

Uma Avaliação sobre o Turismo Criativo

A Review of Creative Tourism

Una Revisión del Turismo Creativo

DOI: 10.55905/ijsmtv10n3-033

Originals received: 04/15/2024

Acceptance for publication: 05/20/2024

João Guilherme Magalhães Timotio

Doutor em Administração

Instituição: Universidade Federal de Minas Gerais

Endereço: Campus Universitário Prof. Darcy Ribeiro, Av. Prof. Rui Braga, S/N, Vila

Mauriceia, Montes Claros - MG, CEP: 39401-089

E-mail: j.guilhermemagalhes@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9622-935X>

Vânia Ereni Lima Vieira

Mestra em Educação

Instituição: Universidade Estadual de Montes Claros

Endereço: Campus Universitário Prof. Darcy Ribeiro, Av. Prof. Rui Braga, S/N, Vila

Mauriceia, Montes Claros - MG, CEP: 39401-089

E-mail: vania.vieira@unimontes.br

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8219-0298>

Ramon Alves de Oliveira

Doutor em Administração

Instituição: Universidade FUMEC

Endereço: Campus Universitário Prof. Darcy Ribeiro, Av. Prof. Rui Braga, S/N, Vila

Mauriceia, Montes Claros - MG, CEP: 39401-089

E-mail: ramon.oliveira@unimontes.br

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4608-0766>

RESUMO

Este estudo investiga a expansão e as dinâmicas do turismo criativo, uma modalidade turística que enfatiza a participação ativa do turista em experiências culturalmente enriquecedoras. A pesquisa busca explorar como o turismo criativo pode ser uma estratégia eficaz para a regeneração econômica e cultural dos destinos turísticos. O objetivo principal é analisar a evolução do interesse acadêmico pelo turismo criativo, identificar as principais contribuições científicas e avaliar o impacto dessas pesquisas na prática turística e na teoria. Utilizando a base de dados SciVerse Scopus, foi realizada uma análise bibliométrica de artigos publicados entre 2006 e 2023, seguido pela avaliação dos cinco artigos mais citados na área. A metodologia incluiu a coleta e análise de dados usando o software bibliometrix no RStudio, permitindo uma abordagem detalhada das

tendências de pesquisa, colaborações internacionais, e a influência de trabalhos fundamentais no campo. Os resultados revelam um crescimento significativo no número de publicações sobre turismo criativo, com uma forte tendência para estudos interdisciplinares e colaborativos. As descobertas também sublinham a importância de experiências autênticas e co-criadas no aumento da satisfação dos turistas e no desenvolvimento sustentável dos destinos. A pesquisa demonstra a necessidade de estratégias de turismo que integrem tecnologia e criatividade para enriquecer a experiência turística e promover a regeneração cultural e econômica dos locais. Este estudo contribui para o campo do turismo criativo ao oferecer uma análise abrangente da literatura, destacando áreas-chave para futuras investigações e práticas de desenvolvimento turístico.

Palavras-chave: turismo criativo, bibliometria, bibliometrix, desenvolvimento turístico, criatividade.

ABSTRACT

This study explores the expansion and dynamics of creative tourism, a type of tourism that emphasizes active participation by tourists in culturally enriching experiences. The research aims to investigate how creative tourism can serve as an effective strategy for the economic and cultural regeneration of tourist destinations. The primary goal is to analyze the evolution of academic interest in creative tourism, identify key scientific contributions, and assess the impact of these studies on tourism practice and theory. Utilizing the SciVerse Scopus database, a bibliometric analysis was conducted on articles published between 2006 and 2023, followed by an evaluation of the five most cited articles in the field. The methodology involved data collection and analysis using bibliometrix software in RStudio, enabling a detailed approach to research trends, international collaborations, and the influence of seminal works in the field. The results reveal a significant increase in publications on creative tourism, with a strong trend toward interdisciplinary and collaborative studies. The findings also underscore the importance of authentic and co-created experiences in enhancing tourist satisfaction and the sustainable development of destinations. The research highlights the need for tourism strategies that integrate technology and creativity to enrich the tourist experience and promote cultural and economic regeneration at destinations. This study contributes to the field of creative tourism by providing a comprehensive analysis of the literature and highlighting key areas for future investigation and tourism development practices.

Keywords: creative tourism, bibliometric, bibliometrix, tourism development, creative.

