoramento dessas políticas, orientando as soluções às necessidades dos cidadãos (Galhardo, 2019).

**Conexões e redes de interação** - demonstram-se importantes para o desenvolvimento de ações relacionadas ao turismo, uma vez que quanto maior o grau de inovação,

mais aumenta a complexidade e se torna necessário atrair parceiros melhor preparados para suprir as limitações da organização (Tidd & Bessant, 2015). Sendo assim, criar conexões e redes com organizações como Universidades, centros de pesquisas e empresas, para transferências de demandas tecnológicas é uma atividade importante para um LabTur (Khatibi et al., 2019).

Tanto o processo de experimentação quanto o de criação de redes, possibilitam a cocriação e coprodução de produtos e/ou serviços que ocorrem, de acordo com Tönurist, Kattel e Lember (2015), nos i-Labs, por meio da parceria entre usuários. Essas parcerias promovem diversos produtos como tecnologias para resolução de problemas públicos, que podem ser usados no turismo para aumentar a confiança dos cidadãos no setor, bem como aumentar a eficiência na prestação dos serviços direta ou indiretamente ligados ao turismo.

Somado a isso, presume-se que os LabTur podem ser agentes importantes no desenvolvimento de políticas públicas para o turismo, sendo inserido dentro do processo de governança colaborativa ao estarem em contato direto com as necessidades da sociedade (Ferreira & Botero, 2020; Unceta, Barandiaran & Restrepo, 2019) e possibilitando atuarem na resolução de problemas relacionados ao turismo. Neste sentido, Emmendoerfer et al. (2020), indicam a inclusão da Governança de políticas públicas como um eixo adicional a ser considerado na atuação do LabTur.

**Governança** - Entende-se que se os i-Labs estiverem em contato direto com as demandas dos cidadãos, entendendo suas necessidades, poderiam ser catalizadores de ações no intuito de elaborar e implantar políticas públicas de turismo que possam contribuir para a redução das desigualdades econômicas e sociais, por meio da geração de emprego e renda, fomentando o desenvolvimento econômico (Scott, 2011) da região na qual estão situados. Neste sentido, os i-Labs são entendidos como aqueles que facilitam a elaboração e a implementação de políticas públicas por meio do processo de cocriação, descentralização e flexibilidade dos procedimentos (Ferreira & Botero, 2020; Rodríguez & Grandinetti, 2018), bem como podem atuar como espaços de projetos de placemaking (Mediotte et al., 2023) com foco no lazer, turismo e em setores criativos.

Tendo em vista os eixos de atuação que serão pautados, as ações do LabTur foram traçadas como **objetivos** principais para se iniciar um i-Lab no turismo, a expansão de serviços especializados de turismo, oriundos das análises acerca dos principais problemas enfrentados e da experimentação de novas metodologias para melhoria do setor turístico; a captação de novos eventos relacionados ao turismo, de forma a atrair novas empresas e pessoas para usufruir dos trades turísticos ofertados pela cidade e região, movimentando a economia local e gerando renda para a cidade.

Além disso, destaca-se como objetivo do laboratório o treinamento de competências, sendo este internamente aos laboratórios a partir dos colaboradores e também externamente, a partir de treinamento dos envolvidos na prestação de serviços turísticos e complementares a essa

atividade. Neste sentido, uma das funções dos laboratórios destacados por Emmendoerfer, Olavo e Carvalho Junior (2019) é o treinamento e desenvolvimento para disseminar a cultura empreendedora.

Destaca-se também como objetivo, o encorajamento ou desenvolvimento de um ambiente de experimentação, que terá como desafio principal testar novas metodologias para a melhoria dos serviços turísticos, além de testar novas alternativas para a criação de políticas públicas para o turismo, que é o quinto objetivo do laboratório, tendo em vista que o turismo envolve os cidadãos e necessita de infraestrutura urbana e segurança para que seja bem desenvolvido dentro de uma cidade ou região.

A atuação e os objetivos do laboratório englobam mudanças com **focos** tanto organizacionais, como sociais. Em relação ao foco organizacional, relacionadas mais ao ambiente interno dos laboratórios, destacam-se como elementos de atuação, conforme apresentado por Emmendoerfer, Olavo e Carvalho Junior (2019), a criação de redes, englobando diversos atores, sejam eles de âmbito público ou privado, visto que o turismo é uma área de interesse de ambas as partes; avaliação de projetos e programas, no intuito de oferecer melhores produtos e aprimorar o procedimento de atendimento aos cidadãos e aos usuários; e o processo de treinamento e desenvolvimento interno dos funcionários, no intuito de desenvolver a cultura empreendedora dentro do laboratório, expandindo para a organização ou órgão responsável pelo seu funcionamento, podendo alcançar também a sociedade que vivencia e se beneficia das atividades turísticas.

Em relação ao foco social, sendo de caráter mais externo, destaca-se como elemento importante o processo de P&D, com a utilização de tecnologias da informação orientadas para a resolução de problemas públicos e sociais, juntamente com o design para a elaboração de políticas mais eficientes. Além disso, destaca-se o experimento de técnicas de inovação sendo elaboradas em parceria com os próprios usuários, atendendo às demandas específicas da sociedade, por meio de metodologias de coprodução e cocriação, fomentando o desenvolvimento econômico, sendo esse laboratório um ambiente para produtividade e aumento da confiança do cidadão, por meio da experiência com métodos de participação (Tönurist, Kattel & Lember, 2015).

