

Área: Sustentabilidade | **Tema:** Responsabilidade Social Corporativa

**META- ANÁLISE SOBRE TURISMO E RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ESTUDO ESTUDO
LONGITUDINAL NA BASE WEB OF SCIENCE PERÍODO DE 2007 a 2017.**

**META- ANALYSIS ON TOURISM AND SOCIAL RESPONSIBILITY: A STUDY LONGITUDINAL
STUDY ON THE WEB OF SCIENCE BASE Period 2007 to 2017.**

Luciana Aparecida Barbieri Da Rosa, Tais Pentiado Godoy, Luana Ines Damke, Maria Carolina Martins

Rodrigues e Gabriela Rossato

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar a produção científica na base de dados Web of Science da ISI Web of Knowledge, no período de 2007 a 2017, através de um estudo bibliométrico do tipo quantitativo descritivo, procurando identificar os autores, os tipos de documentos, o título das fontes, as principais áreas temáticas, o ano das publicações, as instituições, os idiomas e países destas publicações, totalizando 414 artigos selecionados, centrando-se na República Popular da China. Cerca de noventa e quatro por cento das publicações estão escritas no idioma inglês, tendo como principal fonte o Procedia Social and Behavioral Sciences e principal assunto Social Sciences other Topics. Constatou-se ainda que nas vinte e duas publicações com o maior número de citações, sendo uma referência no tema pesquisado, foi possível constatar que o autor Xavier Font, um dos dez que mais publicaram sobre o tema no período, foi o quinto mais citado na Web of Science, com 75 citações quando se analisa as áreas Tourism and Social Responsibility simultaneamente.

Palavras-Chave: Bibliometria, turismo, responsabilidade social.

ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the scientific production in the database of ISI Web of Knowledge, from 2007 to 2017, through a bibliometric study of quantitative, trying to identify the authors, the types of documents, the title of the sources, the main thematic areas, year of publications, institutions, languages and countries of these publications, totaling 414 articles, focusing on the People's Republic of China. About ninety-four percent of the publications are written in the english language, having as main source the Procedia Social and Behavioral Sciences and main subject Social Sciences other Topics. It was also observed that in the twenty-two publications with the largest number of citations, being a reference in the researched topic, it was possible to verify that the author Xavier Font, one of the ten most published on the subject in the period, was the fifth most cited in the Web of Science, with 75 citations when analyzing the areas Tourism and Social Responsibility simultaneously.

Keywords: bibliometry, tourism, social responsibility.

META- ANÁLISE SOBRE TURISMO E RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ESTUDO ESTUDO LONGITUDINAL NA BASE WEB OF SCIENCE PERÍODO DE 2007 a 2017.

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar a produção científica na base de dados *Web of Science* da *ISI Web of Knowledge*, no período de 2007 a 2017, através de um estudo bibliométrico do tipo quantitativo descritivo, procurando identificar os autores, os tipos de documentos, o título das fontes, as principais áreas temáticas, o ano das publicações, as instituições, os idiomas e países destas publicações, totalizando 414 artigos selecionados, centrando-se na República Popular da China. Cerca de noventa e quatro por cento das publicações estão escritas no idioma inglês, tendo como principal fonte o *Procedia Social and Behavioral Sciences* e principal assunto *Social Sciences other Topics*. Constatou-se ainda que nas vinte e duas publicações com o maior número de citações, sendo uma referência no tema pesquisado, foi possível constatar que o autor Xavier Font, um dos dez que mais publicaram sobre o tema no período, foi o quinto mais citado na *Web of Science*, com 75 citações quando se analisa as áreas *Tourism and Social Responsibility* simultaneamente.

Palavras-Chave: Bibliometria, turismo, responsabilidade social.

ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the scientific production in the database of *ISI Web of Knowledge*, from 2007 to 2017, through a bibliometric study of quantitative, trying to identify the authors, the types of documents, the title of the sources, the main thematic areas, year of publications, institutions, languages and countries of these publications, totaling 414 articles, focusing on the People's Republic of China. About ninety-four percent of the publications are written in the English language, having as main source the *Procedia Social and Behavioral Sciences* and main subject *Social Sciences other Topics*. It was also observed that in the twenty-two publications with the largest number of citations, being a reference in the researched topic, it was possible to verify that the author Xavier Font, one of the ten most published on the subject in the period, was the fifth most cited in the *Web of Science*, with 75 citations when analyzing the areas *Tourism and Social Responsibility* simultaneously.

Key-Words: bibliometry, tourism, social responsibility.

1 INTRODUÇÃO

Em um mercado globalizado onde produtos e serviços têm-se tornado a cada dia mais similares devido à concorrência a nível global e às mudanças tecnológicas constantes, criar diferenciais transformou-se num desafio para os profissionais de marketing e gestores de empresas. Esses diferenciais estão migrando para os valores intrínsecos das marcas, ou seja, questões como: onde o produto é fabricado? Como é fabricado? A empresa utiliza mão-de-obra escrava? Polui o meio ambiente para fabricar seus produtos? Tem-se tornado uma preocupação de uma parcela dos consumidores e da opinião pública em geral?

Desta forma, as empresas perceberam que trabalhar com a Responsabilidade Social é fundamental no contexto atual. É imprescindível vincular a imagem corporativa às práticas que minimizem o impacto da empresa no meio ambiente e que possibilitem melhorias sociais, representando uma vantagem competitiva para a empresa. Ou seja, se as empresas atuarem de

forma responsável, todos ganham: a empresa, a sociedade e o meio ambiente (Topke e Vidal, 2013).

Neste contexto, a área de Turismo também não poderia ficar de fora. Alguns meios de alojamento, por exemplo, já iniciaram ações sustentáveis, como a recolha seletiva, horta orgânica, redução e reutilização da energia e da água e etc. O turismo nos dias atuais é uma das ferramentas essenciais para o crescimento económico de uma região ou país. De facto, sabe-se que o turismo traz melhorias para as populações locais através da economia, permitindo a sua alavancagem e movimentação, sendo uma alternativa de apoio às outras economias locais e, ao mesmo tempo, gerador de divisas e de inúmeros outros benefícios.

Para Fernandes e Virgínio (2011), a Responsabilidade Social é um fator capaz de agregar valor à cadeia do turismo, em conjunto com entidades do governo, iniciativa privada e sociedade civil organizada, a fim de estabelecer ações de cidadania.

Quando se pensa em responsabilidade social ligada ao turismo faz-se logo uma associação restrita à preservação ambiental, mas sendo o turismo multidisciplinar, este pode englobar várias formas possíveis de Responsabilidade Socioambiental que uma empresa nesta área seja capaz de realizar (Topke e Vidal, 2013).