RESUMEN

Este estudio investiga la expansión y las dinámicas del turismo creativo, una modalidad turística que enfatiza la participación activa del turista en experiencias culturalmente enriquecedoras. La investigación busca explorar cómo el turismo creativo puede ser una estrategia efectiva para la regeneración económica y cultural de los destinos turísticos. El objetivo principal es analizar la evolución del interés académico por el turismo creativo, identificar las principales contribuciones científicas y evaluar el impacto de estas investigaciones en la práctica turística y en la teoría. Utilizando la base de datos SciVerse

Scopus, se realizó un análisis bibliométrico de artículos publicados entre 2006 y 2023, seguido por la evaluación de los cinco artículos más citados en el área. La metodología incluyó la recolección y análisis de datos usando el software bibliometrix en RStudio, permitiendo un enfoque detallado de las tendencias de investigación, colaboraciones internacionales, y la influencia de trabajos fundamentales en el campo. Los resultados revelan un crecimiento significativo en el número de publicaciones sobre turismo creativo, con una fuerte tendencia hacia estudios interdisciplinarios y colaborativos. Los hallazgos también subrayan la importancia de experiencias auténticas y co-creadas en el aumento de la satisfacción de los turistas y en el desarrollo sostenible de los destinos. La investigación demuestra la necesidad de estrategias de turismo que integren tecnología y creatividad para enriquecer la experiencia turística y promover la regeneración cultural y económica de los lugares. Este estudio contribuye al campo del turismo creativo al ofrecer un análisis comprensivo de la literatura, destacando áreas clave para futuras investigaciones y prácticas de desarrollo turístico.

Palabras clave: turismo creativo, bibliométrico, bibliometrix, desarrollo turístico, creativo.

1 INTRODUÇÃO

O turismo criativo é uma abordagem moderna à experiência turística que envolve a participação ativa dos visitantes em atividades culturalmente enriquecedoras e criativas no destino que visitam. Esta forma de turismo é impulsionada por uma mudança nas preferências dos consumidores que buscam experiências mais autênticas e envolventes, diferenciando-se do turismo cultural tradicional, que muitas vezes se foca em patrimônios tangíveis e atividades passivas (Richards, 2011).

A essência do turismo criativo reside na co-criação de experiências, onde turistas não são apenas espectadores, mas colaboradores ativos no processo criativo. Isso pode incluir desde oficinas de artesanato local até participação em festivais ou projetos artísticos, proporcionando uma conexão mais profunda com a cultura local. Essas experiências são não só mais memoráveis, mas também permitem que os turistas desenvolvam novas habilidades e expressões criativas (Tan; Kung; Luh, 2013).

A promoção do turismo criativo também oferece vantagens econômicas e sociais para os destinos. Ao diferenciar sua oferta turística através da criatividade, as localidades podem atrair um segmento de mercado valioso e diversificado, além de estimular a

economia local. Isso inclui não só o aumento no consumo de produtos e serviços locais, mas também a valorização de tradições e artes que podem ser revitalizadas através do interesse turístico. Duxbury et al. (2020) destacam que as iniciativas de turismo criativo contribuem para a regeneração cultural e econômica, inspirando inovação e colaboração comunitária.

Entretanto, o desenvolvimento do turismo criativo deve ser feito de maneira sustentável para evitar a comercialização excessiva das culturas locais. É fundamental que as práticas turísticas incentivem o respeito e a preservação da autenticidade cultural, evitando a criação de experiências genéricas que possam diluir a identidade local. A inclusão das comunidades no processo de planejamento e execução das atividades turísticas é crucial para garantir que os benefícios sejam compartilhados de maneira equitativa (Jóhannesson; Lund, 2018).

Este trabalho teve como objetivo empenhar uma análise bibliométrica sobre “turismo criativo”. Em específico, buscou-se: i.) fazer uma análise descritiva do portfólio bibliográfico; ii.) avaliar os cinco artigos mais citados sobre o assunto.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O turismo criativo representa uma abordagem inovadora para o desenvolvimento do setor turístico, alavancando a criatividade não apenas como uma forma de entretenimento, mas como um vetor de desenvolvimento econômico e cultural. Destinos ao redor do mundo estão começando a suplementar suas estratégias de desenvolvimento cultural com iniciativas voltadas para a criatividade, aproveitando ao máximo a emergência do turismo criativo como uma forma distinta de experiência turística (Richards, 2011).

Uma das principais características do turismo criativo é a sua capacidade de transformar espaços e lugares por meio da criatividade. Cidades e regiões buscam aumentar sua atratividade para a 'classe criativa' e apoiar as indústrias criativas para se tornarem 'cidades criativas'. As estratégias de design criativo em destinos turísticos devem ser sensíveis ao contexto local, seguindo princípios de design fundamentais para criar uma narrativa coerente que engaje tanto moradores quanto turistas (Richards, 2020).

O turismo criativo também é visto como um motor para o desenvolvimento sustentável e regenerativo. Projetos como o CREATOUR demonstram como as atividades de turismo criativo, implementadas sob diversas condições, podem inspirar novas ideias e atividades, contribuindo para a vitalidade cultural e dinâmicas de regeneração potencial em comunidades locais (Duxbury; Bakas; Vinagre de Castro; Silva, 2020).