**d) Comunicação** – é outro ponto importante a ser considerado na constituição de um LabTur. Esse laboratório necessita estar inserido em uma rede de organizações interessadas em inovações no turismo, com diversas empresas, organizações de ensino e organizações do setor público. A comunicação externa busca promover o laboratório, divulgando suas atividades, produtos e eventos, buscando atrair novos parceiros dentro da rede de inovação, além de ser responsável pela criação da imagem do laboratório (Khatibi et al., 2019). Esse mecanismo deve ser desenvolvido por meio de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) como páginas institucionais na internet, redes sociais, criação de aplicativos de modo que os atores interessados consigam acessar e perceber valor nas ações do i-Lab. Já a comunicação interna, é de suma importância para o desenvolvimento de uma cultura

empreendedora para a organização, pois envolve a compreensão por parte dos colaboradores das suas funções e responsabilidades, mas também a sua importância para o funcionamento e elaboração das ações do i-Lab.

Assim, compreende-se que a criação de i-Labs no contexto do turismo envolve mudanças na forma de se gerir políticas públicas que conduzirão ao desenvolvimento turístico e conseqüentemente, a melhoria da qualidade de vida da população, melhores condições de emprego e renda, e uma exploração mais sustentável dos recursos. Essas mudanças implicam na descentralização dos processos e na cooperação com organizações privadas, de ensino e a comunidade local, que conduzem a uma maior assertividade, uma vez que os i-Labs permitem que protótipos sejam testados e experimentados em ambiente controlado, antes de implementados e disseminados para outros contextos (McGann, Wells & Blomkamp, 2021).

#### 4.2 Laboratórios de Inovação como Perspectiva para o Turismo Criativo

A discussão realizada nas seções anteriores sobre Laboratório de Inovação no Turismo (LabTur) buscaram auxiliar no entendimento e possível aplicação do mesmo em nível local, que não se limita à situação descrita, o que amplia suas perspectivas de introdução e desenvolvimento em segmentos, nichos e novas formas de turismo na contemporaneidade, como o turismo criativo.

O Turismo Criativo (CT) pode ser definido e praticado como turismo sustentável de pequena escala que proporciona uma experiência genuína de visitantes, combinando imersão na cultura local com um processo de aprendizagem e criação. Assim, o CT envolve "atividades criativas baseadas no conhecimento que conectam produtores, consumidores e lugares utilizando tecnologia, talento ou habilidade para gerar produtos culturais intangíveis significativos, conteúdo criativo e experiências" (OECD, 2014, p.7). Para ser aplicado o conceito de CT é necessário que os stakeholders, especialmente o governo local e agentes privados do trade turístico, tenham ferramentas e apoio para desenhar e implementar programas que combinem turismo e atividades criativas.

A criação de laboratórios de inovação, enquanto ferramentas organizacionais para potencializar o desenvolvimento do turismo e da criatividade, é um campo de estudo incipiente e em construção (Emmendoerfer et al., 2020). No entanto, são identificadas evidências em diferentes localidades como, por exemplo, o Andalucia Lab criado pelo Ministério do Turismo, Regeneração, Justiça e Administração Local da junta de Andalucia, em Málaga na Espanha. O laboratório tem objetivo de maximizar o potencial turístico da região e oferecer instrumentos para promoção da indústria do turismo, orientado por uma perspectiva prática, inovadora e colaborativa (Andalucia Lab, 2021). Na cidade de Copenhagen, capital da Dinamarca, destaca-se o projeto Tourism+Culture Lab, com o objetivo de fortalecer experiências culturais na cidade e torná-las mais acessíveis ao público, envolvendo capacitações e experimentos inovadores para testar novas iniciativas em instituições e eventos culturais (Wonderful Copenhagen, 2021).

Além dos casos mencionados, foram identificadas outras quatro manifestações sobre a criação de laboratórios de inovação direcionados ao turismo criativo. Na cidade de Opatija na Croácia, o projeto Creative Tourism Lab buscou engajar a juventude nos assuntos públicos e oferecer um espaço orientado à incubação de startups e novas ideias, visando desenvolver novas competências e potencializar o turismo criativo local (The Innovation in Politics Institute, 2018).

Na cidade de Maribor, Eslovênia, observa-se a tentativa de implementação de um laboratório, a partir do projeto Lab for Creative & Cultural Products Tourism, com o objetivo de desenvolver ações para a criação e aprimoramento dos produtos do turismo criativo, buscando estimular as atividades locais (Festival of Walks, 2020). No entanto, não foram encontradas informações que permitissem concluir se o projeto chegou a ser implementado ou apenas foi discutido entre as autoridades e a comunidade local.

De modo geral, observa-se que nas duas localidades apresentadas, existem ações voltadas ao desenvolvimento de soluções inovadoras colaborativas e experimentais, através de laboratórios de inovação que buscam potencializar o turismo criativo, utilizando-se da criatividade dos indivíduos e da cultura local. No entanto, estes casos ainda estão em estágio de desenvolvimento e discussão quanto a implementação, não sendo possível compreender como atuam e os resultados gerados.