O turismo é uma atividade privilegiada para a reflexão do tema, na medida em que a atividade afeta a sociedade sobre diferentes e abrangentes aspetos. Além do aspeto económico, nos mais variados níveis e, neste âmbito, com uma ampla gama de setores envolvidos, em razão da sua extensa cadeia produtiva, o turismo produz mudanças socio-espaciais e põe em contato grupos sociais diferenciados. A forma como é organizado, planeado e operado, portanto, com maior ou menor comprometimento com as sociedades e com o meio ambiente das localidades envolvidas, produzirá impactos positivos ou negativos em diferentes gradações (Ferreira, 2008).

Portanto, a Responsabilidade Social no turismo nasce com o intuito de amenizar impactos causados por empresas de modo a garantir respeito e admiração por parte das pessoas, sejam elas consumidores ou não. Para Topke e Vidal (2013), nestes aspetos podem ser consolidadas ações que interferem nas atividades desenvolvidas pelas empresas, a fim de minimizar possíveis danos ao meio ambiente e, mais especificamente, à sociedade localizada em seu entorno.

Assim, considerando a importância do Turismo e Responsabilidade Social nas empresas tem-se a seguinte questão: **“Como se apresenta o cenário das publicações internacionais sobre Turismo e Responsabilidade Social disponível na base de dados Web of Science?”**

Partindo da premissa de investigar os artigos que contemplem conjuntamente os temas Turismo e Responsabilidade Social este artigo TEM como objetivo analisar as características das publicações relacionadas com o tema disponível na base de dados Web of Science no período de 2007 a 2017.

Além da introdução, este estudo é composto pela revisão da literatura, que abrange reflexões sobre as interfaces do turismo e responsabilidade social. A seguir apresenta-se o método do estudo, onde são descritos os procedimentos adotados no desenvolvimento desta pesquisa. Na secção seguinte apresentam-se os principais resultados, depois são expostas as considerações finais e as limitações e futuras linhas de investigação. Por último temos a lista das referências bibliográficas utilizadas neste trabalho.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 REFLEXÕES SOBRE AS INTERFACES DO TURISMO

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. Assim, surge um novo perfil de turista, atraído por fatores específicos dos locais de destinos.

Os turistas pretendem aprender e experimentar aspectos culturais específicos, participando nas rotinas da comunidade local e exprimindo a sua criatividade (Filipe, 2009). De acordo com Zamignan e Sampaio (2010) o turismo tem sido utilizado como estratégia para manutenção dirigidos para os princípios da sustentabilidade, com o objetivo de estabelecer a ligação entre recursos naturais e ser humano, com eficiência.

O Turismo tem tido um papel importante para o desenvolvimento das regiões, originando um aumento de forma extraordinária das pesquisas nos últimos anos.

Portanto, houve um aumento considerável das definições de turismo e como isso, é importante ressaltar a preocupação com o desenvolvimento do turismo, visto que atua nos diversos setores tais como social, econômico, cultura e ambiental.

Rodrigues (2000, p. 48) define turismo como “uma atividade complexa que compreende tanto a produção como o consumo, tanto as atividades secundárias (produção do espaço) como terciárias (serviços) que agem articuladamente apropriando-se de lugares “exóticos”, de paisagens naturais”, de “paisagens históricas”, transformando-os em lugares que deverão ser observados para se obter conhecimentos culturais, históricos, possibilitar o descanso, e vários outros motivos simbólicos ou reais.

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

Também, Mazón (2001, p. 114) reitera que “o turismo se tornou, em nossos tempos, como um dos fenômenos sociais de maior capacidade regeneradora 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 turismo é uma atividade que gera inter-relações em diversos aspectos: social, econômico, ambiental, cultural, entre outros (Silva *et al.*, 2015). Entre diversas abordagens, principalmente econômica e de inovação, surge o turismo sustentável e o criativo, proporcionando o investimento em áreas potenciais.

É de suma relevância salientar o compromisso de todos os *stakeholders* nas empresas turísticas. Kanni (2004) evidencia que a responsabilidade social estabelece um novo imperativo, que se traduz em competitividade. No próximo tópico, será exposto uma visão geral dos aspectos da responsabilidade social.

2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

Com o aparecimento do paradigma do desenvolvimento sustentável no início de 1980, as organizações deram início ao aprimorar das suas visões puramente econômicas através de ajustes estratégicos que se relacionaram com as pressões ambientais e as transformações sociais cada vez mais constantes (Robinson, 2000).

Atualmente o tema Responsabilidade Social é frequentemente utilizado em toda a mídia. A sociedade passa por várias mutações e vem adquirindo uma postura diferenciada em relação ao tema. Assim, partindo dessa premissa, perante uma sociedade cada vez mais exigente e tendo que acompanhar os novos concorrentes, as empresas seguem na direção das mudanças tecnológicas da preocupação com a responsabilidade social.

Segundo Bosenbecker *et al.* (2011) a Responsabilidade Social nas organizações vem acontecendo rapidamente há mais de três décadas em outros países, mas no Brasil, ainda está a ser discutido sobre o papel das empresas como agentes sociais no processo de desenvolvimento sustentável. O mercado brasileiro está cada vez mais competitivo, e, a conduta ética tem sido uma ferramenta extremamente útil no âmbito empresarial. As empresas começaram a encontrar novas maneiras de expandir a cidadania empresarial, adotando uma postura mais responsável nas suas ações, pressionando a transparência nos negócios.

Para praticar a responsabilidade social segundo Ashley (2005), deve-se considerar todas as partes envolvidas, dentro das organizações e a sociedade em geral, procurando aperfeiçoar soluções para as situações. As mudanças na sociedade com relação ao consumo consciente e à responsabilidade social levam as empresas, governos a adaptarem-se à nova realidade exigida pela sociedade. Desta forma, as organizações precisam procurar alternativas politicamente adequadas e tecnologias limpas, que agregam valor ao seu serviço e/ou produto, de forma a poderem proporcionar vantagem competitiva sobre seus competidores.

Contudo, este facto ficou mais presente na Conferência Rio+20 realizada em 2012, pois, muitos discursos e visões estavam presentes, para que fosse construída uma nova realidade, em relação à procura de soluções para os diferentes problemas sociais (UNCSD, 2012). O termo responsabilidade social tem uma definição bastante vasta e pode diversificar-se de acordo com o momento e com a realidade política e económica de uma determinada sociedade. Na literatura social e económica, diversos autores, tentaram definir responsabilidade social; alguns referem-na como a responsabilidade legal ou o simples cumpridor das leis; outros vão mais além da legalidade, entendendo-a como uma incursão das empresas na área social (Pertile, 2009)

A partir disto, cada vez mais a responsabilidade social é um tema discutido nas organizações e governos, mas não basta inseri-la apenas no contexto empresarial, a RES deve ser discutida entre todos os Stakeholders, pois as todos precisam saber como implementa-la na sua organização e tentar compreender o seu sentido.

