

Área: Sustentabilidade | Tema: Educação e Sustentabilidade

Turismo Criativo: um estudo bibliométrico dos artigos publicados nas base de dados Scopus e Web of Science no período de 2007-2017

Creative Tourism: A bibliometric study of articles published in the Scopus and Web of Science databases from 2007-2017

Maria Carolina Martins Rodrigues, Luciana Aparecida Barbieri Da Rosa, Caroline Rossetto Camargo,

Gabriela Rossato e Larissa Cristina Barbieri

RESUMO

Este artigo analisa as características das publicações relacionadas ao tema Turismo Criativo. Assim, o objetivo do artigo é analisar as características das publicações relacionadas com o tema Turismo Criativo, entre 2007-2017. A metodologia utilizada foi uma pesquisa bibliométrica, descritiva, realizada nas bases de dados Scopus e Web of Science. Procurou-se identificar as principais áreas temáticas, autores, tipos de documentos, título das fontes, ano das publicações, instituições, idiomas e países destas publicações, comparando os resultados nas duas bases de dados. Os resultados da pesquisa mostram que o ano com maior número de publicações foi 2016. Os journals Annals of Tourism Research, Tourism Management, Current Issues in Tourism apresentaram o maior número de publicações nas duas bases de dados. Constatou-se ainda que, Mitchell, C.J.A., um dos dois autores que mais publicam sobre o tema consta da listagem dos 20 autores com o maior número de citações, sendo uma referência na temática pesquisada.

Palavras-Chave: turismo, turismo criativo, bibliometria

ABSTRACT

This article analyses the characteristics of publications related to the theme Creative Tourism. Thus, the objective of the article is to analyse the characteristics of the publications related to the theme Creative Tourism, between 2007 and 2017. The methodology used was a bibliometric, descriptive research carried out in databases the Scopus and Web of Science. The main themes, authors, types of documents, title of the sources, year of publications, institutions, languages and countries of these publications, comparing the results in the two databases. The results show that the year with the highest number of publications was 2016. The journals Annals of Tourism Research, Tourism Management, Current Issues in Tourism presented the largest number of publications in the two databases. It was also found that, Mitchell, C.J.A., one of the two authors that publish the themes most is the list of the 20 authors with the highest number of citations, being a reference in the researched.

Keywords: tourism, creative tourism, bibliometrics

Turismo Criativo: um estudo bibliométrico dos artigos publicados nas base de dados Scopus e Web of Science no período de 2007-2017.

RESUMO

Este artigo analisa as características das publicações relacionadas ao tema Turismo Criativo. Assim, o objetivo do artigo é analisar as características das publicações relacionadas com o tema Turismo Criativo, entre 2007-2017. A metodologia utilizada foi uma pesquisa bibliométrica, descritiva, realizada nas bases de dados *Scopus* e *Web of Science*. Procurou-se identificar as principais áreas temáticas, autores, tipos de documentos, título das fontes, ano das publicações, instituições, idiomas e países destas publicações, comparando os resultados nas duas bases de dados. Os resultados da pesquisa mostram que o ano com maior número de publicações foi 2016. Os journals *Annals of Tourism Research*, *Tourism Management*, *Current Issues in Tourism* apresentaram o maior número de publicações nas duas bases de dados. Constatou-se ainda que, Mitchell, C.J.A., um dos dois autores que mais publicam sobre o tema consta da listagem dos 20 autores com o maior número de citações, sendo uma referência na temática pesquisada.

Palavras chaves: turismo, turismo criativo, bibliometria

Abstract

This article analyses the characteristics of publications related to the theme Creative Tourism. Thus, the objective of the article is to analyse the characteristics of the publications related to the theme Creative Tourism, between 2007 and 2017. The methodology used was a bibliometric, descriptive research carried out in databases the *Scopus* and *Web of Science*. The main themes, authors, types of documents, title of the sources, year of publications, institutions, languages and countries of these publications, comparing the results in the two databases. The results show that the year with the highest number of publications was 2016. The journals *Annals of Tourism Research*, *Tourism Management*, *Current Issues in Tourism* presented the largest number of publications in the two databases. It was also found that, Mitchell, C.J.A., one of the two authors that publish the themes most is the list of the 20 authors with the highest number of citations, being a reference in the researched.

Key words: tourism, creative tourism, bibliometrics

1. INTRODUÇÃO

Em uma sociedade em constante mudança, a necessidade de organizações e pessoas se moldarem cresce diariamente. Este fato acontece com o turismo com o surgimento perfis de turistas e princípios específicos dos lugares de destinos. Nesta perspectiva Dias e Cassar (2005), salientam que houve um crescimento do turismo após a década de 50. Contudo, a contar do decênio de 1990, que intensificaram os estudos sobre o tema.

Dentro deste contexto, o turismo vem sendo apontado como um dos fatores essenciais para o desenvolvimento das regiões nos mais distintos lugares do planeta. Essa modalidade econômica tem como intuito proporcionar a conservação dos recursos naturais e o crescimento social grupal, incluindo algumas particularidades da localidade tais como: história, a geologia

e a fauna e a flora. Com isso, surge um novo perfil de turista, atraído por fatores específicos dos locais de destinos.

Nesse sentido, Mazón (2001, p. 114) reitera que: “o turismo se tornou, em nossos tempos, como um dos fenômenos sociais de maior capacidade transformadora nas populações e culturas, com a peculiaridade de que uma das principais características, enquanto as mudanças que esta atividade produz é a rapidez com que ocorrem”.

Neste ponto de vista, Pérez (2008) complementa que turismo pode ser definido e abordado sob diferentes perspectivas sendo considerado uma área multidisciplinar, multidimensional e mutável. Além disso, pode ser considerada uma indústria de serviços que propende o lucro e a fidelização dos clientes.