Diferente dos anteriores, dois casos se destacam pelos resultados gerados, enquanto abordagens inovadoras para o turismo criativo, sendo esses projetos aplicados na Finlândia e em Portugal. Como primeira ilustração, o Laboratório Itinerante de Pensamento Artístico promove atividades turísticas para estimular a experiência criativa por meio do desempenho, meditação em silêncio e caminhada (Erkkilä-Hill, 2017).

Na região da Lapônia, Finlândia, conhecida também como a "Santa Claus Land" da Europa (Dalonso, Lourenço & Remoaldo, 2016), observa-se "engajamento ativo e formas de introduzir atividades criativas e culturais como ferramentas de colaboração entre turistas e comunidades locais, e o posicionamento dos membros da comunidade como visitantes em sua própria topografia" (Duxbury & Richards, 2019, p.10). Neste sentido, a aplicação da noção de laboratório pode gerar práticas de turismo cada vez mais especializadas e autóctones, para não dizer exóticas, como:

[...] Na topografia do turismo criativo na Lapônia, a prática incorporada é tão importante quanto a prática mental de usar a imaginação e viagens mentais pela paisagem. Isso se manifesta especialmente nos Laboratórios Itinerantes de Pensamento Artístico. A topografia é dinâmica e muda com as práticas de moldar e esculpir a paisagem. Até mesmo a prática tradicional de documentar a paisagem através de uma câmera tomou uma virada criativa e pós-modernista, reposicionando o eu fotografando dentro da imagem. A prática de selfie, bem como outras práticas de mídia social, tornou-se parte da extensão da experiência de viagem contínua com públicos maiores (Miettinen et al., 2019, p.80).

Dentre as características do turismo criativo na Lapônia, observa-se um forte apreço pelos elementos



imateriais do local, sobretudo em relação às paisagens e sentimentos, demonstrando forte relação com as premissas do Turismo Criativo 3.0. Destaca-se também, o engajamento dos membros da comunidade com os visitantes, através do relacionamento e da cooperação, sendo evidenciadas características também do Turismo Criativo 4.0 (Duxbury & Richards, 2019).

A segunda ilustração refere-se ao CREATOUR.PT *Research-and-Application Project*, com financiamento público no período de 2016-2019, promovido por cinco centros de pesquisa universitários de Portugal, o qual demonstrou que é possível “contribuir para melhorar o conhecimento sobre o turismo criativo, bem como catalisar parcerias/redes e capacitação para o desenvolvimento de experiências de turismo criativo, em cidades de pequena dimensão e áreas rurais em Portugal”, por meio da aplicação da noção i-Lab sob a forma e metodologia de um Idealab, que serviu como um programa de aceleração de ideias de 40 negócios para o Turismo Criativo (CREATOUR.PT, 2020). Os Idealabs apoiam a ideia de negócio no seu desenvolvimento e no seu potencial de mercado (Narayanan, 2017), desde a ideação, em que as informações são analisadas, priorizadas e validadas, até a etapa de prototipagem, que envolve experimentações via projeto-piloto (Emmendoerfer, 2019b).

Nos Idealabs orientados ao Turismo Criativo em Portugal, diferentes metodologias e abordagens foram utilizadas, com destaque para: a) Webs de amizade: conhecer os outros participantes por dinâmicas de interação; b) Mapeamento cultural: utilização de objetos para mapear, explicar e criar narrativas sobre os locais onde as experiências criativas estavam ocorrendo; c) Prototipagem do turismo criativo: sessões orientadas ao pensamento criativo e disruptivo, desenvolvendo atividades de Brainstorming e uso de técnicas como protótipos e testes rápidos; d) Canvas: utilizado para aprofundar o conhecimento sobre os direcionamentos e necessidades de implementação do turismo criativo (Cabeça et al., 2022). Essas abordagens, reforçam o aprendizado coletivo, a formação de parcerias, a criatividade e a transferência de conhecimento para potencializar ações inovadoras orientadas ao Turismo Criativo (Cabeça et al., 2022; Duxbury & Richards, 2019; Emmendoerfer et al., 2020).

Outra aplicação da noção de i-Lab em lugares criativos, também integrante do projeto CREATOUR.PT, e com foco no Design é encontrada na cidade de Loulé, Portugal. Coordenado pelo governo local, o projeto Loulé Criativo possui um DesignLab que apoia, com mentoria as concessões de uso de espaços físicos (Sá, 2017), a incubação de empreendedores relacionados com a área da produção, design e residências criativas, tendo como principais insumos autóctones: cobre, palma (fibra vegetal – tipo palha) e barro. O Loulé DesignLab contribui com o Turismo Criativo promovendo a interação entre turistas e patrimônio local, bem como por meio da atração de profissionais criativos e divulgação de produções da região (Loulé, 2020).

Assim, o DesignLab e o projeto Loulé Criativo buscam com suas ações a “[...] valorização da identidade do concelho, que é um dos concelhos da região do Algarve que apresenta uma das maiores diversidades em cultura imaterial – artes e ofícios tradicionais, através da criatividade

e inovação” (Araújo, 2016), que apoiam o desenvolvimento de produtos e serviços com artistas locais, estimulando a aprendizagem e conhecimento (OECD, 2014), bem como a geração de souvenirs (Melo-Silva, Emmendoerfer & Araújo, 2017) a partir da participação ativa e da expressão individual da criatividade dos turistas (Duxbury & Richards, 2019). Além disso, a experiência em Loulé também demonstra que eventos criativos podem estimular e fortalecer a gestão de projetos de turismo criativo, como os eventos Carnaval Louletano e Festival MED, na região de Loulé (Sá, 2017).