Para o Instituto Ethos (2014), a RES é a maneira de gestão e o estabelecimento de metas, através do qual, as organizações, governos definem suas relações éticas e de transparência da organização com a sociedade impulsionando o desenvolvimento sustentável. O Instituto Ethos é uma organização não-governamental brasileira que de acordo com os seus estatutos, foi desenvolvido para servir como um elo de ligação entre as necessidades sociais e o mundo empresarial. Desta forma, as organizações precisam assumir uma atitude capaz de atuar de forma positiva com todos que são afetados pelas suas atividades, sendo que estas possuem um grau de responsabilidade social (Ponchirolli, 2007).

De acordo com Schommer (2000) a Responsabilidade Social está relacionada com os três pilares do desenvolvimento sustentável, o económico, o social e o ambiental. As empresas devem ter ações que desenvolvam o bem-estar social, aumentem as práticas de investimento sociais, para atuar de maneira ética, e gerir os impactos na cadeia de valor.

A responsabilidade Social no mundo dos negócios está baseada na obrigação que as organizações têm em minimizar os impactos negativos e maximizar os impactos positivos sobre as sociedades (Ferrell, et al. 2001). Isto decorre de uma maior consciencialização dos consumidores que procuram produtos e serviços que sejam produzidos com o propósito de diminuir os impactos ambientais. Desta forma, quando uma organização compreende o significado real da RES, consegue formular estratégias que facilitam o processo de mudança.

Segundo o autor Orchis *et al.* (2002), a RES é vista, no mundo dos negócios, como uma estratégia, que pode agregar valor à imagem da organização e com isso atingir o público-alvo, desenvolver a sua vantagem competitiva como um diferencial. Assim, é importante que as organizações acompanhem a evolução da sociedade, minimizando a desigualdade social evitando a agressão ao meio ambiente (Instituto ETHOS 2014).

Ainda, segundo o Instituto Ethos (2014) é importante que as organizações acompanhem as constantes evoluções da sociedade, disseminando a diversidade e minimizando a desigualdade social e evitando a agressão do meio ambiente.

Neste contexto de mudança tem-se observado que, de acordo com a amplitude e consequências possíveis, a partir de diferentes ações e comportamentos, as empresas, governo, ONGs e comunidade necessitam assumir novas responsabilidades. Para que uma organização seja sustentável é importante que a mesma, seja ecologicamente adequada, economicamente viável, socialmente justa e culturalmente aceite. Essa organização necessita criar ações voltadas para a sociedade, restringindo os impactos ambientais, cooperando assim para o bem-estar social.

3 METODOLOGIA

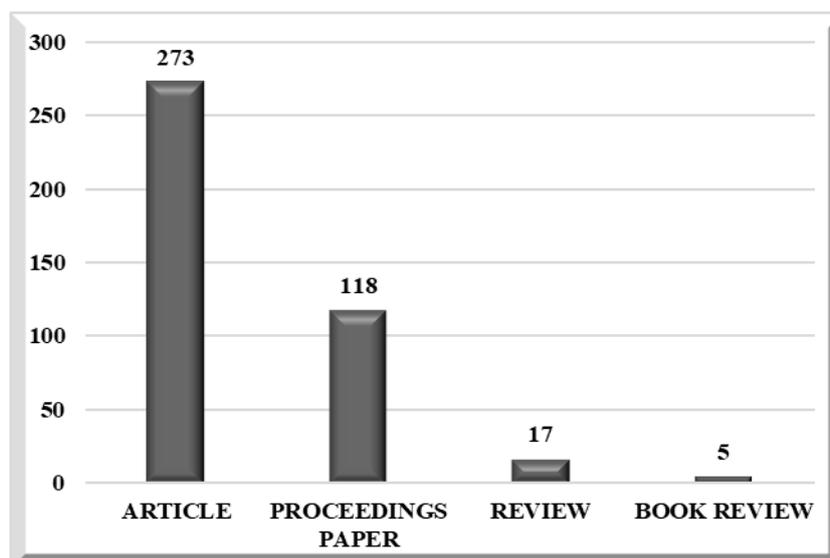
Estudo bibliométrico do tipo quantitativo descritivo, o qual permite medir índices de produção e disseminação do conhecimento científico, o mesmo surgiu no início do século, pela necessidade do estudo e avaliação das atividades de produção e comunicação científica (Fonseca, 1986; Okubo, 1997). Utilizou-se como material de estudo os artigos publicados entre os anos 2007 e 2017 sobre o tema Turismo e Responsabilidade Social (*Tourism and social responsibility*).

3.1. Definição do escopo do estudo

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 *Tourism and Social Responsibility*, e, identificaram-se os principais autores que escreveram sobre o tema, dentre outras características, pesquisaram-se artigos com o objetivo de apresentar o contexto em que o tema é referenciado. A análise de toda a informação foi efetuada através de tabelas de Excel.

A base de dados da WOS detém cerca de 13.000 jornais indexados, sendo, apenas, os mais citados nas suas respetivas áreas, como por exemplo: *Procedia Social and Behavioral Sciences* e *Tourism Management*. Existe, ainda, um índice de citações, na WOS onde é referido para cada artigo, o número de citações. (Gráfico 1).

Gráfico 1. Tipo de documentos



Para os autores Silva (2004) e Leite Filho (2008) bibliometria é definida como a avaliação da atividade científica ou técnica de uma determinada área do conhecimento através do estudo quantitativo de publicações.

Bibliometria é uma disciplina que possibilita o estudo quantitativo da produção científica, através da análise da sua própria natureza e da transferência de uma ciência em determinado período (Rousseau, 2001; Camps *et al.*, 2006)

Foram pesquisados os termos *Tourism and social responsibility* na Web of Science no período compreendido entre os anos de 2007 e 2017, resultando um total de 414 publicações, sendo 273 artigos, 118 proceedings.

Na análise bibliométrica do presente estudo procurou-se identificar os indicadores bibliométricos utilizados para avaliar o desempenho da pesquisa: principais autores, título das fontes, principais instituições, ano das publicações, principais países, idiomas, áreas do conhecimento, agências financiadoras e a relação entre autores com mais publicações e as mais citadas.