Devido a importância do turismo para o desenvolvimento local ou regional Fernández (2010), descreve que para buscar novas frações de mercado, os gestores devem ter criatividade, planejamento e investimento em marketing para manterem competitivos.

Em virtude disso, com a necessidade em produzir novos produtos e serviços surgiu o turismo criativo que de acordo com Zhang (2013), tornou-se um dos objetivos da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura [UNESCO] e da Organização Mundial do Turismo (OMT).

O turismo criativo promove a interação do visitante com as tradições da comunidade local, tornando o destino um local único, baseado na cultura e na revitalização dos centros urbanos, bem como na construção de novos espaços, contribuindo para o desenvolvimento social (GONÇALVES, 2008).

2. APORTE TEÓRICO

2.1 AS INTERFACES DO TURISMO

De acordo com Costa (2005) foi a partir do século XIII que os primeiros sinais de turismo surgem. Nessa época os reis decretaram que o povo que tivesse condições, hospedasse e alimentasse, de forma gratuita, o rei e toda sua corte, os grandes senhores, o exército, os presos e demais viajantes que se deslocassem pelo país. Esta situação sofre uma mudança, nos séculos XIV e XV, com o surgimento de hospedarias e com a concessão de direitos aos estalajadeiros que os protegem e permite que obtenham benefícios com essa atividade.

Seguindo essa linha histórica, no século XX ocorre um rápido crescimento do setor de turismo, criam-se as então: a Sociedade de Propaganda de Portugal e Repartição do Turismo e demais comissões. Desde então o turismo de massa à nível internacional cresce de forma rápida, bem como o turismo nacional em certos destinos mundiais (COSTA, 2005).

Em 1925 foi criada a Organização Mundial do Turismo (OMT), antiga União Internacional de Organizações Oficiais de Viagens (IUOTO), a OMT é uma organização internacional não governamental. Em 2003 tornou-se parte das Nações Unidas, sua missão consiste em promover o turismo. Nesse sentido, as ações da OMT são direcionadas para a geração de conhecimento sobre o mercado de turismo, políticas, instrumentos de apoio, promoção da atividade, incentivo à educação, formação e assistência técnica. A organização também tem como objetivo disseminar o Código de Ética Mundial para o Turismo e assim maximizar a contribuição socioeconômica do turismo e minimizar os impactos negativos. Atualmente a OMT possui sede em Madrid, na Espanha e é composta por 158 países e mais de

500 membros afiliados que representam o setor privado, instituições educacionais e autoridades locais de turismo (UNWTO, 2017).

Para Filipe (2009) o turismo caracteriza-se pela multifuncionalidade construída lentamente pelos impulsos do consumidor sendo-lhe atribuído várias funções, sendo que a recreativa, primeira a surgir, contribuiu para o desenvolvimento da atividade de lazer em zonas geográficas específicas e conseqüentemente aumentou o desequilíbrio no desenvolvimento regional.

Para Mota (2007) turismo é um fenômeno socioeconômico que consiste no deslocamento temporário e voluntário de um ou mais indivíduos que saem do seu local de residência habitual para outro, motivando múltiplas inter-relações de importância cultural, socioeconômica e ecológica entre os núcleos emissores e receptores. O turismo é uma atividade complexa que se originou pela necessidade de deslocamento das populações dentro do espaço físico mundial por diversos motivos. Atualmente o turismo é acessível a várias camadas da população através de pacotes, financiamentos e empresas que operam a baixo custo.

Atualmente, o turismo combina aspectos cada vez mais baseados em conhecimentos, descoberta, sabores, participação dos turistas, envolvimento, fomentando a inteligência, a sensibilidade com valores, revisitação do passado e a momentaneidade dos momentos de conforto (ALMEIDA, 2003). O turismo hoje busca qualificação e valorização qualitativa dos recursos humanos, aumentando a qualidade da oferta turística através da diferenciação de produtos e autenticidade (COSTA, 2005).

De acordo com Pérez (2008) turismo pode ser definido como um fenômeno sociocultural, podendo ser abordado sob diferentes perspectivas. O turismo é considerado uma área multidisciplinar, multidimensional e mutável. Além de ser uma indústria de serviços que visa o lucro e a fidelização do cliente. Para Silva et al. (2015) o turismo é uma atividade que gera inter-relações no aspecto social, econômico, ambiental, cultural, entre outros. Entre diversas abordagens, principalmente econômica e de inovação, surge o turismo criativo, proporcionando o investimento em áreas potenciais.

2.2 TURISMO CRIATIVO E SEUS DISTINTOS CONCEITOS

O turismo criativo é visto como um desenvolvimento do turismo cultural, envolvendo aprender uma habilidade ou atividade cultural da comunidade visitada. Envolver experiências participativas de um determinado destino, vai muito além da forma usual de turismo, no qual um indivíduo vai até um lugar para ser espectador, um consumidor (Jelinčić e Žuvela, 2012).

De acordo com Hümmel (2016) ao mesmo tempo que surgia a proposta da Economia Criativa em 2000, o turismo criativo surgia no meio acadêmico europeu para responder aos anseios e mudanças que estavam ocorrendo no século XXI. Os turistas começaram a buscar experiências que promovessem uma mudança pessoal e não somente uma viagem que contemplasse a natureza. A mudança para a criatividade pode ser vista como parte de uma evolução nas experiências do turista, primeiramente o turismo de massa conferia certo status, era uma extensão de ter posses monetárias, depois passou a fazer parte do cotidiano das pessoas e então, enfatiza-se o que se fez nas férias, buscando o ser em detrimento do ter.