O desenvolvimento do turismo criativo muitas vezes envolve o uso de tecnologias avançadas de Informação e Comunicação (TICs). Esta integração facilita a interatividade e a co-criação de experiências culturais, marcando a transição do turismo cultural tradicional para um modelo mais integrado e interativo de turismo criativo. Essas dinâmicas são fundamentais para melhorar a competitividade dos destinos turísticos e para a regeneração urbana (Trinchini; Spyriadis, 2019).

Além disso, o turismo criativo oferece uma alternativa à reprodução em massa do turismo cultural convencional. Ele propõe experiências mais flexíveis e autênticas que podem ser co-criadas entre o anfitrião e o turista, promovendo um envolvimento mais profundo com a vida cotidiana do destino. Essa abordagem não apenas enriquece a experiência do turista, mas também destaca os potenciais perigos da mercantilização da vida cotidiana e da hype criativa (Richards, 2011).

A relação entre a economia criativa e o turismo é complexa e multifacetada. As indústrias criativas desempenham um papel fundamental na revitalização, reconstrução e criação de novos usos para monumentos culturais, contribuindo significativamente para aumentar o interesse turístico em destinos específicos. Isso mostra como a economia criativa, o patrimônio cultural e o turismo estão intrinsecamente ligados, abrindo novas oportunidades para o desenvolvimento integrado de territórios (Duxbury; Bakas; Vinagre de Castro; Silva, 2020; Richards, 2011).

O desenvolvimento de produtos de turismo criativo também deve considerar a sustentabilidade e a capacidade de adaptação às mudanças globais, como a digitalização e as novas demandas dos turistas pós-pandemia. A integração de tecnologias inteligentes no turismo criativo pode ampliar a experiência do visitante, proporcionando novas maneiras de explorar e interagir com o patrimônio cultural (Trinchini; Spyriadis, 2019).

Avaliar o impacto do turismo criativo é essencial para entender seu verdadeiro

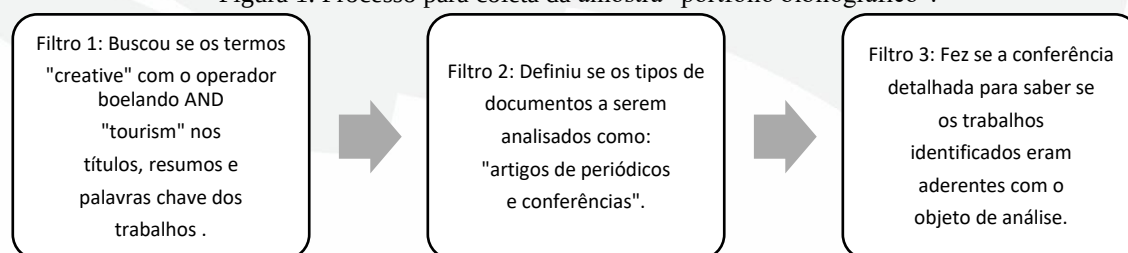
valor e potencial para transformar destinos. Estudos de impacto podem ajudar os formuladores de políticas e os gestores de turismo a identificar as práticas mais eficazes e sustentáveis, garantindo que os benefícios do turismo sejam amplamente distribuídos entre todos os stakeholders envolvidos, desde comunidades locais até investidores e governos (Tomaz; Costa; Gato; Cruz; Perestrelo, 2020).

Portanto, o turismo criativo não é apenas uma oportunidade de mercado, mas uma estratégica multifacetada que pode contribuir significativamente para a sustentabilidade cultural, social e econômica dos destinos turísticos. Seu desenvolvimento consciente pode resultar em um legado duradouro para as gerações futuras, preservando tradições enquanto inova em práticas turísticas.

3 METODOLOGIA

Optou-se pela base de dados SciVerse Scopus da Elsevier B.V. por sua elevada reputação no meio acadêmico e pela capacidade de realizar buscas simultâneas em múltiplas fontes científicas de alta qualidade. Três critérios específicos foram utilizados para selecionar nossa amostra, agora referida como portfólio bibliográfico. Os dados foram coletados em formato CSV. A Figura 1 mostra o procedimento adotado.

Figura 1. Processo para coleta da amostra “portfólio bibliográfico”.



Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

É importante salientar que não foi fixado um ano inicial para a coleta de dados, mas o ano de 2023 foi estabelecido como o limite final para a amostra, visto que o ano atual (2024) ainda está em curso. Este estudo utiliza métodos bibliométricos com o auxílio do pacote bibliometrix no software RStudio. O bibliometrix é uma ferramenta de código aberto em R que possibilita a realização de análises detalhadas de mapeamento científico

utilizando dados não estruturados (Aria; Cuccurullo, 2017; Derviş, 2019).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A Tabela 1 apresenta um resumo das características fundamentais do portfólio bibliográfico relacionado ao tema "turismo criativo", abrangendo o período de 2006 a 2023.

