

**CONHECIMENTO E DESENVOLVIMENTO DE EMPRESAS
DO SETOR DE TURISMO EM GOIÁS**

Carla Conti de Freitas
UEG/UFRJ/FAPEG
carlacontif@gmail.com

Renata L. La Rovere
UFRJ
renataieufrj@gmail.com

Introdução

A criação de conhecimento no setor de turismo é o tema central deste estudo. Os diversos conceitos de conhecimento convergem para o indivíduo, para o ser humano, e as contribuições das diversas áreas de conhecimento mostram como é complexa a relação entre o conhecimento e a realidade na qual este indivíduo se encontra e age. Assim, para considerar a criação do conhecimento como elemento de desenvolvimento de um setor, é preciso compreendê-la como elemento de desenvolvimento do próprio indivíduo cujas necessidades são definidas pelo contexto e suas ações revelam o conhecimento existente na região.

10

Para este estudo sobre o conhecimento, em especial o conhecimento tácito, considera-se importante a apresentação e a discussão dos conceitos e de processos de aprendizagem; de espaço, também denominado contexto ou lugar; de região e, ainda, de região de aprendizagem, destacando a interação, a cooperação e a comunicação que possibilitam a aprendizagem e, consequentemente, “a transferência não só de conteúdo, como também do contexto do conhecimento” (BOEKEMA *et al.*, 2000, p. 7).

A discussão sobre a criação do conhecimento considera a relação entre o conhecimento codificado e conhecimento tácito, sendo o primeiro, presente nos currículos dos Cursos Superiores de Bacharelado em Turismo e de Tecnologia em Gestão de Turismo; e, o último, criado e disseminado no setor de turismo em três das nove regiões turísticas do Estado de Goiás: Região do Ouro, Região das Águas e Região dos Negócios (ESTADO DE GOIÁS, 2007), destacando a especificidade da região e seus aspectos culturais, geográficos, sociais e econômicos, pois como afirma Freire (2006, p. 117),

a proximidade geográfica é portadora de uma proximidade social, a qual permite o compartilhamento de infraestruturas institucionais estruturais e normas sociais (organizações formais, práticas e regras, costumes informais,

rotinas) que por sua vez estimulam as relações entre os atores locais, permitindo uma recombinação coletiva do conhecimento.

A compreensão desta relação entre o conhecimento codificado e tácito é fundamental para este estudo cujo objeto é a criação de conhecimento no setor de turismo, considerando os eventos promovidos pela agência pública de turismo do Estado e as atividades das empresas do setor hoteleiro. A valorização do conhecimento tácito para a criação de conhecimento reitera a importância do indivíduo e destaca o caráter social do processo de criação de conhecimento, exigindo dos indivíduos o desenvolvimento de habilidades pessoais e interpessoais, pois “há que insistir fortemente na utilidade de um conhecimento que possa servir à reflexão, meditação, discussão, incorporação por todos, cada um no seu saber, na sua experiência, na sua vida”, como destaca Morin (2010, p. 30).

Sendo assim, o objetivo geral deste estudo é contribuir para a reflexão sobre o papel do conhecimento tácito (conhecimento da região) e codificado (capacitação) na atividade inovadora do setor de turismo. Como objetivos específicos, tem-se: investigar a criação de conhecimento no setor de turismo, considerando o conhecimento codificado nos Cursos Superiores, Bacharelado e de Tecnologia em Turismo e o conhecimento tácito dos profissionais do setor; analisar em que medida a capacitação oferecida pelos cursos superiores gera conhecimento que se traduz em capacidade inovadora nas atividades relacionadas aos eventos e aos hotéis locais; analisar se os cursos, em seus currículos, consideram as demandas locais e se contribuem para a qualificação profissional no setor de turismo em Goiás.

Para isso, apresentam-se os seguintes questionamentos: Como pode ser entendida a relação entre conhecimento codificado e conhecimento tácito no setor de turismo, em especial, nas atividades relacionadas aos eventos e aos hotéis? De que modo a qualificação profissional prepara os indivíduos para serem capazes de gerar e absorver conhecimento? Em que medida os cursos superiores em Turismo estão, de fato, visando a atender as demandas de inovação das empresas?

Considerando que há duas formas de absorção do conhecimento – uma relacionada às rotinas e ao conhecimento codificado, e outra, às pessoas e ao conhecimento tácito – serão consideradas nesta pesquisa duas hipóteses a partir dos seguintes pressupostos.