Ainda de acordo com Jelinčić e Žuvela (2012), uma pesquisa realizada na Croácia mostra que 61% dos turistas culturais croatas têm interesse em participar de atividades criativas, tais como: oficina de gastronomia, colheita de frutas, ervas e azeitonas, arqueologia e ainda danças, canções, artesanato e oficinas de arte. Apesar do crescente interesse do público no turismo criativo, essa área ainda recebe poucos incentivos e recursos na Croácia.

Em consonância Filipe (2009) afirma que os turistas procuram uma atividade na qual possa aprender e compreender o local visitado, já não se satisfazem com atividade puramente recreativa. Através da valorização dos recursos culturais e patrimoniais surge um contexto de inserção e coesão social, sendo um criador de novos laços sociais, entre turistas e habitantes dos territórios visitados.

Para Jelinčić e Žuvela (2012) o turismo criativo engloba tudo sobre a experiência participativa de um destino, indo além da vivência comum de ser um espectador, um visitante ou consumidor. A UNESCO (2006) define o turismo criativo como: “uma viagem dirigida a uma experiência autêntica, com participação no aprendizado sobre artes, sobre o patrimônio e sobre o lugar em si, proporcionando uma conexão com aqueles que residem neste lugar e criam essa cultura viva”.

O turismo criativo promove a interação do visitante com as tradições da comunidade local, tornando o destino um local único, baseado na cultura e na revitalização dos centros urbanos, bem como na construção de novos espaços, contribuindo para o desenvolvimento social (GONÇALVES, 2008).

Para Silva et al. (2015) o turismo criativo é o resultado de uma combinação de fatores novos e tradicionais, formas artísticas e conteúdo, afim de complementar a experiência cultural. Essa busca por alternativas é o resultado do desejo de inovar e atender o desejo de novos turistas. A reinvenção da economia e o desejo de atender uma necessidade de atividade mais participativa faz com que o turismo criativo surja e ganhe espaço.

Krippendorf (2009) constatou a partir de estudos com foco no turismo praticado na Europa, que era possível um turismo de “aprendizado e experiências” em detrimento de um turismo de massa. O autor observa que ao compreender o fenômeno turístico, é possível enxergar as mudanças sociais, econômicas e culturais que ocorrem no mundo.

Mazón (2001, p. 114) afirma que: “o turismo se tornou, em nossos tempos, como um dos fenômenos sociais de maior capacidade transformadora nas populações e culturas, com a peculiaridade de que uma das principais características, enquanto as mudanças que esta atividade produz é a rapidez com que ocorrem”.

O turista hoje busca vivências prazerosas e opostas ao seu cotidiano, possibilitando que os sentidos se abram para o novo e diferente. As vivências ou experiências são mais profundas que as lembranças porque carregam o conhecimento e a história de um momento vivenciado (URRY, 1996). Pode-se afirmar que o turismo criativo se diferencia do turismo convencional pelo seu caráter pedagógico, pois busca a interação entre a comunidade e os turistas, através de ações educativas e participativas. Dessa interação é esperado a facilidade no processo de troca entre o interior e o exterior (HÜMMEL, 2016).

A seguir será apresentado os procedimentos metodológicos do estudo.

3. METODOLOGIA

Estudo bibliométrico do tipo quantitativo descritivo, no qual se utilizou como material de estudo os artigos publicados entre os anos 2010 e 2017 sobre o tema Turismo Criativo (Creative Tourism).

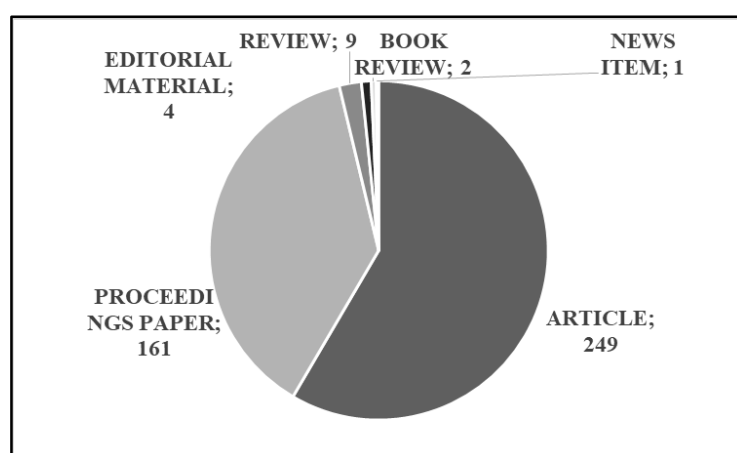
Os dados foram recolhidos diretamente da base de dados Web of Science (WOS) do *Institute for Scientific Information* (ISI), uma das maiores bases multidisciplinares que englobam dados, resumos e citações da literatura científica. No campo de pesquisa inseriu-se as palavras *Creative Tourism*, assim, identificaram-se os principais autores que escreveram sobre o tema, dentre outras características, e investigaram-se artigos, publicados no período em

apreço, com o propósito de apresentar o contexto em que o tema é referenciado. Esta informação foi organizada em tabelas de Excel para sua análise.

3.1. Definição do escopo do estudo

A pesquisa das publicações para realizar a bibliometria efetuou-se a partir dos mecanismos de pesquisa da base de dados da WOS. Esta base de dados detém sensivelmente 13.000 jornais indexados, sendo, apenas, os mais citados nas suas respetivas áreas, como por exemplo: *Journal of Sustainable Tourism*, *Tourism Management*, *Sustainability*, *Journal of Cleaner Production*, *Tourism in South East Europe*. Na WOS existe um índice de citações, onde é referido para cada artigo, os documentos por ele citados e os documentos que o citaram (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Tipo de documentos



Fonte: Elaboração própria

Para Silva (2004) e Leite Filho (2008) a bibliometria tem como propósito avaliar a atividade científica ou técnica de uma determinada área do conhecimento através do estudo quantitativo de publicações. Os dados estatísticos produzidos através dos estudos bibliométricos medem a contribuição do conhecimento científico com origem nas publicações em determinadas áreas.