Tabela 1. Informações básicas do portfólio bibliográfico.

Descrição	Resultado
Série temporal	2006:2023
Total de fontes (periódicos e conferências)	93
Total de documentos	163
Total de artigos de periódicos	141
Total de artigos de conferências	22
Taxa de crescimento anual da pesquisa (%)	17,27
Idade média dos documentos	4,52
Total de referências nos trabalhos	7387
Total de pesquisadores	353
Coautores por documento	2,77
Taxa de coautores internacionais (%)	23,31

Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

Este conjunto de dados revela uma produção científica robusta, com um total de 163 documentos, dos quais 141 são artigos de periódicos e 22 de conferências, refletindo a preferência da comunidade acadêmica por divulgar suas pesquisas principalmente através de periódicos.

O total de fontes utilizadas, incluindo periódicos e conferências, é de 93, indicando uma diversidade de canais para a disseminação de conhecimento nessa área. A taxa de crescimento anual da pesquisa, de 17,27%, demonstra um interesse crescente pelo turismo criativo ao longo dos anos, sugerindo que o campo está ganhando relevância e atraindo mais investigadores e estudiosos.

A idade média dos documentos é de 4,52 anos, o que indica que a maioria dos trabalhos é relativamente recente e relevante para as discussões atuais no campo do turismo criativo. Este aspecto é crucial para entender as tendências e direções recentes na pesquisa, refletindo respostas a mudanças sociais, econômicas e tecnológicas que impactam esta área do turismo.

Um total impressionante de 7387 referências foi citado nesses trabalhos, mostrando a base extensa de conhecimento que suporta novas pesquisas no campo e evidenciando a integração de diversas teorias e achados prévios nos estudos atuais. O número de pesquisadores envolvidos nestes estudos é de 353, com uma média de 2,77 coautores por documento, o que sublinha a natureza colaborativa da pesquisa em turismo criativo.

Notavelmente, a taxa de coautores internacionais é de 23,31%, destacando a colaboração internacional na pesquisa sobre turismo criativo e indicando uma troca valiosa de perspectivas globais que enriquece a compreensão e desenvolvimento do campo.

Esses dados não apenas ilustram a dinâmica e o crescimento do estudo do turismo criativo, mas também sublinham a importância das colaborações interdisciplinares e internacionais na expansão e enriquecimento da literatura sobre o assunto. Tais colaborações são essenciais para abordar complexidades multifacetadas do turismo criativo e para propor soluções inovadoras que beneficiem tanto comunidades locais quanto turistas.

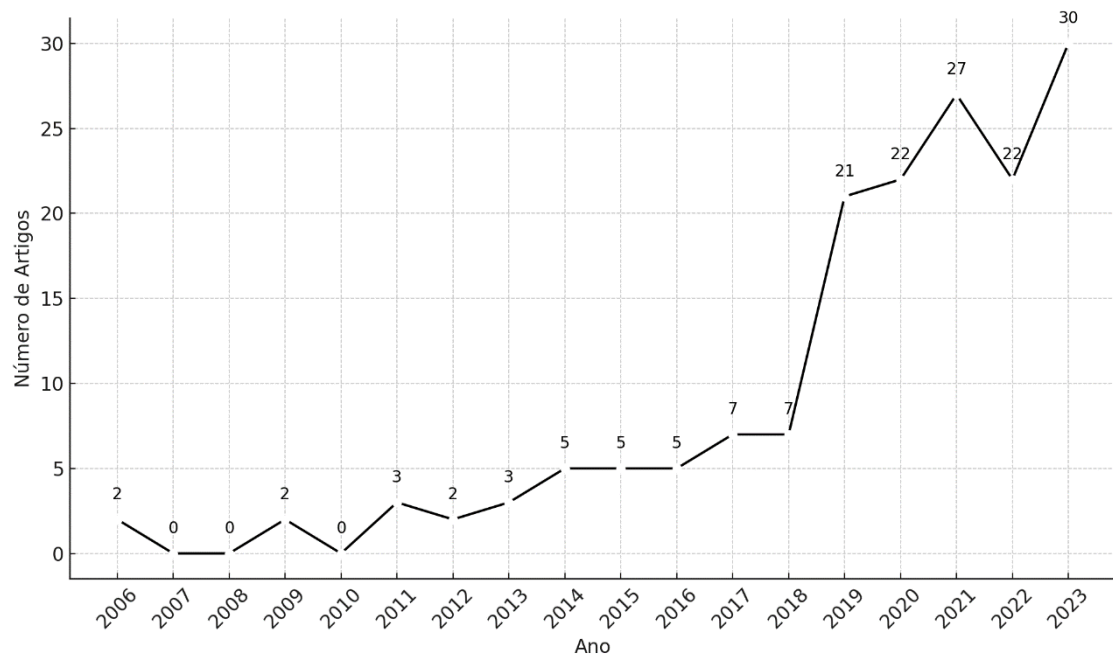
A importância das colaborações interdisciplinares e internacionais na pesquisa sobre turismo criativo é ressaltada por diversos estudos que apontam para os benefícios de abordagens colaborativas. Duxbury e Bakas (2022) destacam que projetos de pesquisa prática em turismo criativo, que incluem colaboração interdisciplinar, enfrentam desafios significativos, mas são essenciais para capturar conhecimento baseado em prática e avançar na aplicação de resultados de pesquisa na prática real.