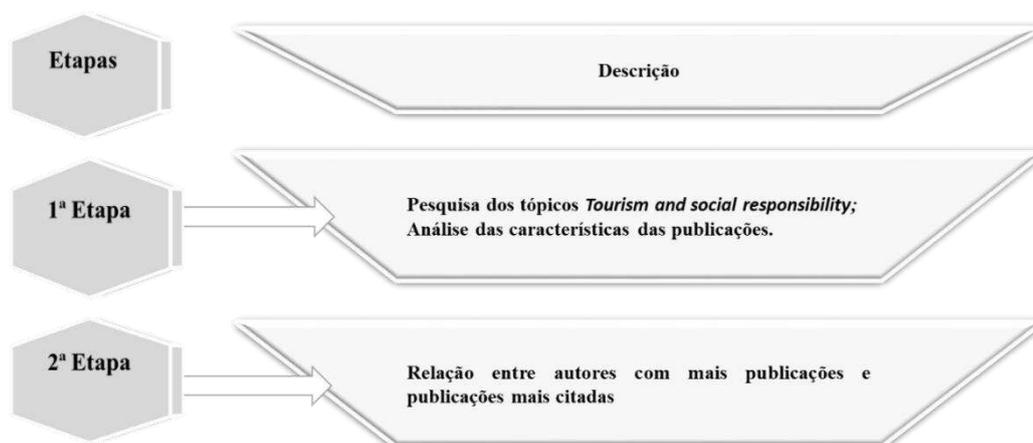
Os indicadores bibliométricos utilizados para avaliar o desempenho da pesquisa são o número de publicações, o crescimento das pesquisas nos termos durante os anos, as regiões de maior publicação, os principais autores, os principais jornais e os artigos mais citados.

3.2. Etapas da recolha dos dados.

Esta pesquisa foi dividida em etapas, sendo que a primeira foi a escolha das palavras-chave que se adequassem a pesquisa e que contemplassem a maior quantidade de termos relacionados a *Tourism and social responsibility*, 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

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A seguir apresentam-se os resultados do estudo, o qual foi realizado com base nos devidos operadores booleanos para refinamento, de forma a ampliar o escopo de pesquisa para englobar o maior número possível de resultados nos anos de 2007 a 2017.

Depois de refinar a pesquisa relativamente às categorias de Turismo e Responsabilidade Social e ainda, optar por apresentar resultados referentes a artigos e conferências, foram encontrados 414 artigos científicos na *Web of Science*.

Termos	Web of Science (WOS)
<i>Tourism and social responsibility</i>	414

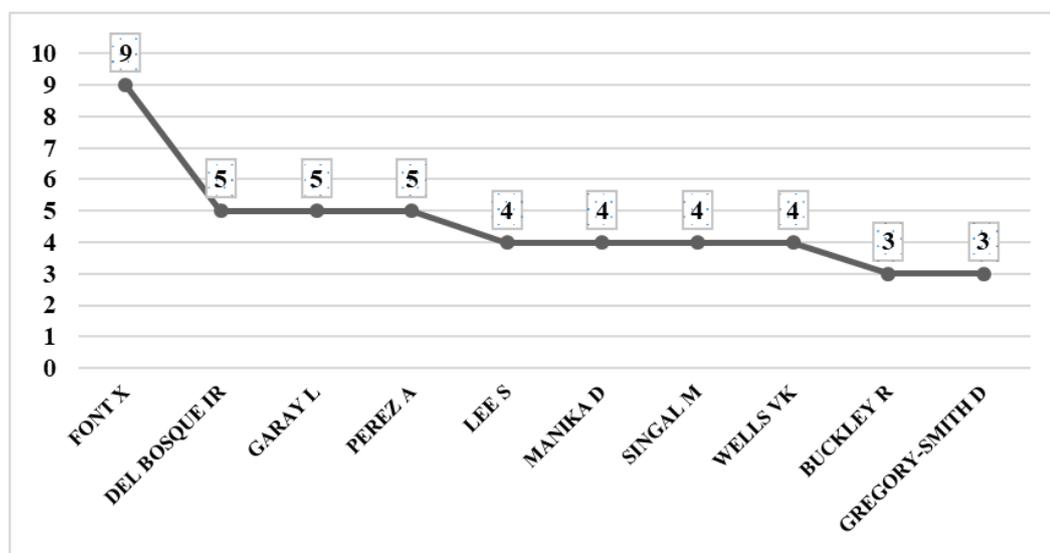
Assim, no ponto seguinte, serão apresentadas, as características gerais das publicações e por último, o número de publicações por autor e o número de citações.

4.1 Características gerais das publicações

4.1.1 Principais autores

O **Gráfico 2** apresenta os dez principais autores que publicaram artigos com os temas *Tourism and Social Responsibility* no período analisado.

Gráfico 2. Distribuição de artigos por autores



Fonte: Elaborado pelos autores

Verificou-se que, nos últimos dez anos, o maior expoente em número de trabalhos publicados envolvendo as temáticas analisadas, é o autor *Xavier Font*, Professor of Sustainability Marketing at Universidade de Surrey, Reino Unido. Constatou-se igualmente que o autor *Lluís Garay* pertence à Universitat Oberta de Catalunya e possui alguns trabalhos em comum com Xavier Font.

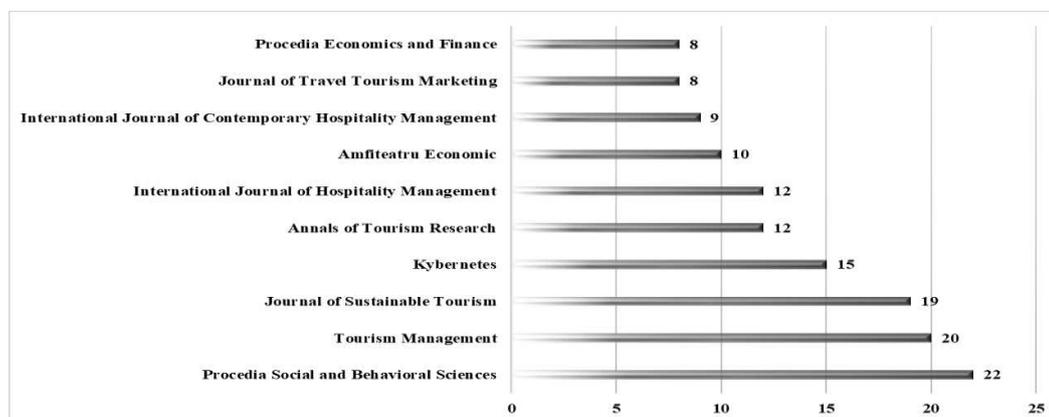
Além destes autores, destacam-se também os autores *Ignacio Rodriguez del Bosque* e *Andrea Perez*, da Universidad de Cantabria, Espanha, com alguns trabalhos em comum. Desta forma, verifica-se Xavier Font, é o investigador que se destaca quando se analisa o tema de *Tourism and Social Responsibility* simultaneamente.

Existe depois uma sucessão de quatro autores com 4 artigos publicados e dois autores com 3 artigos publicados. A diferença de dados mostra uma possível lacuna no campo académico.