No contexto português, há uma forte presença de todas as formas de manifestação do Turismo Criativo, através das oficinas e eventos que estimulam a participação e criatividade dos visitantes (Turismo Criativo 1.0); a interação dos turistas com o patrimônio material local (Turismo Criativo 2.0); a formação de redes de atores e exploração da cultura imaterial (Turismo Criativo 3.0); e também, a concepção de espaços físicos destinados à cocriação e relacionamento entre visitantes e empreendedores locais (Turismo Criativo 4.0). Esses elementos demonstram que em um mesmo contexto, distintas manifestações criativas podem ocorrer e gerar benefícios incensuráveis para a comunidade e a cultura local (Duxbury & Richards, 2019).

De modo geral, os exemplos apresentados ilustram como laboratórios e/ou espaços de inovação orientados ao turismo criativo, permitem e estimulam o fortalecimento da cultura local e o desenvolvimento de novos produtos, serviços e eventos que beneficiam a comunidade e oferecem experiências inesquecíveis aos visitantes. No intuito de organizar as principais descobertas, o Quadro 4 apresenta as principais ações dos laboratórios de inovação em relação ao turismo criativo.

A partir dos resultados apresentados, estimular a criação de espaços de experimentação, cocriação e inovação contribuem para o desenvolvimento econômico e social, além de permitirem a regeneração da paisagem urbana e/ou rural através de ações criativas que contribuam para a sustentabilidade. Além disso, a interrelação do turismo com os setores criativos, impulsionados por ambientes de experimentação, colaboração e inovação, como os i-Labs, pode criar uma atmosfera para tornar os lugares mais atrativos para trabalhadores criativos, turistas e moradores; atrair talentos criativos e aumentar a qualidade de vida e a igualdade de oportunidades tanto para o turismo, quanto para a economia criativa; estimular a inovação, adicionando impulsos criativos e novas tecnologias ao desenvolvimento turístico, desafiando indústrias criativas a encontrar novas formas de gerenciar o turismo e melhorar os negócios; desenvolver conhecimentos e habilidades, através da cooperação e contatos entre profissionais da criatividade, do turismo, atores políticos e cidadãos (OECD, 2014).

Tais ilustrações sinalizam meios para o desenvolvimento turístico em áreas urbanas e rurais na contemporaneidade frente às crises e desafios emergentes a partir da pandemia COVID-19. Ressalta-se que os estudos sobre turismo criativo e laboratórios de inovação ainda não tem sido objeto de estudos centrados no desenvolvimento turístico do Brasil (Emmendoerfer et al., 2021), o que pode ser extensível à América Latina e países do Sul Global.

**Quadro 4.** Principais ações e resultados de I-Labs no Turismo Criativo.

Categorias	I-LABS NO TURISMO CRIATIVO		
	Laboratório Itinerante do Pensamento Artístico	CREATOUR.PT	
		IdeaLab	Loulé – Design Lab
Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Engajamento ativo;</li> <li>Introdução de atividades criativas e culturais;</li> <li>Colaboração entre turistas e comunidades locais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melhorar o conhecimento sobre o turismo criativo;</li> <li>Catalisar parcerias em rede;</li> <li>Capacitação para o turismo criativo;</li> <li>Desenvolvimento de negócios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mentoria nas concessões de uso do espaço público;</li> <li>Incubação de empreendedores relacionados com a área da produção, design e residências criativas.</li> </ul>
Aspectos Inovadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Imaginação e viagens mentais para escupir paisagens;</li> <li>Prática de mídias sociais como extensão das experiências com a viagem.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Webs da amizade;</li> <li>Mapeamento cultural;</li> <li>Prototipagem do turismo criativo;</li> <li>Canvas;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desenvolvimento de produtos e serviços de artistas locais, pela aprendizagem e conhecimento;</li> <li>Eventos criativos para fortalecimento de projetos territoriais e do turismo criativo.</li> </ul>
Aspectos do Turismo Criativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apreço aos aspectos imateriais do local, em relação as paisagens e sentimentos (Turismo Criativo 3.0);</li> <li>Engajamento, relacionamento e cooperação entre os membros da comunidade e visitantes (Turismo Criativo 4.0).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oficinas e eventos participativos (Turismo Criativo 1.0);</li> <li>Interação dos turistas com o patrimônio material (Turismo Criativo 2.0);</li> <li>Formação de atores e exploração da cultura imaterial (Turismo Criativo 3.0);</li> <li>Concepção de espaços para cocriação e relacionamento entre visitantes e empreendedores locais (Turismo 4.0).</li> </ul>	

Fonte: Elaboração nossa.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou contribuir com a compreensão das dinâmicas e tendências do desenvolvimento turístico, especialmente considerando o contexto pandêmico instaurado a partir da COVID-19, por meio da discussão de laboratórios de inovação no Turismo com perspectivas de aplicação, baseadas em evidências ilustrativas, no Turismo Criativo.