Oviedo-García (2016) ressalta a necessidade de verdadeira interdisciplinaridade na pesquisa em turismo, que pode gerar novos conceitos, métodos e conhecimentos, ampliando assim a qualidade e o impacto da pesquisa.

Liburd (2018) discute como a colaboração e o desenvolvimento sustentável se entrelaçam no contexto do turismo, argumentando que a colaboração é crucial para o desenvolvimento turístico sustentável e para a implementação eficaz de práticas sustentáveis em destinos turísticos.

A análise da evolução anual da pesquisa sobre turismo criativo é mostrada na Figura 2, a qual demonstra um aumento significativo do interesse acadêmico nesta área, especialmente observado nos últimos anos. Este crescimento é acompanhado por diversas transformações nos temas e abordagens das pesquisas.

Figura 2. Evolução anual da pesquisa sobre “turismo criativo”.



Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

Inicialmente, o turismo criativo focava mais nos aspectos de co-criação e experiências dos turistas, bem como na utilização da criatividade no contexto turístico. Com o tempo, observou-se uma expansão para incluir a economia da experiência, a integração da tecnologia e a sustentabilidade nas estratégias de turismo criativo (Galvagno; Giaccone, 2019).

Os avanços tecnológicos, especialmente no uso de TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação), têm desempenhado um papel crucial na evolução do turismo criativo, transformando a forma como os turistas interagem com os destinos e criam suas próprias experiências. Isto é evidente na crescente convergência entre turismo criativo e turismo inteligente, onde a tecnologia habilita experiências turísticas mais ricas e personalizadas (Trinchini; Spyriadis, 2019).

Além disso, a pesquisa sobre turismo criativo em contextos de países em desenvolvimento começou a ganhar atenção, focando em como o turismo criativo pode ser uma ferramenta para o desenvolvimento comunitário e redução da pobreza, oferecendo novas perspectivas e modelos de turismo que beneficiam tanto os turistas quanto as comunidades locais (Dias; González-Rodríguez; Patuleia, 2021).

O aumento dos estudos e publicações reflete não apenas o interesse crescente, mas também a evolução do campo em direção a abordagens mais integradas e sustentáveis, marcando a transformação do turismo criativo de um nicho para uma parte integral do setor turístico global.

A Tabela 2 mostra os cinco artigos mais citados globalmente, ou seja, aqueles do portfólio bibliográfico que foram mais citados tanto pelos próprios trabalhos da amostra quanto por aqueles de fora dela.

Tabela 2. Cinco artigos mais citados globalmente.

Artigo	DOI	Citações
RICHARDS, Greg; WILSON, Julie. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. <i>Tourism management</i> , v. 27, n. 6, p. 1209-1223, 2006.	10.1016/j.tourman.2005.06.002	670
ALI, Faizan; RYU, Kisang; HUSSAIN, Kashif. Influence of experiences on memories, satisfaction and behavioral intentions: A study of creative tourism. <i>Journal of Travel & Tourism Marketing</i> , v. 33, n. 1, p. 85-100, 2016.	10.1080/10548408.2015.1038418	283
RICHARDS, Greg. Creativity and tourism in the city. <i>Current issues in Tourism</i> , v. 17, n. 2, p. 119-144, 2014.	10.1080/13683500.2013.783794	210
TAN, Siow-Kian; KUNG, Shiann-Far; LUH, Ding-Bang. A model of 'creative experience' in creative tourism. <i>Annals of tourism research</i> , v. 41, p. 153-174, 2013.	10.1016/j.annals.2012.12.002	197
CHANG, Lan-Lan; F. BACKMAN, Kenneth; CHIH HUANG, Yu. Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention. <i>International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research</i> , v. 8, n. 4, p. 401-419, 2014.	10.1108/IJCTHR-04-2014-0032	172

Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

Com 670 citações, o artigo mais citado da amostra “*Developing Creative in Tourist Experiences: a Solution to the Serial Reproduction of Culture?*” publicado no periódico *Tourism Management* em 2006, explora como a criatividade pode ser integrada nas experiências turísticas para superar a reprodução serial da cultura em destinos turísticos. Os autores argumentam que, enquanto a cultura tem sido cada vez mais utilizada como meio de desenvolvimento social e econômico, o mercado de turismo cultural enfrenta uma saturação de novas atrações e rotas culturais, levando os consumidores a buscar alternativas mais autênticas e envolventes (Richards; Wilson, 2006).