4.1.2 Título das fontes

O **Gráfico 3** apresenta as 10 principais fontes de publicações e número de artigos.

Gráfico 3. Distribuição de artigos por fonte



Fonte: Elaborado pelos autores

Dos jornais com maior impacto que publicaram mais artigos científicos sobre o tema temos o *Procedia Social and Behavioral Sciences*, o *Tourism Management*, e o *Journal of Sustainable Tourism* com vinte e duas, vinte e dezanove publicações respectivamente (Quadro 1). Consta-se que, existe um pequeno número de artigos em revistas multidisciplinares, mas, os jornais da área são referência de maior aceitação relativamente a artigos sobre o tema em estudo.

Quadro 1. Distribuição de artigos por Títulos de conferência

CONFERÊNCIA	Nº ARTIGOS
11TH International Conference on Service Sector in Terms of Changing Environment	7
4TH EURO Asia Conference on Environment and Corporate Social Responsibility Tourism Mice and Management Technique Session	4
International Conference on Emerging Markets Queries in Finance and Business	4
10TH International Conference on Topical Issues of Tourism	3
ITB Berlin Convention	3
LUMEN 3RD International Conference on Logos Universality Mentality Education Novelty Lumen Current Paradigms In Social Sciences	3
12TH EURO Asian Conference on Corporate Social Responsibility And Environmental Management Tourism Society And Education	2
3RD International Conference on Sustainable Tourism	2
7TH International Strategic Management Conference	2
International Conference on Energy Environment and Development Iceed	2

Fonte: Elaborado pelos autores

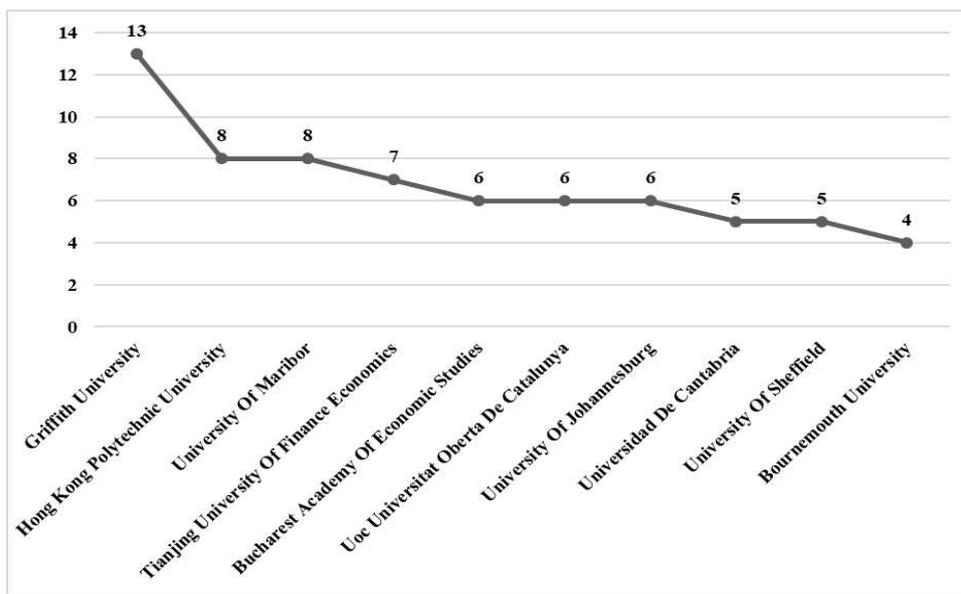
As conferências que mais artigos publicaram sobre o tema foram a *11TH International Conference On Service Sector In Terms Of Changing Environment* (7), a *4TH EURO Asia Conference on Environment and Corporate Social Responsibility Tourism Mice and Management Technique Session* (4), *International Conference on Emerging Markets Queries in Finance and Business* (4). Percebe-se que existem conferências que começam a ser uma

referência para aceitação dos artigos relacionados com o tema, sendo algumas conferências multidisciplinares.

4.1.3 Principais Instituições

Estão apresentadas no **Gráfico 4** as dez instituições que mais se destacaram e publicaram trabalhos relacionados com o tema *Tourism and Social Responsibility*.

Gráfico 4. Distribuição de artigos pelas Principais Instituições



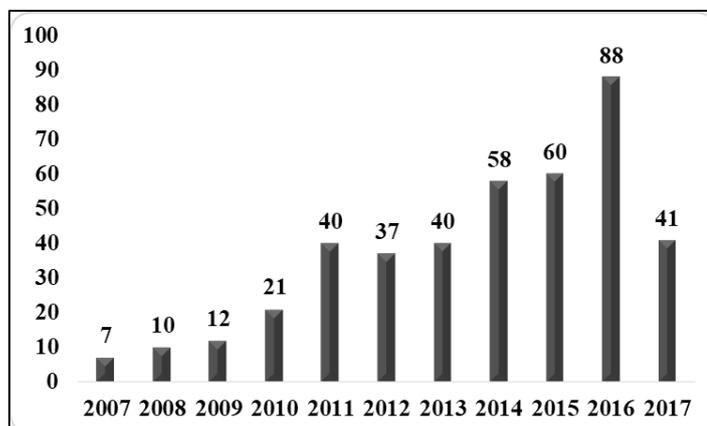
Fonte: Elaborado pelos autores

Constata-se que, as instituições que mais publicaram foram: *Griffith University* (Austrália), *Hong Kong Polytechnic University* (Hong Kong), *University of Maribor* (Eslovênia), *Tianjing University of Finance Economics* (China). Os dados apresentados, no quadro acima, evidenciam a abrangência e importância do tema em instituições de ensino distribuídas por diversos países.

4.1.4 Anos de Publicação

O Gráfico 5 mostra o crescimento das publicações relativamente aos termos Turismo e Responsabilidade Social, sendo que 2014, 2015 e 2016 foram os com maior produtividade.