Okubo (1997) e Araújo (2006) definem bibliometria como uma técnica quantitativa e estatística que mede os índices de produção e disseminação do conhecimento, acompanhar o desenvolvimento de distintas áreas científicas, publicação e uso dos resultados de investigação em determinado período.

Foram pesquisados os termos *Creative Tourism* na *Web of Science* no período compreendido entre os anos de 2010 e 2017, resultando um total de 60, sendo trinta artigos e vinte e oito proceedings.

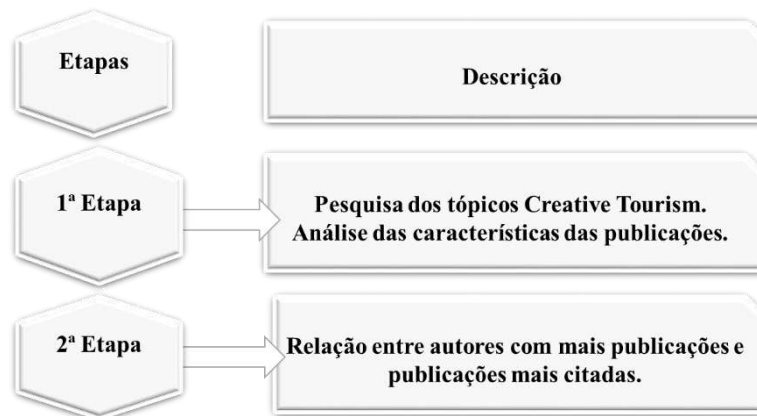
No presente estudo procurou-se identificar as variáveis seguintes: principais autores, título das fontes, principais instituições, ano das publicações, principais países e idiomas, áreas do conhecimento e a relação entre autores com mais publicações e as mais citadas

3.2. Etapas da recolha dos dados.

Este estudo dividiu-se em duas etapas; colocou-se os termos *Creative Tourism*, no campo de pesquisa da base WOS, delimitando-se o período entre 2010 a 2017. De seguida procedeu-se ao levantamento das características gerais das publicações.

Na segunda etapa, as publicações mais citadas foram comparadas com os autores que mais publicaram no mesmo período. A Figura 1 evidencia as etapas da pesquisa.

Figura 1 - Etapas da pesquisa



Fonte: Elaboração própria

Portanto, segundo as etapas descritas na Figura 1 foi realizada a análise bibliométrica do referido estudo, a seguir apresentada.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A seguir apresentam-se os resultados do estudo onde se identificam as principais características da produção científica na base de dados WoS relacionados com as palavras-chave Creative Tourism nos anos de 2010 a 2017, e obteve-se o total de 60 artigos.

4.1 Características gerais das publicações sobre *Creative Tourism*: na Web Of Science.

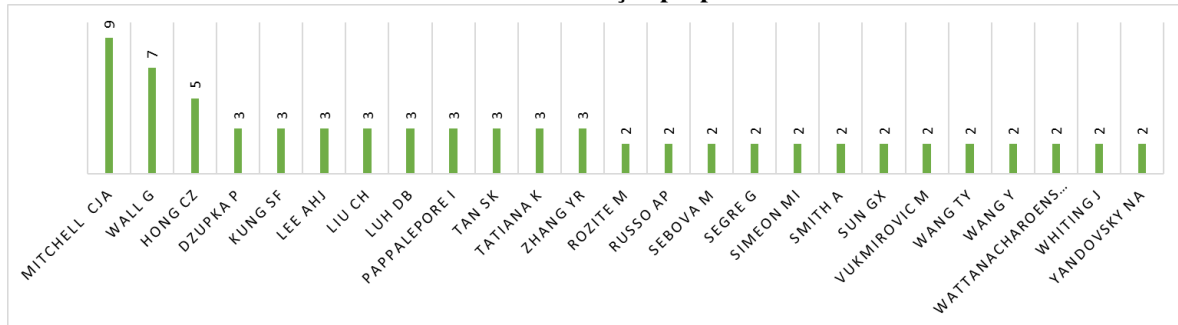
Apresentam-se a seguir, as características gerais das publicações relacionadas com os temas Creative Tourism: 1. Principais autores, 2. Título das fontes, 3. Principais instituições, 4. Ano das publicações, 5. Principais países, 6. Idiomas, 7. Áreas de pesquisa e 8. Categorias da Web of Science. Depois, serão apresentados o número de publicações por autor e o número de citações.

4.1.1 Principais autores

O Gráfico 2 apresenta os principais autores que publicaram artigos com os temas Creative Tourism no período analisado.

Gráfico 2 - Principais Autores

Fonte: Elaboração própria

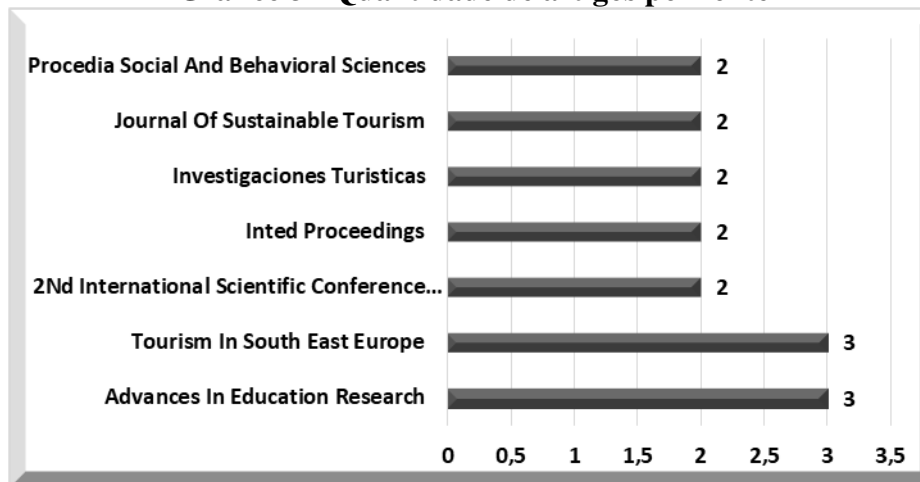


Verificou-se haver, apenas, dois autores com 2 (dois) artigos publicados cada, no período em análise. Desta forma, verifica-se ainda, a inexistência de um investigador que se destaque quando se analisa os temas de Creative Tourism.