O primeiro pressuposto diz respeito ao espaço, que provê e é onde se localiza o conhecimento tácito, fundamental para o setor de turismo. Assim, a primeira hipótese diz respeito à importância do conhecimento tácito para o turismo, considerando que o conhecimento tácito da região é importante para o desenvolvimento de inovações neste setor, uma vez que a inovação ocorre a partir do conhecimento e das capacidades do trabalhador desenvolvidas a partir da experiência e da relação dele com o contexto no qual está inserido.

O segundo pressuposto é que a inovação em turismo requer não apenas o conhecimento tácito como também o codificado. Neste sentido, a segunda hipótese considera que a capacitação formal não engloba o conhecimento necessário para o desenvolvimento das atividades do setor. Essa hipótese provoca uma leitura sobre os cursos superiores, nos quais se realiza a capacitação formal dos trabalhadores, entendendo que o currículo do curso pode não contribuir para a reflexão sobre as necessidades do setor.

Para desenvolver este estudo, considera-se a trajetória do setor de turismo no Brasil e em Goiás, destacando os eventos promovidos pela agência estadual de Turismo (GOIÁS TURISMO) e as atividades das empresas hoteleiras; apresentam-se as diretrizes para a capacitação do profissional deste setor, caracterizando os cursos superiores em Turismo oferecidos em Goiás; e discutem-se os conceitos relevantes e a literatura referente ao tema no escopo da economia do conhecimento e da inovação em turismo.

A economia do conhecimento destaca-se como uma importante tendência para os estudos atuais sobre as empresas, o capital humano e as tecnologias. Na concepção neo-schumpeteriana, “o conhecimento apresenta algo a mais que a informação: conhecimento – em qualquer área – empodera quem o possui com a capacidade para a ação seja intelectual ou física” (FORAY, 2007, p. 235, tradução nossa). Cooke et al. (2007) concordam que o conhecimento deva ser compreendido como uma capacidade cognitiva e acrescenta que “o processo do conhecimento é um processo social que envolve uma interação dinâmica e a troca das formas de conhecimento implícito (tácito) e o explícito (codificado) entre os vários atores” (COOKE *et al.*, 2007, p. 46, tradução nossa).

Os estudos sobre a economia do conhecimento também consideram os aspectos relacionados ao investimento no capital social e destacam “os processos de aprendizado da economia e da sociedade como um todo [...] e como as diferentes manifestações da cultura são apropriadas e utilizadas pelas diferentes sociedades e economias visando incorporá-las às suas atividades inovativas” (CASSIOLATO *et al.*, 2010, p. 6). Esses aspectos – educação e cultura – também contribuem para a compreensão do objeto deste estudo, pois tanto o conhecimento gerado no setor de turismo quanto nos cursos superiores em Turismo em Goiás devem considerar as especificidades do local para que gerem conhecimento no setor.

Para a economia do conhecimento, os conceitos de conhecimento, competência, aprendizagem e capacitação são importantes e contribuem para a compreensão da dinamicidade do processo de criação do conhecimento. Por isso, estes conceitos são apresentados e discutidos no intuito de destacar a relevância deles e como a relação estabelecida entre eles constrói um ambiente favorável para o conhecimento na empresa e, ao mesmo tempo, contribui para a compreensão da competitividade regional.

Boekema *et al.* (2007, p. 276) conceituam região de aprendizagem “como uma teoria que explica a aprendizagem regional, isto é, o processo de criação do conhecimento entre atores na região, considerando as características daquela região, seus atores e as relações entre eles”. Para eles, os estudos sobre regiões de aprendizagem estão fundamentados em uma multiplicidade de teorias com foco no processo de aprendizagem, com base na convicção que a natureza da economia mudou de uma economia baseada no trabalho e no capital para uma economia baseada no conhecimento, onde o conhecimento é o recurso mais importante e a aprendizagem um processo fundamental. Esse processo já foi descrito por Schumpeter ao considerar que o uso de um novo conhecimento, ou fazer uso de um conhecimento já existente de forma diferente contribui para a inovação que leva ao desenvolvimento econômico.

Desta forma, a inovação é considerada importante uma vez que esta se constitui parte do movimento de criação do conhecimento na empresa e depende do conhecimento existente. Neste sentido, Florida (2007, p. 59) defende que

as regiões são pontos chave para a criação do conhecimento e aprendizagem, pois são coletoras e repositoras de conhecimento e ideias e oferece um ambiente ou infraestrutura que facilitam o fluxo de conhecimento, ideias e aprendizagem. Sendo assim, as regiões que aprendem são fonte de inovação e crescimento econômico.

No entanto, para que a região seja considerada uma região de aprendizagem, “a colaboração e a coordenação entre os atores deve funcionar como um sistema coerente e as renovações regionais devem levar a mudanças para melhorar o contexto regional” (RUTTEN; BOEKEMA, 2007, p. 136). Assim, tanto Storper quanto Florida chamam a atenção para a constituição e o papel das redes que são consideradas importantes formas organizacionais nas quais a aprendizagem acontece.