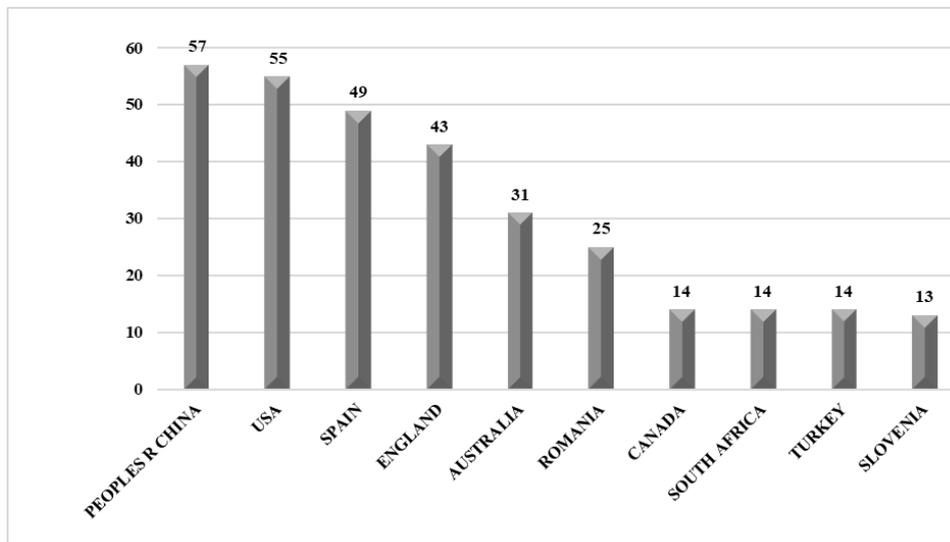
Gráfico 5. Distribuição das publicações por ano



4.1.5 Principais países.

No **Gráfico 6** é apresentada a quantidade de artigos distribuídos pelos principais países.

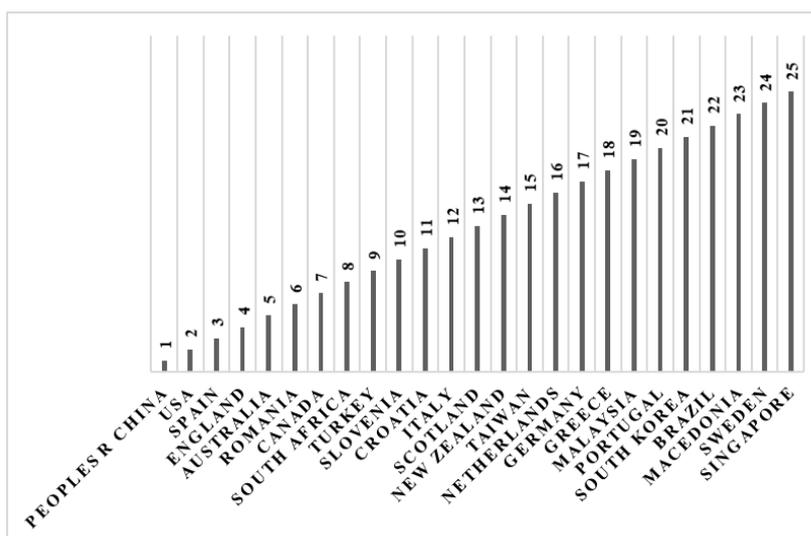
Gráfico 6. Distribuição de artigos por país



Fonte: Elaborado pelos autores

Verificou-se que, os países que mais artigos publicaram foram: República Popular da China, USA, Espanha, Inglaterra, Austrália. Quando alargamos a pesquisa para 25 países temos na 20ª posição Portugal com 6 artigos publicados e em 22ª Brasil com 5 publicações (**Gráfico 7**).

Gráfico 7. Distribuição de artigos por ordem de país

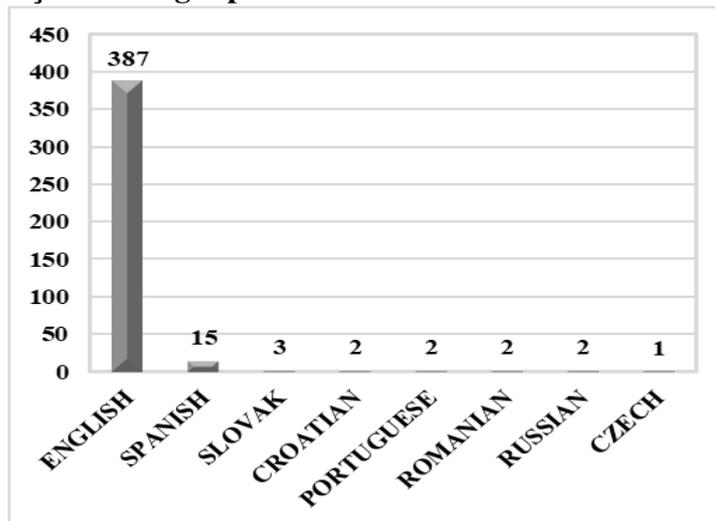


Fonte: Elaborado pelos autores

4.1.6 Principais idiomas.

No que se refere aos idiomas dos trabalhos publicados na área de estudo estão publicados em inglês 387, conforme se demonstra no **Gráfico 8**, correspondendo a 93,48% dos trabalhos.

Gráfico 8. Distribuição de artigos por Idioma

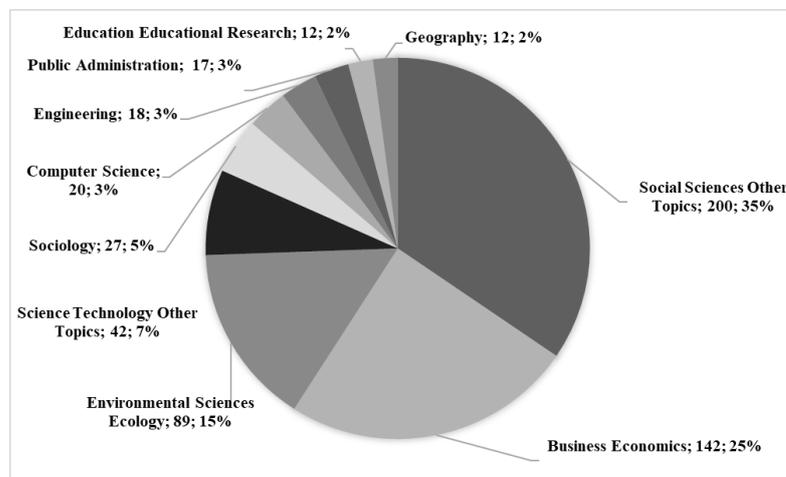


Fonte: Elaborado pelos autores

4.1.7 Áreas de pesquisa

No Gráfico 9 estão apresentadas as principais áreas de pesquisa sobre Turismo e Responsabilidade Social: *Social Sciences other topics*, *Business Economics*, *Environmental Sciences Ecology e Science Technology other Topics*.

Gráfico 9. Áreas de pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores

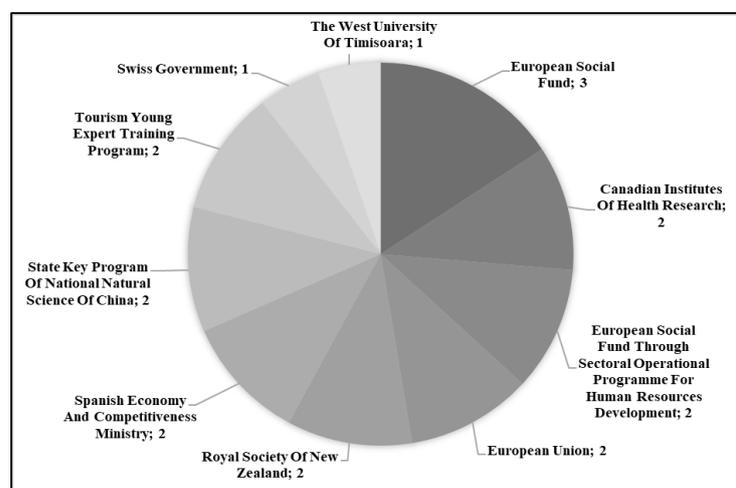
Total de artigos é superior ao número de publicações, o que significa que um artigo está vinculado a mais do que uma área.