4.1.2 Título das fontes

O Gráfico 3 mostra as principais fontes de publicações e número de artigos publicados relacionadas com o tema Creative Tourism.

Gráfico 3 - Quantidade de artigos por fonte



Fonte: Elaboração própria

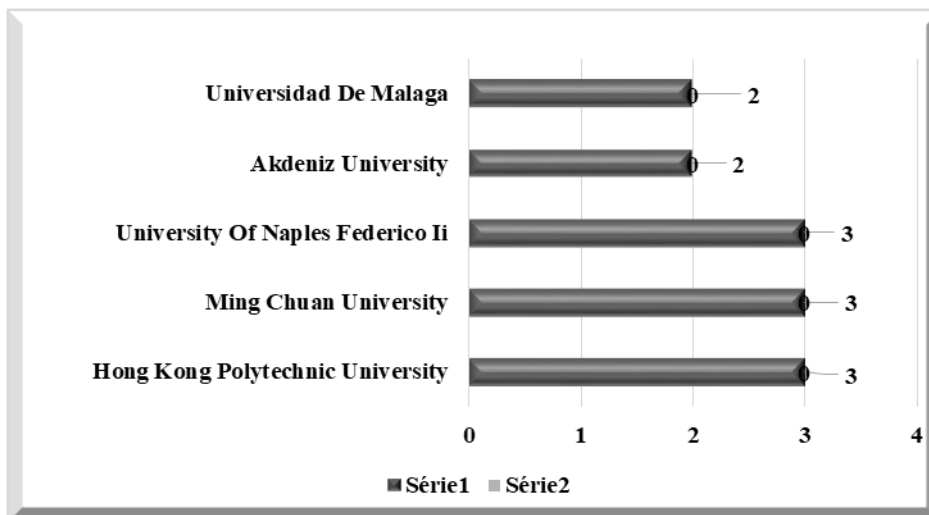
Os jornais que mais artigos publicaram envolvendo o tema foram: Advances In Education Research (3), Tourism In South East Europe (3), 2Nd International Scientific Conference Tourism In Southern And Eastern Europe 2013 Crisis A Challenge Of Sustainable Tourism Development (2), Inted Proceedings (2), Investigaciones Turisticas (2), Journal Of Sustainable Tourism (2), Procedia Social And Behavioral Sciences (2).

Parece que se encontram algumas publicações nos jornais da área que ainda não são uma referência para os artigos destes temas, e também existem na mesma quantidade publicações de artigos em revistas multidisciplinares.

4.1.3 Principais Instituições

As cinco instituições que mais se destacaram e publicaram trabalhos relacionados com o tema Creative Tourism estão apresentadas no Gráfico 4.

Gráfico 4 - Principais Instituições



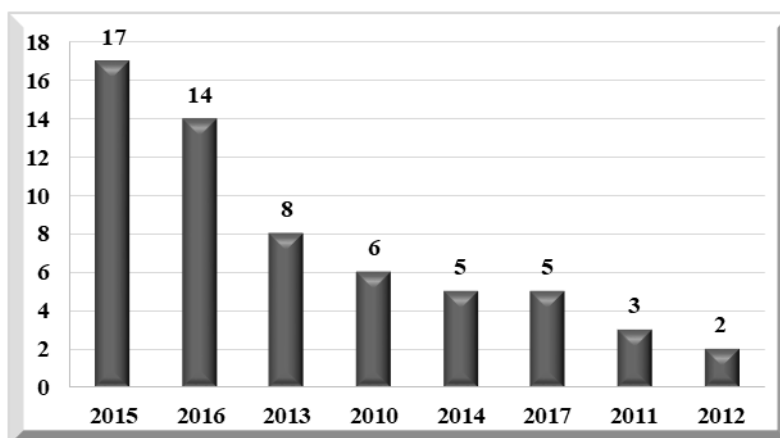
Fonte: Elaboração própria

Assim, verifica-se que, as instituições que mais publicaram foram: Hong Kong Polytechnic University sediado em Hong Kong, Ming Chuan University localizado em Taiwan, University of Naples Federico II em Itália, Akdeniz University na Turquia, Universidad De Malaga localizada em Espanha.

4.1.4 Anos de Publicação

O Gráfico 5 apresenta o número de artigos da Web of Science relacionados com o tema *Creative Tourism*, publicados entre os anos de 2010 e 2017.