Richards e Wilson discutem como a oferta padronizada de experiências culturais pode desencorajar turistas que buscam autenticidade. Eles destacam uma tendência crescente entre os consumidores que preferem experiências que permitam maior envolvimento pessoal e oportunidades de co-criação, em oposição à simples observação passiva. O artigo enfatiza que o uso da criatividade é uma resposta potencial à necessidade de diferenciação e personalização no turismo cultural. A criatividade aqui é vista não apenas como uma ferramenta para desenvolver novos produtos turísticos, mas também como um meio para os turistas participarem ativamente na criação de suas próprias experiências, aumentando assim o valor percebido e a satisfação (Richards; Wilson, 2006).

Este artigo é um marco importante na literatura sobre turismo, pois desafia o status quo do turismo cultural e sugere um caminho progressista para o desenvolvimento turístico que valoriza tanto a autenticidade quanto a participação ativa dos turistas (Richards; Wilson, 2006).

O artigo *“Influence of experiences on memories, satisfaction and behavioral intentions: A study of creative tourism”* por Faizan Ali, Kisang Ryu, e Kashif Hussain, publicado em 2016 na revista *Journal of Travel & Tourism Marketing* e com 283 citações, investiga a influência das experiências dos turistas criativos sobre suas memórias, satisfação e intenções comportamentais. Este estudo é particularmente notável por sua abordagem empírica na análise dos efeitos das experiências turísticas nas reações subsequentes dos turistas, um tema pouco explorado na literatura sobre turismo criativo até então (Ali; Ryu; Hussain, 2016).

Os autores propõem-se a preencher uma lacuna na pesquisa ao examinar como as experiências dos turistas criativos afetam suas memórias e satisfação, e como estas, por sua vez, influenciam suas intenções comportamentais futuras. O estudo foi conduzido com 296 turistas em resorts selecionados nos estados malaios de Terengganu e Kedah (Ali; Ryu; Hussain, 2016).

Utilizando amostragem por propósito, os autores coletaram dados por meio de questionários. Eles empregaram modelagem de equações estruturais para analisar as relações entre as experiências dos turistas criativos, suas memórias, satisfação e intenções comportamentais. O estudo identificou que a experiência do turista criativo pode ser categorizada em cinco dimensões distintas: escapismo e reconhecimento, paz de espírito,

envolvimento único, interatividade e aprendizado. Mais importante, os resultados mostraram que a experiência do turista criativo é um bom preditor de suas memórias, satisfação e intenções comportamentais (Ali; Ryu; Hussain, 2016).

É um trabalho seminal que não apenas destaca a complexidade das experiências turísticas criativas, mas também delinea caminhos claros para futuras investigações e aplicações práticas no campo do marketing de turismo. O estudo ressalta a necessidade de uma abordagem mais nuanciada na criação e gerenciamento de experiências turísticas, que considere as motivações e reações emocionais dos turistas (Ali; Ryu; Hussain, 2016).

O artigo “*Creativity and tourism in the city*” de Greg Richards, publicado em 2014 no periódico *Current Issues in Tourism*, recebeu 210 citações e aborda a crescente importância da criatividade no desenvolvimento do turismo urbano. Richards discute como as cidades, enfrentando intensa competição, procuram se distinguir por meio de estratégias criativas. No entanto, ele argumenta que essas estratégias podem ser contraproducentes quando levam a uma “reprodução serial”, onde cidades diferentes adotam modelos de desenvolvimento criativo semelhantes, tornando-se menos atrativas para os turistas que buscam experiências únicas (Richards, 2014).

O autor explora como a criatividade se tornou um recurso vital para as cidades que desejam promover o turismo. A criatividade é vista como uma resposta à necessidade de diferenciação em um mercado global saturado, onde as cidades competem por atenção e recursos turísticos. Richards critica a dependência de modelos padronizados de criatividade, muitas vezes inspirados em ideias de “gurus” como Richard Florida e Charles Landry. Ele observa que o seguimento dessas prescrições exógenas, através do que ele chama de “política rápida” e “turismo de políticas”, frequentemente resulta em uma homogeneização que falha em atrair turistas procurando autenticidade (Richards, 2014).