4.1.8 Agências Financiadoras

Com relação as fontes de pesquisa, é de grande importância mostrar a relação entre as Agências Financiadoras de pesquisa sobre Turismo e Responsabilidade Social presente na Web of Science.

O Gráfico 10 mostra uma construção de 4 Agências Financiadoras de pesquisas no Canadá, China, Nova Zelândia, Suíça e todo o restante são Agências Europeias. Este é um forte indício de que há relação de interesse na produção e incentivo destas regiões em publicações sobre Turismo e Responsabilidade Social.

Gráfico 10. Agências Financiadoras Web of Science



Fonte: Elaborado pelos autores

4.2 Artigos mais citados no período de 2007 a 2017.

Dentre os dados da pesquisa realizada através da Web of Science sobre *Tourism and Social Responsibility*, no período de 2007 a 2017, é importante destacar o Quadro 2 que apresenta as 22 principais publicações em número de citações.

Quadro 2. Relação das publicações mais citadas na Web of Science

Nº CITAÇÕES	TÍTULO	AUTOR	JORNAL	ANO
150	Sustainable Tourism: Research and Reality	Buckley, Ralf	Annals of Tourism Research	2012
104	Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries	Inoue, Yuhei; Lee, Seoki	Tourism Management	2011
91	Environmental protection programs and conservation practices of hotels in Ankara, Turkey	Erdogan, Nazmiye; Baris, Emin	Tourism Management	2007

Nº CITAÇÕES	TÍTULO	AUTOR	JORNAL	ANO
82	Online travel reviews as persuasive communication: The effects of content type, source, and certification logos on consumer behavior	Sparks, Beverley A.; Perkins, Helen E.; Buckley, Ralf	Tourism Management	2013
75	Doing good to do well? Corporate social responsibility reasons, practices and impacts in small and medium accommodation enterprises	Garay, Luis; Font, Xavier	International Journal of Hospitality Management	2012
74	Who are we responsible to? Locals' tales of volunteer tourism	Sin, Harngh Luh	Geoforum	2010
64	Corporate social responsibility: The disclosure-performance gap	Font, Xavier; Walmsley, Andreas; Cogotti, Sara; McCombes, Lucy; Haeusler, Nicole	Tourism Management	2012
56	Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry	Frey, Nicole; George, Richard	Tourism Management	2010
53	Helping People Make Better Choices': Exploring the behaviour change agenda for environmental sustainability	Barr, Stewart; Gilg, Andrew; Shaw, Gareth	Applied Geography	2011
46	Corporate Social Responsibility Worth-Creating Activities	Nicolau, Juan L.	Annals of Tourism Research	2008
42	Constructing Consumer Responsibility: Exploring the Role of Corporate Communications	Caruana, Robert; Crane, Andrew	Organization Studies	2008
39	An Exploratory Study of Corporate Social Responsibility in the US Travel Industry	Sheldon, Pauline J.; Park, Sun-Young	Journal of Travel Research	2011
38	Trade-Offs in Values Assigned to Ecological Goods and Services Associated with Different Coral Reef Management Strategies	Hicks, Christina C.; McClanahan, Tim R.; Cinner, Joshua E.; Hills, Jeremy M.	Ecology and Society	2009
36	CSR among Canadian mass tour operators: good awareness but little action	Dodds, Rachel; Kuehnel, Jacqueline	International Journal of Contemporary Hospitality Management	2010
33	Representation of Transport a Rural Destination Analysis	Dickinson, Janet E.; Robbins, Derek; Fletcher, John	Annals of Tourism Research	2009
30	Asymmetrical Dialectics of Sustainable Tourism: Toward Enlightened Mass Tourism	Weaver, David B.	Journal of Travel Research	2014
30	The Mobilities of Hospitality Work: an Exploration of Issues and Debates	Duncan, Tara; Scott, David G.; Baum, Tom	Annals of Tourism Research	2013
28	Hotels' environmental policies and employee personal environmental beliefs: Interactions and outcomes	Chou, Chia-Jung	Tourism Management	2014

Nº CITAÇÕES	TÍTULO	AUTOR	JORNAL	ANO
27	Rethinking regional tourism governance: the principle of subsidiarity	Zahra, Anne Louise	Journal of Sustainable Tourism	2011
26	Fly-By medical care: Conceptualizing the global and local social responsibilities of medical tourists and physician voluntourists	Snyder, Jeremy; Dharamsi, Shafik; Crooks, Valorie A.	Globalization and Health	2011
24	Volunteer tourism, greenwashing and understanding responsible marketing using market signalling theory	Smith, Victoria Louise; Font, Xavier	Journal of Sustainable Tourism	2014
23	International sport marketing: practical and future research implicatns	Ratten, Vanessa; Ratten, Hamish	Journal of Business & Industrial Marketing	2011

É importante destacar que, os autores *Ralf Buckley*, *Seoki Lee*, *Xavier Font* e *Luis Garay* estão entre os dez que mais publicaram sobre o tema no período em análise, sendo *Ralf Buckley* o mais citado na *Web of Science*, com 150 citações, seguido por *Seoki Lee* com 104 citações, conforme Quadro 2.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo visou verificar quais as características da produção científica nacional e internacional que relacionam Turismo e Responsabilidade Social. Para a realização deste trabalho efetuou-se uma pesquisa bibliométrica utilizando a base de dados *Web of Science*, tendo-se conseguido uma amostra final de 414 artigos científicos para analisar.

Os focos de investigação e interesses no tema *Tourism and Social Responsibility* estão em crescimento para o conhecimento científico. Com isso, foi possível identificar e analisar o cenário de produção científica relacionada com o Turismo e a Responsabilidade Social.

Em virtude de os artigos estarem relacionados a mais de uma área do conhecimento, considera-se assim, o tema interdisciplinar. Verificou-se que, o veículo de divulgação que apresentou o maior número de publicações com vinte e duas (22) foi o *Procedia Social and Behavioral Sciences*.