Todas as ilustrações de aplicações apresentadas podem ser consideradas expressões de turismo criativo, lugares criativos e eventos criativos (Richards & Wilson, 2006), ou pelo menos em potencial, que já trabalham ou poderiam ser trabalhados sob a lógica e métodos de um laboratório de inovação (Williamson, 2015) no Turismo Criativo. A descrição do projeto de viabilidade de laboratório de inovação em Belo Horizonte (MG), Brasil, pode auxiliar a implantação de i-Labs para o Turismo Criativo, algo ainda não identificado nas publicações científicas e técnicas da comunidade acadêmica.

Assim, espera-se com isso provocar novas e futuras práticas de criatividade e inovação no turismo que são subsídios fundamentais, assim como eventos, territórios e turismo criativos, para se planejar e desenvolver políticas públicas para Regiões Turísticas Criativas (Emmendoerfer, 2019a). Ademais, destaca-se que a principal contribuição desse artigo, é lançar luzes e estimular a criação de espaços, como os laboratórios de inovação, de fomento à cooperação, criatividade e experimentação de soluções inovadoras para o turismo criativo.

A principal limitação deste estudo diz respeito ao método adotado, que acaba restringindo a amplitude do trabalho e o seu potencial de contribuição prática, visto que não foram coletados dados primários com outros stakeholders do setor turístico para discutir e aprofundar o potencial de aplicação do turismo criativo a partir do projeto de Belo Horizonte (MG) no Brasil, bem como as descrições das ilustrações apresentadas a partir das experiências da

Finlândia e de Portugal. Por outro lado, essa limitação não retira o caráter original e provocativo do texto, revelando a eminência do movimento de laboratórios de inovação no turismo, que pode auxiliar na compreensão das dinâmicas e desafios do turismo criativo bem como possibilitar novos e criativos vínculos com viajantes, comunidades, culturas e lugares.

Estimular ambientes de cooperação e inovação, dos quais os cidadãos e visitantes, em conjunto com organizações públicas e privadas, atuem conjuntamente na proposição de serviços e políticas públicas para o turismo, pode contribuir para o desenvolvimento das cidades, sobretudo as criativas, visto que inclusão e resiliência favorecem a proteção do patrimônio material e imaterial e o fortalecimento da cultura local (Duxbury et al., 2021).

Além disso, o turismo criativo é considerado um importante vetor para a sustentabilidade das sociedades, englobando cinco dimensões: a) ambiental: compreendendo a relação da natureza com o ambiente humano construído; b) cultural: associada à identidade cultural e o idioma local; c) política: relacionada ao Estado e à governabilidade; d) econômica: associada ao mercado, crescimento econômico e à produção de bens e serviços; e) social: compreendendo a relação da sociedade com os atores e movimentos sociais (Elizalde Hevia, 2003).

Como estudos futuros, de um modo mais amplo para o turismo, ou de modo mais aplicado para o turismo criativo, pode-se mapear as práticas e os papéis dos envolvidos em laboratórios de inovação, relacionando-as com as formas de se fazer turismo, bem como avaliar os resultados dos i-Labs nos âmbitos organizacional e social para o desenvolvimento turístico, inclusive em perspectiva comparada internacional.

## REFERÊNCIAS

Andalucía Lab. (2021). *What is Andalucía Lab... and what do we do?*. <https://www.andalucialab.org/en/about/>