O artigo também discute a transição da vantagem competitiva tangível para a intangível e relacional, com um foco crescente no turismo baseado em criatividade e conhecimento embutido. Richards sugere que essa mudança reflete uma tendência mais ampla na economia global e nas preferências dos consumidores. O autor propõe que para as cidades se destacarem de maneira sustentável, elas devem desenvolver abordagens criativas que sejam verdadeiramente inovadoras e enraizadas em suas culturas e contextos locais, ao invés de simplesmente copiar modelos de outros lugares (Richards, 2014).

Este trabalho é significativo por destacar a dualidade do uso da criatividade em turismo urbano — como ela pode tanto enriquecer quanto diluir a oferta turística de uma cidade. Richards chama a atenção para a necessidade de uma abordagem mais crítica e contextualizada no desenvolvimento de políticas de turismo criativo, alertando para os perigos da padronização. O artigo é frequentemente citado como uma crítica fundamental às políticas de turismo e desenvolvimento urbano baseadas em modelos de criatividade não adaptados (Richards, 2014).

Com 197 citações, o artigo “*A model of ‘creative experience’ in creative tourism*” de Tan, Kung e Luh, publicado em 2013 na revista *Annals of Tourism Research*, é um estudo influente que explora a essência da criatividade no turismo criativo a partir da perspectiva do turista. Este estudo é particularmente notável por seu foco em entender profundamente as interações e reflexões que constituem as experiências criativas dos turistas (Tan; Kung; Luh, 2013).

O principal objetivo deste trabalho é desenvolver um modelo que explique a experiência criativa dos turistas em atividades de turismo criativo. O estudo se baseia em entrevistas em profundidade e observações realizadas em quatro locais da “Indústria de Vida Criativa” em Taiwan (Tan; Kung; Luh, 2013).

O estudo identifica duas dimensões principais que formam a experiência criativa: interações externas e reflexões internas. Estas dimensões interagem continuamente na experiência interna dos turistas, com a consciência sendo um pré-requisito para a experiência criativa. Este trabalho amplia a compreensão do turismo criativo ao conectar de maneira significativa a experiência turística com conceitos de criatividade e interação. Proporciona uma estrutura complexa que pode ser utilizada para investigar como as experiências criativas são formadas e como elas diferem de outras experiências turísticas (Tan; Kung; Luh, 2013).

Os resultados sugerem que os profissionais de turismo podem melhorar a satisfação dos turistas e suas intenções de retorno ao enfatizar e facilitar interações ricas e reflexões significativas. Estes insights são valiosos para o design de experiências turísticas mais envolventes e memoráveis. O estudo é frequentemente citado na literatura sobre turismo criativo, sublinhando seu impacto significativo na forma como entendemos e

facilitamos experiências turísticas que são genuinamente enriquecedoras e transformadoras (Tan; Kung; Luh, 2013).

O artigo “*Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists’ motivation, experience, perceived value, and revisit intention*” de Lan-Lan Chang, Kenneth F. Backman, e Yu-Chih Huang, publicado em 2014 no *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* com 172 citações, explora a inter-relação entre a motivação dos turistas, suas experiências, o valor percebido dessas experiências, e suas intenções de visitar destinos de turismo criativo (Chang; F. Backman; Chih Huang, 2014).

O estudo visa entender como a motivação, experiência, e o valor percebido influenciam as intenções de visita dos turistas a destinos que promovem o turismo criativo. Os autores focam em desvendar a psicologia de consumo dos turistas em contextos de turismo criativo, um campo ainda pouco explorado em pesquisas anteriores. A pesquisa foi realizada em três locais populares de turismo criativo em Taiwan — Meinong, Shuili, e Yingge. Os dados foram coletados através de questionários distribuídos a turistas que visitaram esses locais, e a análise foi conduzida utilizando a metodologia de equações estruturais (Chang; F. Backman; Chih Huang, 2014).

Os resultados mostraram que a motivação dos turistas está fortemente ligada às suas experiências e ao valor que percebem nessas experiências. Além disso, esses fatores têm um impacto significativo nas intenções dos turistas de visitar os locais. A experiência criativa dos turistas, que inclui aspectos como a interação com o ambiente e as atividades oferecidas, é crucial para aumentar a satisfação e a probabilidade de eles retornarem. Este estudo sugere que os gestores de destinos turísticos devem focar em criar experiências ricas e envolventes que não apenas satisfazem, mas também superam as expectativas dos turistas. Isso pode ser alcançado através da oferta de atividades que permitem aos turistas explorar sua criatividade e interagir de maneira significativa com o local (Chang; F. Backman; Chih Huang, 2014).