As publicações concentram-se nos seguintes países: República Popular da China com 57, Estados Unidos com 55. Seguem outros países como Espanha com 49 publicações e Inglaterra com 43. Portugal e o Brasil encontram-se entre os vinte e cinco países que mais publicaram sobre Turismo e Responsabilidade Social. Constatou-se ainda haver uma multiplicidade e diversidade quanto à autoria dos trabalhos, relativamente aos autores que mais publicaram nesse tema.

Verificou-se ainda que, dos dez autores que mais publicaram sobre o tema quatro estão incluídos na listagem dos 22 (vinte e dois) autores mais citados (*Ralf Buckley*, *Seoki Lee*, *Xavier Font* e *Luis Garay*), sendo o mais citado *Ralf Buckley* com 150 citações, com o artigo titulado “Sustainable Tourism: Research and Reality” seguido de *Lee, Seoki* co-autor com *Inoue, Yuhei*, com 104 citações, com o artigo titulado “Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries”.

As instituições que mais se destacaram no que se refere as publicações relacionadas com *Tourism and Social Responsibility* foram: Griffith University na Austrália, Hong Kong Polytechnic University em Hong Kong, University of Maribor na Eslovênia, Tianjing

University of Finance Economics na China, evidenciando a abrangência e importância do tema em instituições de ensino distribuídas ao redor do mundo.

A contribuição desse estudo para as pesquisas 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

O presente estudo apresentou algumas limitações no que diz respeito às pesquisas efetuadas. A principal limitação refere-se que a pesquisa foi realizada somente com artigos encontrados na base *Web of Science*. Outra limitação está no período analisado.

Sugere-se a ampliação de pesquisa sobre o tema Turismo e Responsabilidade Social, para estudos futuros, em outras bases de dados, bem como em outros eventos científicos nacionais e internacionais, de maneira a se obter outros resultados sobre o perfil bibliométrico das publicações relacionadas com o tema. Nenhum investigador português ou brasileiro consta da listagem dos autores que mais publicaram sobre o tema, o que reforça a ideia de que este tema precisa de se mais estudado nos países supracitados.

Outras informações relevantes de publicações, como palavras-chave e termos mais comuns, também devem ser exploradas.

BIBLIOGRAFIA

- Ashley, P.A. (2005). *A mudança histórica do conceito de responsabilidade social empresarial*. In Ashley, P.A. (Ed.), *Ética e responsabilidade social nos negócios* (pp. 44-64). São Paulo, SP: Saraiva.
- Bosenbecker, A.; Barbosa, D.D.; Calixto, M. e Martire, M.A. (2011). *Responsabilidade social*. Disponível em: www.assesc.edu.br/download/4-jornada. Acesso: em 8 de novembro/2017.
- Camps, D; Samar, M.E.; Ávila, R.E. e Recuero Y. (2006). Estudio bibliométrico de un volumen de la revista Archivos de Medicina. Arch Med.; 2(3).
- Fernandes, L.V. e Virginio, D.F. (2011). Responsabilidade Socioambiental na hotelaria: um estudo na via costeira de Natal – RN. *Caderno Virtual de Turismo*.11 (2).
- Ferreira, H.C.H. (2008). *Turismo e responsabilidade social: um debate no campo da sustentabilidade*. UFRRJ, CPDA. Disponível em <http://www.proppi.uff.br>. Acesso em 01 de dezembro de 2017.
- Ferrell, O.C.; Fraedrich, J. e Ferrell, L. (2001). *Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos*. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso.
- Filipe, C. (2009). *Andanças do turismo criativo*. 188 f. Trabalho de conclusão de curso (Dissertação) Curso de Gestão e Desenvolvimento em Turismo, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Fonseca, E.N. (org.) (1986). *Bibliometria: teoria e prática*. Cultrix/EDUSP, São Paulo. p.9-15.
- Instituto Ethos. (2008). *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial*. Recuperado em 2 março, 2014, de <http://www.ethos.org.br>.
- Kanni, F. (2004). “*Sustentabilidade e Responsabilidade Sócioambiental nas Empresas Turísticas – a Certificação Ambiental no Segmento de Hospedagem*”. In: RUSCHMANN, Dóris Van Meene & Solha, Karina Toledo (org.). *Turismo: Uma Visão Empresarial*. Barueri: Manole.

- 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.
- Mazón, T. (2001). *Sociología del Turismo*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- Okubo, Y. (1997). *Bibliometric Indicators and Analysis of Research Systems: Methods and Examples*, OECD Science, Technology and Industry Working Papers, 1997/01, OECD Publishing, Paris.
- Orchis, M.A.; Yung, M.T.; Morales, S.C. (2002). Impactos da responsabilidade social nos objetivos e estratégias empresarias. In: GARCIA, Bruno Gaspar et al. *Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades*. Editora: Peirópolis. São Paulo
- Pérez, X. (2008). *Turismo cultural: uma visão antropológica*. Asociación Canaria de Antropología. Tenerife.
- Pertile, L.C. (2009). *Compromisso social empresarial ou responsabilidade social das empresas: o mercado no lugar do Estado? 2009*. 126 f. Tese (Doutorado em Serviço Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Ponchirolli, O. (2007). *Ética e Responsabilidade Social Empresarial*. Editora Juruá. Brasil.
- Robinson, S. (2000). Key survival issues: practical steps toward corporate environmental sustainability. *Corporate Environmental Strategy*, New York, 7(1), 92-105.
- Rodrigues, A.B. (2000). *Turismo rural no Brasil: ensaio de uma tipologia*. In: Almeida, J. A. & Riedl, M. (Orgs). *Turismo Rural: Ecologia, lazer e desenvolvimento*. Bauru, SP: EDUSC. P.51-68
- Rousseau R. (2001). Indicadores bibliométricos y econométricos en la evaluación de instituciones científicas. *ACIMED*. 9, 23-9.
- Schommer, P. C. (2000). Investimento social das empresas: cooperação organizacional num espaço compartilhado. *O&S. Organizações & Sociedade*, 7 (15), 145-160.
- Silva, D.M.C.; Xavier, M.G.P. e Fernandes, A.C.A. (2015). *Turismo Criativo como instrumento de inclusão social: o caso sítio histórico de Olinda – PE*. In: XI Encontro Nacional da ANPEGE. 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.
- Topke, D. R. e Vidal, M.P. (2013). *Responsabilidade Socioambiental no Turismo: o caso da empresa Ambiental Viagens e Turismo*.
- UNCSD (2012). *The future we want*. A/CONF.216/L.1. Rio de Janeiro, Brazil 20-22 June.
- Zamignan, G. e Sampaio, C.A.C. (2010). *Turismo de base comunitária como perspectiva para a preservação da biodiversidade e de modos de vidas de comunidades tradicionais: a experiência da micro-bacia do Rio Sagrado, Morretes (PR)*. In *V Encontro Nacional da ANPPAS*, Florianópolis, SC.