- Astor, Y., Wibisono, N., Novianti, S., & Rafdinal, W. (2021). The role of technology and innovation in creative tourism: the digital native perspective. *Advances in Engineering Research*, (207), p. 683-689. <https://doi.org/10.2991/aer.k.211106.106>
- Barata, F. T., Molinari, F., Marsh, J., & Cabeça, S. M. (2017). *Creative innovation and related living lab experiences: A Mediterranean model*. Évora: Cátedra UNESCO.
- Cabeça, S., Gonçalves, A., Marques, J. F., & Tavares, M. (2022). Idea laboratories: providing tools for creative tourism agents. *Journal of Tourism & Development*, (38), 181-194. <https://doi.org/10.34624/rd.v38i0.27412>
- Cavalcante, P., & Cunha, B. Q. (2017). É preciso inovar no governo, mas por quê? In P. Cavalcante, M. Camões, M., B. Cunha & W. Severo (Eds.). *Inovação no setor público: teoria, tendências e casos no Brasil* (pp. 15-32). Brasília: Enap/Ipea.
- Carvalho, R., Costa, C., & Ferreira, A. (2023). Creative tourism consumption: framing the creative habitus through a bourdieusian lens. *Sustainability*, 15(2281), 1-13. <https://doi.org/10.3390/su15032281>
- Cole, L. (2022). A framework to conceptualize innovation purpose in public sector innovation labs. *Policy Design and Practice*, 5(2), 164-182. <https://doi.org/10.1080/25741292.2021.2007619>
- Corá, J. M., & Henriques, C. (2021). O turismo criativo como base para as políticas focadas no desenvolvimento sustentável local: o caso de Brasília e do Recife – Brasil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(1), 367-379. <https://doi.org/10.34624/rd.v11i36.9217>
- Coriolano, L. N., Medina, J. C. C. y Brasileiro, M. D. S. (2012). *Turismo, cultura e desenvolvimento*. Campina Grande: EDUEPB.
- CREATOUR.PT. (2020). *Pilotos: co-investigadores CREATOUR*. Coimbra. Retrieved from <http://creatour.pt/publications/creatour-pilots-and-projects/>
- Dalonso, Y. S., Lourenço, J. M., & Remoaldo, P. C. (2016). A importância do Natal nos destinos de Gramado (Brasil) e Rovaniemi (Finlândia): um estudo a partir da percepção de stakeholders. *Revista Turismo em Análise*, 27(1), 65-84. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v27i1p65-84>
- Della Lucia, M., & Trunfo, M. (2018). The role of the private actor in cultural regeneration: hybridizing cultural heritage with creativity in the city. *Cities*, 82, 35–44. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.05.003>
- Dias, A., González-Rodríguez, M. R., & Patuleia, M. (2020). Developing poor communities through creative tourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(4), 509-529. <https://doi.org/10.1080/14766825.2020.1775623>
- Duxbury, N., Bakas, F. E., Vinagre de Castro, T., & Silva, S. (2021). Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. *Sustainability*, 13(2), 1-17. doi: <https://doi.org/10.3390/su13010002>
- Duxbury, N., & Richards, G. (2019). Towards a research agenda for creative tourism: developments, diversity, and dynamics. In N. Duxbury & G. Richards (Eds.). *A research agenda for creative tourism* (pp.1-14). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Eichelberger, S., Peters, M., Pikkemaat, B., & Chan, C. S. (2020). Entrepreneurial ecosystems in smart cities for tourism development: from stakeholder perceptions to regional tourism policy implications. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 319-329. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.011>
- Elizalde Hevia, A. (2003). Desde el “desarrollo sustentable” hacia sociedades sustentables. *POLIS. Revista Académica Universidad Bolivariana de Chile*, 1(4), 1-21. <https://journals.openedition.org/polis/7154>.
- Emmendoerfer, M. L. (2019a). Creative tourist regions as a basis for public policy. In N. Duxbury & G. Richards (Eds.). *A research agenda for creative tourism* (pp. 151-166). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Emmendoerfer, M. L. (2019b). Innovation, Brazil. En A. Farazmand (Org.) *Global encyclopedia of public administration, public policy, and governance* (pp. 1-5). Cham: Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-31816-5\\_3764-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-31816-5_3764-1)
- Emmendoerfer, M. L. (2019c). *Inovação e empreendedorismo no setor público*. Brasília: ENAP. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4236805>
- Emmendoerfer, M. L., Olavo, A. V. A., & Carvalho Junior, J. R. A. (outubro de 2019). Laboratórios de inovação e a questão de sua introdução em organizações públicas. En XLIII *Encontro Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração*, São Paulo, SP, Brasil.
- Emmendoerfer, M. L. (2020). Movimento de laboratórios para inovação como locus de solidariedade democrática e de enfrentamento à pandemia COVID-19. *NAU Social*, 11(21), 413–426.
- 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. P. Marques & M. Tavares (Eds.). *Creative tourism dynamics: connecting travellers, communities, cultures, and places* (pp. 87-102). Coimbra, PT: Editora Grácio. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4489046>
- Emmendoerfer, M. L., Soares, E. B. S., Araújo, J. F. E. F., Mendes, J. C., & Cunha, N. R. S. (2016). Destinos indutores e desenvolvimento turístico regional: um problema de intergovernabilidade? *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (PASOS)*, 14(3), 737-750. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.048>
- Emmendoerfer, M. L., Trentin, F., Zambrano-Pontón, M. B., Silva-Junior, A. C., & Zambrano-Pontón, G. (2021). Destinos turísticos e desenvolvimento: o que foi publicado pela comunidade científica no Brasil antes da pandemia COVID-19? *Navus - Revista de Gestão e Tecnologia*, 11, 1-13. <https://doi.org/10.22279/navus.2021.v11.p01-13.1596>
- Erkkilä-Hill, J. (2017). Walking on water, living adventurously: travelling laboratories for artistic thinking. En T. Jokela y G. Coutts. *Relate north: practising place, heritage, art & design for creative communities* (pp. 132-149). Rovaniemi: Lapland University Press.
- Ferreira, M., & Botero, A. (2020). Experimental governance? the emergence of public sector innovation labs in Latin America. *Policy Design and Practice*, 3(2), 1-13. <https://doi.org/10.1080/25741292.2020.1759761>
- Festival of Walks. (2020). *Prototyping lab for creative tourism*. <https://www.rajzefiber.si/eng/blog/prototyping-lab>
- Fragny, B., & Zadra-Veil, C. (2022). Collective innovation and living labs of real estate: an institutionalization of citizen participation? In P. Bance, M. J. Bouchard, & D. Greiling. *New perspectives in the co-production of public policies, public services and common goods* (pp.43-58). Liège: CIRIEC aisbl. <https://doi.org/10.25518/ciriec.css3book>
- Galhardo, C. (2019). *Laboratório de inovação no setor público: um estudo sobre o MobiLab da cidade de São Paulo* (Dissertação de mestrado). Universidade Nove de Julho, São Paulo, Brasil.
- Jaquez, M. E. T., Núñez, A. M. L., & Durán, R. M. L. (2022). El capital social como base en un destino turístico creativo. *Revista Latino-Americana de Turismología*, 8, p. 1-18.
- Khatibi, A., Curtts, A. R. F. S., Silva, A. G., Paixão, A. M., Pereira, E. S., Rocha, E. C., Santos, G. M., Silva, J. P., Silva, J. C., Oribe, L. A., Souza, L. V., Freitas, L. C. R., Folgado, L. F., Franco, M. R., Carmignano, O. R. D. R., Borges, P. A. F., Souza, P. M. T. G., Lago, R. M., Lopes, S. R., Curtts, V. J., & Silva, W. T. (2019). *Laboratório de inovação em turismo:*