O processo de inovação, de acordo com a teoria evolucionária, pode ser entendido como um processo tanto técnico como social, não linear e de interação entre as firmas e o contexto, destacando “uma abordagem mais sociológica sobre o processo de inovação e, conseqüentemente, a aprendizagem interativa” (Lundvall, 1993, p. 61 apud ASHEIM, 2007, p. 79). Morgan (2007) reitera as proposições associadas à escola evolucionária. Para ele, a inovação é um processo interativo, entendido como um processo de aprendizagem interativa, e é constituída por uma variedade de rotinas institucionais e convenções sociais, destacando o conceito de capital social. A inovação é também entendida assim por Lundvall ao enfatizar que aprendizagem é predominantemente um processo interativo e socialmente ‘*embedded*’ que não pode ser entendido sem levar em consideração o seu contexto institucional e cultural (LUNDVALL, 1992, p. 1 apud ASHEIM, 2007, 79).

Quanto ao setor de turismo, Tribe (1997, *apud* LOHMANN e PANOSSO NETO, 2008, p. 21) destaca que

o conhecimento em turismo não é produzido apenas na universidade; isso significa que, nas agências de viagens, nas companhias aéreas, nos meios de hospedagem e em todas as empresas de turismo de um modo geral, é produzido conhecimento em turismo.

O autor considera que o setor de turismo pode ser estudado a partir de dois aspectos: o primeiro trata do conhecimento produzido no contexto acadêmico materializado em uma instituição de ensino superior; e o segundo,

corresponde a uma nova forma de conhecimento que se dá nas empresas, no governo, nos grupos de interesse, nas consultorias e nos institutos de pesquisa. É um conhecimento produzido nas empresas turísticas e direcionado para as empresas. (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2008, p. 22).

Metodologia

Para este estudo, o método de pesquisa considerado apropriado é o estudo de casos múltiplos (YIN, 2001). Quanto ao tipo de pesquisa, realiza-se uma pesquisa do tipo qualitativa capaz de incorporar a questão do significado e da intencionalidade, pois a “pesquisa qualitativa abrange um entendimento específico da relação entre o tema e o método” (FLICK, 2009, p. 95). Como instrumentos de pesquisa, utilizam-se entrevistas e análise de documentos como as matrizes curriculares e as leis, considerando que “ao decidir pela utilização de documentos em um estudo, deve-se sempre vê-los como meios de comunicação” (FLICK, 2009, p. 230).

Desta forma, considera-se a realização de análise de conteúdo, na qual os pesquisadores se valem de índices ou indicadores a fim de proceder a uma análise inferencial e procuram estabelecer uma correspondência entre as estruturas semânticas, linguísticas, psicológicas ou sociológicas dos enunciados (FREITAS; SANTOS, 2006). Neste estudo, optou-se por uma amostra por julgamento e não probabilística, com o intuito de limitar e definir o campo da escolha. Neste sentido, constitui-se amostra, nesta pesquisa, as instituições de ensino superior que oferecem o Curso Superior Tecnológico em Gestão em Turismo ou Curso de Bacharelado em Turismo no Estado de Goiás, os eventos e os hotéis das regiões turísticas do Estado de Goiás, definidas para esta pesquisa. Quanto aos eventos, consideram-se os festivais promovidos pelo Estado e, quanto aos hotéis, os classificados como hotéis ou pousadas de categoria de três ou mais estrelas e cadastrados no Ministério de Turismo.

Resultados e Discussões

A trajetória do setor de turismo no Brasil e em Goiás aponta para a importância do setor no contexto atual, mas revela as necessidades e as fragilidades que têm dificultado o desenvolvimento das atividades deste setor como a qualificação profissional e a informalidade.

Dentre as atividades do setor de turismo, este estudo destaca duas, uma do setor público e outra do setor privado nas regiões turísticas do Estado. Do setor público, são considerados os festivais promovidos pela Secretaria de Estado de Turismo, os festivais gastronômicos, e pela Secretaria de Estado de Cultura, os festivais de cinema. Do setor privado, são consideradas as atividades das empresas hoteleiras. As regiões estudadas incluem cinco municípios: Goiânia, Caldas Novas, Rio Quente, Pirenópolis e Goiás.

Quanto às diretrizes para a capacitação do profissional deste setor, são caracterizados e analisados os cursos superiores em Turismo oferecidos em Goiás. As instituições são públicas e privadas como Universidade Estadual de Goiás, Instituto Federal de Educação, Senac, entre outras.