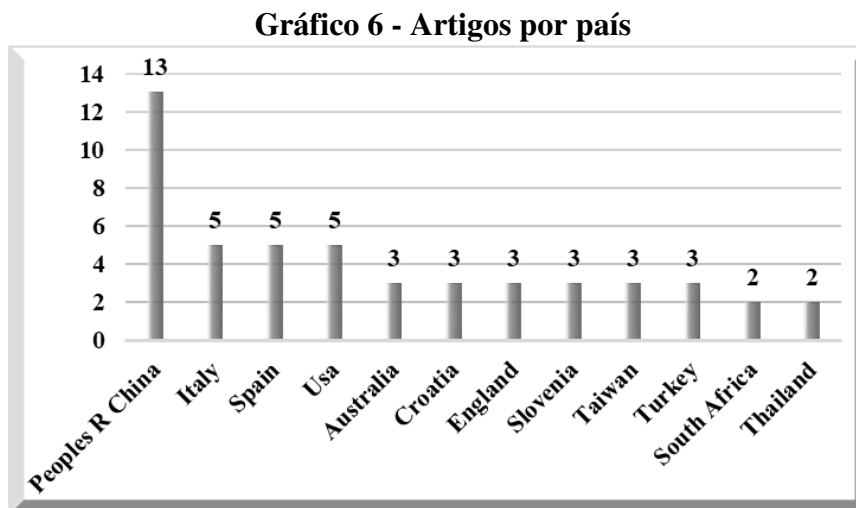
Gráfico 5 – Anos de publicação



Fonte: Elaboração própria

4.1.5 Principais países.

A quantidade de artigos distribuídos pelos principais países é apresentada no Gráfico 6.

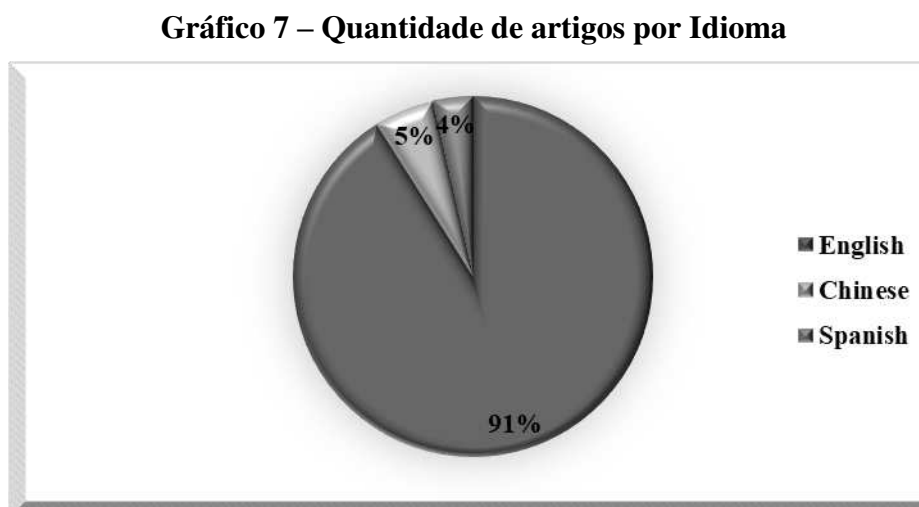


Fonte: Elaboração própria

Verificou-se que os países que mais artigos publicaram foram: República Popular da China (13), Itália (5), Espanha (5), USA (5). Realça-se que, em vigésimo segundo lugar temos Portugal com dois artigos publicados na Web of Science sobre o tema *Creative Tourism*, o que revela que esta temática ainda está pouco trabalhada.

4.1.6 Principais idiomas.

No que se refere aos idiomas dos trabalhos publicados na área de estudo estão publicados em inglês (51), conforme se demonstra no Gráfico 7, correspondendo a 91% dos trabalhos.

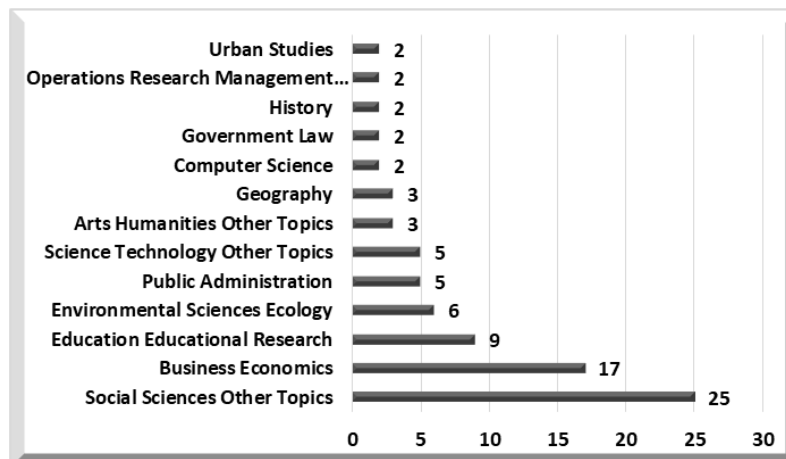


Fonte: Elaboração própria

4.1.7 Áreas de pesquisa

As áreas de pesquisa com maior número de publicações foram as Social Sciences other topics (25), Business Economics (17), Education Educational Research (9), Environmental Sciences Ecology (6), Public Administration (5) e Science Technology other topics (5), conforme Gráfico 8.