- estudo de viabilidade*. Belo Horizonte: Studio Link Editoração.  
<https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/belotur/programas/e-book%20-%20Estudo%20de%20Viabilidade.pdf>
- Korstanje, M. E. (2015). Un análisis crítico del Turismo Creativo. *Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas*, (12), p.23-41.
- Lapointe, D., Guimont, D., Guillemard, A., & Benjamim, C. (2021). Pessoas, lugares, valores: laboratório vivo como processo de inovação social para as atividades turísticas. *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 11, p. 1-10.
- Leminen, S., & Westerlund, M. (2019). Living labs: from scattered initiatives to a global movement. *Creativity and Innovation Management*, 28(2), 250-264.
- Loulé. (2020). *Design Lab*. Câmara Municipal de Loulé. <https://louledesignlab.pt/sobre/>
- McGann, M., Blomkamp, E., & Lewis, J. M. (2018). The rise of public sector innovation labs: experiments in design thinking for policy. *Policy Sciences*, 51(3), 249-267. <https://doi.org/10.1007/s11077-018-9315-7>
- McGann, M., Wells, T., & Blomkamp, E. (2021) Innovation labs and co-production in public problem-solving. *Public Management Review*, 23(2), 297-316. <https://doi.org/10.1080/14719037.2019.1699946>
- Mediotte, E. J., Emmendoerfer, M. L., Santos, Y. T., & Fraga, B. O. (2021). Planejamento público e gerenciamento de crises no contexto da pandemia da Covid-19 em destinos turísticos no Brasil: Ações sustentáveis ou reações econômicas? *Dos Algarves (DAMEJ)*, 40, 1-30.
- Mediotte, E. J., Emmendoerfer, M. L., Silva Junior, A. C., & Almeida, T. C. (2023). O papel da governança e do placemaking para o desenvolvimento territorial: reflexões para as cidades (que buscam ser) criativas. *Boletim de Conjuntura (BOCA)*, 18(37), 138-152.
- Mediotte, E. J., & Richards, G. W. (2022). Covid-19 Pandemic and Creativity: Reflections and Lessons for Tourist Cities, by Greg Richards. *Brazilian Creative Industries Journal*, 2, 312-326.
- Melo-Silva, G., Emmendoerfer, M. L., & Araújo, J. F. E. F. (2017). Desenvolvimento de produtos tradicionais artesanais e destinos turísticos regionais no contexto da indústria criativa. *Caderno Virtual de Turismo*, 17(3), 131-147. <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17.n3.2017.1205>
- Miettinen, S., Erkkilä-Hill, J., Koistinen, S. M., Jokela, T., & Hiltunen, M. (2019). Stories of design, snow, and silence: creative tourism landscape in Lapland. En N. Duxbury y G. Richards (Eds.). *A research agenda for creative tourism* (pp. 69-83). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Molina, S. (2011). Turismo Creativo: El fin de la competitividad. Chile: Escritores.
- Narayanan, V. K. (2017). Idea labs: instituting an innovation discovery process capable of sustaining the business. *Strategy & Leadership*, 45(1), 27-36. <https://doi.org/10.1108/SL-12-2016-0089>
- Oliveira, M. C. B., & Pimentel, T. D. (2020). A influência da posição dos agentes na elaboração de políticas públicas de turismo em campos turísticos: uma perspectiva comparada na América Latina. *POLIS. Revista Acadêmica Universidad Bolivariana de Chile*, 57, 1-27. <http://dx.doi.org/10.32735/s0718-6568/2020-n57-1570>
- Organization for Economic Co-operation and Development [OECD] (2014). *Tourism and Creative Economy*. Paris: OECD.
- World Travel & Tourism Council. (2021). *Economic impact reports*. <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>.
- Pimentel, T. D., & Carvalho, F. C. C. (2014). Fatores condicionantes do planejamento e gestão em destinos turísticos: um quadro teórico de análise. *Turydes: Revista Turismo y Desarrollo local*. 7(16), 1-38.
- Pimentel, D. T., Emmendoerfer, M. L., & Tomazzoni, L. E. (2014). *Gestão pública do turismo no Brasil: Teorias, metodologias e aplicações*. Caixas do Sul, RS: EDUCS.
- Richards, G. (2020). Designing creative places: the role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23, 16-20.
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourists' experiences: a solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>
- Rodríguez, E., & Grandinetti, R. (2018). *Laboratorios de Gobierno para la Innovación Pública: un estudio comparado de las experiencias americanas y europeas*. RedInnolab.
- Rosenow-Gerhard, J. (2020). Lessons learned—configuring innovation labs as spaces for intrapreneurial learning. *Studies in Continuing Education*, 1-17., doi: <https://doi.org/10.1080/0158037X.2020.1797662>
- Rother, E. T. (2007). Revisão sistemática X revisão narrativa. *Acta paulista de enfermagem*, 20(2), 5-6. <https://doi.org/10.1590/S0103-21002007000200001>
- Schenkel, E. y Almeida G. F. (2015). La política turística y la intervención del Estado. El caso de Argentina. *Perfiles Latinoamericanos* (46), 197-221.
- Scótollo, D., & Panosso-Netto, A. (2015). Contribuições do turismo para o desenvolvimento local. *Revista de Cultura e Turismo (CULTUR)*, 9(1), 36-59.
- Scott, N. (2011). *Tourism Policy: a strategic review*. Woodeaton, Oxford: Goodfellow Publishers.
- Selloni, D., Staszowski, E., Bason, C., Schneider, A. y Findeiss, A. (2013). *Gov innovation labs: constellation 1.0*. New York City. <http://nyc.pubcollab.org/public-innovation-places/>.
- 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, 1-13. <https://doi.org/10.22279/navus.2021.v11.p01-13.1470>
- The Innovation in Politics Institute. (2018). *Creative Tourism Lab*. <https://innovationinpolitics.eu/showroom/project/creative-tourism-lab/>
- Tidd, J., & Bessant, J. (2015). *Gestão da inovação*. Porto Alegre: Bookman.
- Tönurist, P., Kattel, R., & Lember, V. (2015). Discovering innovation labs in the public sector. *Working Papers in Technology Governance and Economic Dynamics*, 61. <http://hum.ttu.ee/wp/paper61.pdf>
- Unceta, A., Barandiaran, X., & Restrepo, N. (2019). The role of public innovation labs in collaborative governance—the case of the Gipuzkoa Lab in the Basque Country, Spain. *Sustainability*, 11(21), 1-16. <https://doi.org/10.3390/su11216103>
- Vukovic, D. B., Petrovic, M., Maiti, M., & Vujko, A. (2021). Tourism development, entrepreneurship and women's empowerment – Focus on Serbian countryside. *Journal of Tourism Futures*, ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2020-0167>
- Welcome City Lab. (2020). *Welcome City Lab: the innovation platform dedicated to Tourism*. <https://welcomcitylab.parisandco.com/about-us/about-us>
- Williamson, B. (2015). Governing methods: policy innovation labs, design and data science in the digital governance of education. *Journal of Educational Administration and History*, 47(3), 251-271. <https://doi.org/10.1080/00220620.2015.1038693>