As informações/dados para este estudo advêm das entrevistas com os atores nas instituições de ensino superior (coordenadores de curso e diretores das instituições), nas empresas (gerentes e/ou proprietários de hotéis e profissionais autônomos que atuam nos hotéis) e nos órgãos públicos (secretários de estado de turismo e cultura e/ou assessores e diretores, representantes dos Conselhos Municipais de Turismo) e dos documentos destes três grupos de atores. Os resultados advindos da análise das entrevistas e dos documentos poderão contribuir para o desenho do setor no Estado a partir do qual novas ações poderão ser sugeridas com o intuito tornar o turismo uma atividade inovadora, destacando o conhecimento da região.

15

Considerações finais

O estudo sobre a criação de conhecimento no setor de turismo em Estado de Goiás destaca a importância das atividades consideradas intensivas em conhecimento tácito e valoriza o conhecimento da região. Além disso, este estudo aponta para o fato de o turismo se tornar importante para o desenvolvimento sustentável do Estado. Embora esta atividade não seja considerada tão importante no desenvolvimento econômico do Estado, ela é considerada importante para os municípios estudados. Desta forma, os resultados podem contribuir para qualificar as políticas de promoção do setor.

Agradecimentos

À Fundação de Amparo a Pesquisa no Estado de Goiás – FAPEG.

Referências

- ASHEIM, Bjorn T. Industrial district as ‘learning regions’: a condition for prosperity. In: RUTTEN, Roel; BOEKEMA, Frans. **The learning region: foundations, state of the art, future**. Edward Elgar Publishing: Cheltenham, UK, 2007, p. 71-99.
- BOEKEMA, Frans; MORGAN, Kevin; BAKKERS, Silvia; RUTTEN, Roel. **Knowledge, innovation and economic growth: the theory and practice of learning region**. Edward Elgar Publishing: USA, 2000.
- CASSIOLATO, José Eduardo; GADELHA, Carlos Augusto Grabois. [et al] **Perspectivas do investimento na economia do conhecimento**. Rio de Janeiro: Synergia: UFRJ, IE; Campinas: UNICAMP, IE, 2010. (Projeto PIB – Perspectiva de investimento no Brasil; v. 3)
- COOKE, Philip; LAURENTIS, Carla; TODTLING, Franz; TRIPPL, Michaela. **Regional Knowledge economies: markets, clusters and innovation**. Edward Elgar Publishing: USA, 2007
- ESTADO DE GOIÁS. Agencia Estadual de Turismo (Goiás Turismo). **Plano Estadual de Turismo 2007-2010** – Goiás a caminho da inclusão. Goiânia: Goiás Turismo, 2007. Disponível em: www.goiasturismo.go.gov.br. Acesso em: 14/07/2010.
- FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3ª. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FLORIDA, Richard. Toward the learning region. In: RUTTEN, Roel; BOEKEMA, Frans. **The learning region: foundations, state of the art, future**. Edward Elgar Publishing: Cheltenham, UK, 2007, p. 58-70.
- FREITAS, Carla Conti; SANTOS, Luciana Paula Rosa. Relatório Monográfico de Autoavaliação da Unidade Universitária Inhumas. Programa de Pós-Graduação em Avaliação Institucional. Goiânia: Universidade Estadual de Goiás, 2006.
- FREIRE, Carlos Torres. KIBS no Brasil: um estudo sobre serviços empresariais intensivos em conhecimento na região metropolitana de São Paulo. Dissertação de Mestrado, USP, 2006.
- HANUSCH, Hurst; PYKA, Andreas. **Elgar Companion to neo-schumpeterian economics**. Edward Elgar Publishing: USA, 2007.
- LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETO, Alexandre. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph, 2008.
- MORGAN, Kevin. The learning region: institutions innovation and regional renewal. In: RUTTEN, Roel; BOEKEMA, Frans. **The learning region: foundations, state of the art, future**. Edward Elgar Publishing: Cheltenham, UK, 2007, p. 101-125.
- MORIN, Edgar. **Ciência com consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.
- RUTTEN, Roel; BOEKEMA, Frans. **The learning region: foundations, state of the art, future**. Edward Elgar Publishing: Cheltenham, UK, 2007.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Trad. Daniel Grassi. 2a ed. Porto Alegre: Bookman, 2001

Abstract

This paper aims to discuss the knowledge creating in the tourism sector in Goiás and it considers human development and education as central. For this reason, we analyze how higher education contributes to the knowledge creating process and innovation in the local firms and we also examine if higher education is really aware of the local demands. The theoretical framework is based on knowledge economy and innovation. As a conclusion, we highlight knowledge creation and innovation in the firms as important tasks to the local sustainable development.