Gráfico 8 – Áreas de pesquisa

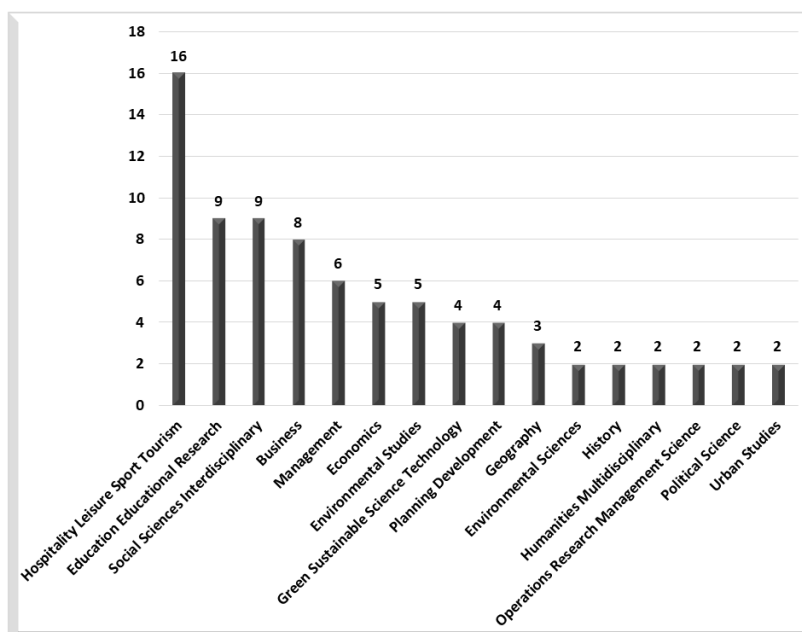


Fonte: Elaboração própria

4.1.8 Categorias Web of Science

O Gráfico 9 mostra as Categorias Web of Science com maior número de publicações: Hospitality Leisure Sport Tourism (16), Education Educational Research (9), Social Sciences Interdisciplinary (9), Business (8), Management (6), Economics (5), Environmental Studies (5), Planning Development (4), Geography (4), Environmental Sciences (3), Humanities Multidisciplinary (2), History (2), Operations Research Management Science (2), Political Science (2) e Urban Studies (2).

Gráfico 9 – Categorias Web of Science



Fonte: Elaboração própria

4.2 Artigos mais citados no período de 2010 A 2017.

Identificaram-se 78 citações, dos 6 (seis) artigos mais citados sobre *Creative Tourism*, no período de 2010 a 2017, na pesquisa realizada na Web of Science, apresentados no Quadro 1.

Quadro 1 – Relação das publicações mais citadas no período (2010 a 2017)

Nº CITAÇÕES	TÍTULO	AUTOR	JORNAL	ANO
13	Knowledge management, social media and employee creativity	Sigala, Marianna; Chalkiti, Kalotina	International Journal of Hospitality Management	2015
11	The Role of Rangelands in Diversified Farming Systems: Innovations, Obstacles, and Opportunities in the USA	Sayre, Nathan F.; Carlisle, Liz; Huntsinger, Lynn; Fisher, Gareth; Shattuck, Annie	Ecology and Society	2012
9	Co-creation and higher order customer engagement in hospitality and tourism services A critical review	Chathoth, Prakash K.; Ungson, Gerardo R.; Harrington, Robert J.; Chan, Eric S. W	International Journal of Contemporary Hospitality Management	2016
8	Maiensass - Swiss Alpine summer farms - an element of cultural heritage between conservation and further development: a qualitative case study	Kianicka, Susanne; Knab, Linda; Buchecker, Matthias	International Journal of Heritage Studies	2010
6	The significance of networking and company size in the level of creativeness of tourism companies: antalya case	Erkus-Ozturk, Hilal	European Planning Studies	2010
6	A visitor-focused assessment of new product launch: the case of quilt gardens tourism in northern indiana's amish country	Lee, Geunhee; Tussyadiah, Iis P.; Zach, Florian	Journal of Travel & Tourism Marketing	2010

Fonte: Elaboração própria

Comparando o quadro 1 com o Gráfico 2, foi possível constatar que Hilal Erkus-Ozturk um dos autores que mais publicaram sobre o tema, no período entre 2010 e 2017, foi o quinto mais citado na WoS naquele período, com 6 citações.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo verificar quais as características da produção científica nacional e internacional que relacionam os temas Turismo Criativo. Para atingir o objetivo do presente estudo efetuou-se uma pesquisa bibliométrica na base de dados Web of Science, tendo-se obtido 60 artigos para análise. A Turismo Criativo possui ainda uma pequena quantidade de publicações no período analisado, porém foram identificadas áreas em que a mesma não vem sendo abordada com o mesmo afinco que as restantes.

A análise das publicações sobre *Creative Tourism* na base de dados Web of Science evidenciou 60 publicações relacionadas a estes temas, contemplam principalmente as categorias da WoS: *Hospitality Leisure Sport Tourism, Education Educational Research, Social Sciences Interdisciplinary, Business, Management*, e, áreas temáticas: *Social Sciences Other Topics, Business Economics, Education Educational Research, Environmental Sciences Ecology, Public Administration* entre outras.

Constatou-se que as publicações encontradas são artigos e *Proceedings*, sendo que, no período compreendido entre 2015 e 2016, a produção científica relacionada ao tema aumentou. Em relação ao veículo de divulgação, verificou-se que o *Advances In Education Research e o Tourism In South East Europe* apresentaram o maior número de publicações, ambos com (3) três, seguidos dos jornais. *2Nd International Scientific Conference Tourism In Southern And Eastern Europe 2013 Crisis A Challenge Of Sustainable Tourism Development, Inted Proceedings*, com (2) duas publicações cada.

Comparando o Gráfico 2 entre autores que mais publicaram *versus* artigos mais citados no período analisado, verificou-se que, Erkus-Ozturk, Hilal, um dos dois autores que mais publicaram sobre Turismo Criativo, tem o maior número de citações, que são possivelmente referências.

Quanto às perspectivas de pesquisa, mostra que os interesses e focos de investigação sobre o tema Turismo Criativo está ainda em crescimento para o conhecimento científico. O tema foi considerado interdisciplinar em virtude dos artigos estarem relacionados a mais do que uma área do conhecimento.

Verificou-se ainda que, a República Popular da China lideram o *ranking* dos países que mais publicaram sobre o tema, e o idioma inglês é o predominante nas publicações. Destaca-se, ainda que não foram encontradas publicações tanto no Brasil como em Portugal na Web of Science sobre o tema pesquisado, o que indica que esta temática ainda é pouco trabalhada pelo que poderá servir para futuros investigadores brasileiros e portugueses que procurem originalidade nos seus trabalhos.