### Agradecimentos

Ao fomento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais – FAPEMIG (Processos PPM-00049-18), e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico do

Brasil - CNPq (Processos 309363/2019-5 e 403139/2022-8). Adicionalmente, estendemos nossa gratidão as sugestões dos editores e dos avaliadores anônimos da Revista ABET, reiterando a efetiva contribuição para o desenvolvimento das ideias e refinamento científico deste trabalho.

### Declaração do autor do CRediT.

Termo	Definição	A1*	A2	A3	A4
Conceitualização	Ideias; formulação ou evolução de objetivos e objetivos de investigação abrangentes	x	x	x	x
Metodologia	Desenvolvimento ou concepção de metodologia; criação de modelos	x	x	x	x
Software	Programação, desenvolvimento de software; concepção de programas de computador; implementação do código informático e algoritmos de suporte; teste dos componentes de código existentes	x		x	x
Validação	Verificação, quer como parte da atividade quer separadamente, da replicação/reprodutibilidade global dos resultados/experimentações e outros resultados da investigação	x	x		
Análise formal	Aplicação de técnicas estatísticas, matemáticas, computacionais, ou outras técnicas formais para analisar ou sintetizar dados de estudo	x	x	x	x
Investigação	Conduzir um processo de investigação e investigação, realizando especificamente as experiências, ou recolha de dados/evidências	x	x	x	x
Recursos	Fornecimento de materiais de estudo, reagentes, materiais, pacientes, amostras de laboratório, animais, instrumentação, recursos informáticos, ou outras ferramentas de análise	x	x	x	x
Curadoria de dados	Atividades de gestão para anotar (produzir metadados), esfregar dados e manter dados de investigação (incluindo código de software, onde é necessário para a interpretação dos próprios dados) para utilização inicial e posterior reutilização	x	x		
Escrita – Esboço original	Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado, redigindo especificamente o projeto inicial (incluindo a tradução substantiva)	x		x	x
Escrita – Revisão & Edição	Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado por aqueles do grupo de investigação original, especificamente revisão crítica, comentário ou revisão - incluindo fases pré ou pós-publicação	x	x	x	x
Visualização	Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado, especificamente visualização/ apresentação de dados	x	x	x	x
Supervisão	Supervisão e responsabilidade de liderança no planeamento e execução da atividade de investigação, incluindo mentoria externa à equipa central	x	x		
Administração do projeto	Responsabilidade pela gestão e coordenação do planeamento e execução da atividade de investigação	x			
Aquisição de financiamento	Aquisição do apoio financeiro para o projeto conducente a esta publicação	x			

Fonte: reproduzido de Elsevier (2022, s/p), com base em Brand et al. (2015). Nota: A (autor) 1\*: número indica a ordem de autoria.

Processo Editorial / Editorial Process / Proceso Editorial

Editor Chefe / Editor-in-chief / Editor Jefe: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido / Received / Recibido: 08.03.2022; Revisado / Revised / Revisado: 31.03.2022 - 11.05.2022 – 02.09.2022 – 03.12.2022;

Aprovado / Approved / Aprobado: 24.02.2023; Publicado / Published / Publicado: 10.03.2023.

Seção revisada às cegas por pares / Double-blind peer review section / Sesión revisada por pares ciegos.