A contribuição desse estudo para os estudos em Gestão deve-se aos indicadores resultantes quanto às instituições de pesquisa e aos jornais que mais se destacam na produção do conhecimento sobre o tema a nível internacional.

6 LIMITAÇÕES E FUTURAS LINHAS DE INVESTIGAÇÃO

Como principal limitação deste estudo destaca-se que na sua realização foi utilizada apenas uma base de dados específica, a Web of Science.

Assim, sugere-se que, em estudos futuros desta natureza, a ampliação de pesquisa sobre o tema, em outros eventos acadêmicos nacionais e internacionais, jornais científicos ou outras bases de dados de forma a se obter outros resultados.

7. BIBLIOGRAFIA

- ALMEIDA, P. (2003). A contribuição da animação turística para o aumento das taxas de ocupação de uma região. Tese de Mestrado. Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Araújo, C.A. (2006). Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. *Em Questão, Enero-Junio*, 12(1), 11-32.
- Bessant, J. e Tidd, J. (2009). *Inovação e Empreendedorismo*. 1ª. Ed. Porto Alegre: Bookman.

- Çakar, N.D.; Ertürk, A. (2010). Comparing innovation capability of small and medium-sized enterprises: examining the effects of organizational culture and empowerment. *Journal of Small Business Management*, 48(3), 325-359.
- Carmona, V.C.; Costa, B.K. e Ribeiro, H.C.M. (2014). Competitividade e turismo: estudo da produção científica internacional. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(2), 201-221.
- COSTA, C. M. M. (2005). Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000). In *Análise Social*, vol. XI, nº 175, Julho a Setembro, p. 279-295.
- Cvelbar, L. K.;Dwyer,L;Koman, M;Mihalic,T. (2016). Drivers of destination competitiveness in tourism: a global investigation. *Journal of Travel Research*, 55, 1.042-1.050.
- DIAS, Reinaldo; CASSAR, Maurício. Fundamentos do marketing turístico. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- Drucker, P. (1987). *Inovação e Espírito Empreendedor*. Editora Pioneira.
- Fernandez, T. (2010). More than sun, beach and heritage: innovating Mediterranean tourism through creative tourism. Interactions, co-operation, competitiveness and economic development. Artigo apresentado em conferência da European Association for Research on Services [RESER], Gothenburg, Sweden.
- Filipe, C. (2009). *Andanças do turismo criativo*. Aveiro. Trabalho de conclusão de curso (Dissertação) 2009. 188 f. Curso de Gestão e Desenvolvimento em Turismo. Universidade de Aveiro.
- Gonçalves, A. (2008). As comunidades criativas, a cultura e o turismo. *Revista dos Algarves-ESGHT*, Disponível em: <<http://www.dosalgarves.com/revistas/N17/2rev17.pdf>>.
- Gunday, G.; Ulusoy,G.; Kilic,K.; Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal Production Economics*, 133, 662-676.
- Hjalager, M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12.
- HÜMMEL, F. C. **Turismo criativo: a experiência do turismo de galpão em Porto Alegre**. 2016. 141 f. Trabalho de conclusão de curso (Dissertação) – Programa de Mestrado Profissional em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2016.
- Jelinčić, D. e Žuvela, A. (2012). Facing the Challenge? Creative Tourism in Croatia. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2).
- Krippendorff, J. (2009). *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Ed. Civilização Brasileira.
- Leite Filho, G.A. (2008). Padrões de produtividade de autores em periódicos e congressos na área de contabilidade no Brasil: um estudo bibliométrico. *Revista de Administração Contemporânea*, Curitiba, 12(2), 533-554.
- Mazanec, J.A. e RING, A. (2011). Tourism destination competitiveness: second thoughts on the world economic forum reports. *Tourism Economics*, 17(4), 725-751.
- Mazón, T. (2001). *Sociología del Turismo*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.
- MOTA, K. C. N. Marketing Turístico: promovendo uma atividade Sazonal. São Paulo: Atlas, 2007.
- Okubo, Y. (1997), “*Bibliometric Indicators and Analysis of Research Systems: Methods and Examples*”, OECD Science, Technology and Industry Working Papers, OECD Publishing, Paris.
- Pérez, X. (2008). *Turismo cultural: uma visão antropológica*. Tenerife: Asociación Canaria de Antropología.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development*. An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle. Harvard University Press, Cambridge.
- Silva, D. M DA C.; Xavier, M. G. P.; Fernandes, A. C. DE A (2015). **Turismo Criativo como instrumento de inclusão social: o caso sítio histórico de Olinda** – PE. In: XI Encontro Nacional

da Anpege. A diversidade da geografia brasileira: escalas e dimensões da análise e da ação de 9 A 12 de outubro. Presidente Prudente, São Paulo.

Silva, M.R. (2004). *Análise bibliométrica da produção científica docente do programa de pós-graduação em educação especial/UFSCar*. Dissertação (Mestrado em Educação Especial) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, Brasil.

UNESCO (2006). Creative Cities Network. **Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism**: Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, U.S.A. October 25-27, 2006. In: http://portal.unesco.org/culture/fr/files/34633/11848588553oct2006_meeting_report.pdf/oct2006_meeting_report.pdf.

UNWTO (2017). United Nations World Tourism Organization.

><http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>< Acesso em: 28 nov. 2017.

Urry, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. Londres: SAGE.

URRY, J. **The tourist gaze 3.0**. Londres: SAGE, 2011.

Valencia, J.C.N., Jiménez, D.J., Valle, R.S. (2011). Innovation or imitation? The role of organizational culture. *Management Decision*, 49(1), 55–72.

Zhang, Y. (2013). Study on the main characteristics and development countermeasures of creative tourism. Artigo apresentado na International Conference on Education, Management and Social Science [ICEMSS].