Este artigo é importante para pesquisadores e profissionais do setor de turismo, pois destaca a importância de entender profundamente o que motiva os turistas criativos e como essas motivações influenciam suas percepções e comportamentos. A análise oferece insights valiosos para o desenvolvimento de estratégias que podem aumentar a

atratividade e a competitividade dos destinos turísticos focados na criatividade (Chang; F. Backman; Chih Huang, 2014).

5 CONCLUSÃO

O estudo bibliométrico sobre "turismo criativo" oferece insights valiosos e uma visão aprofundada das dinâmicas e tendências na pesquisa nesta área emergente. Este trabalho cumpriu seus objetivos ao realizar uma análise descritiva abrangente do portfólio bibliográfico e ao avaliar os artigos mais influentes no campo. Os resultados destacam um crescimento robusto no interesse acadêmico pelo turismo criativo, sublinhado por uma taxa anual de crescimento significativa e um envolvimento considerável da comunidade internacional de pesquisadores.

As descobertas mais importantes revelam como a criatividade está sendo integrada nas experiências turísticas, proporcionando uma regeneração cultural, econômica e social dos destinos. As interações entre turistas e comunidades locais, enriquecidas por atividades criativas, não só aumentam a atratividade dos destinos mas também fomentam o desenvolvimento sustentável e a preservação cultural. Além disso, a crescente colaboração interdisciplinar e internacional nos estudos sobre turismo criativo reforça a relevância deste campo, promovendo um entendimento mais profundo e soluções inovadoras que beneficiam tanto visitantes quanto residentes.

Este trabalho contribui para a literatura acadêmica, proporcionando uma base sólida para futuras investigações e para a formulação de políticas que apoiam o turismo criativo como uma abordagem viável e valiosa para o desenvolvimento turístico global. Além disso, a análise dos artigos mais citados demonstra o impacto e a importância do turismo criativo na revitalização das experiências turísticas e na satisfação e intenções de retorno dos turistas.

Em resumo, o turismo criativo é apresentado não apenas como uma oportunidade de mercado, mas como uma estratégia multifacetada que pode enriquecer a oferta turística e contribuir para a sustentabilidade dos destinos turísticos, garantindo que legados culturais e sociais sejam preservados e valorizados pelas gerações futuras.

REFERÊNCIAS

- ALI, Faizan; RYU, Kisang; HUSSAIN, Kashif. Influence of experiences on memories, satisfaction and behavioral intentions: A study of creative tourism. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, [s. l.], v. 33, n. 1, p. 85–100, 2016.
- ARIA, Massimo; CUCCURULLO, Corrado. bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. **Journal of informetrics**, [s. l.], v. 11, n. 4, p. 959–975, 2017.
- CHANG, Lan-Lan; F. BACKMAN, Kenneth; CHIH HUANG, Yu. Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention. **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, [s. l.], v. 8, n. 4, p. 401–419, 2014.
- DERVIŞ, Hamid. Bibliometric analysis using bibliometrix an R package. **Journal of scientometric research**, [s. l.], v. 8, n. 3, p. 156–160, 2019.
- DIAS, Álvaro; GONZÁLEZ-RODRÍGUEZ, Maria Rosario; PATULEIA, Mafalda. Developing poor communities through creative tourism. **Journal of Tourism and Cultural Change**, [s. l.], v. 19, n. 4, p. 509–529, 2021.
- DUXBURY, Nancy; BAKAS, Fiona Eva; DE CARVALHO, Cláudia Pato. Why is research–practice collaboration so challenging to achieve? A creative tourism experiment. In: QUALITATIVE METHODOLOGIES IN TOURISM STUDIES. [S. l.]: Routledge, 2022. p. 325–350.
- DUXBURY, Nancy; BAKAS, Fiona Eva; VINAGRE DE CASTRO, Tiago; SILVA, Sílvia. Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. **Sustainability**, [s. l.], v. 13, n. 1, p. 2, 2020.
- GALVAGNO, Marco; GIACCONE, Sonia C. Mapping creative tourism research: Reviewing the field and outlining future directions. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, [s. l.], v. 43, n. 8, p. 1256–1280, 2019.
- JÓHANNESSON, Gunnar Thór; LUND, Katrín Anna. Creative connections? Tourists, entrepreneurs and destination dynamics. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, [s. l.], v. 18, n. sup1, p. S60–S74, 2018.
- LIBURD, Janne; EDWARDS, Deborah. **Collaboration for sustainable tourism development**. [S. l.]: Goodfellow Publishers Ltd, 2018.
- OVIEDO-GARCÍA, M Ángeles. Tourism research quality: Reviewing and assessing interdisciplinarity. **Tourism Management**, [s. l.], v. 52, p. 586–592, 2016.
- RICHARDS, Greg. Creativity and tourism in the city. **Current issues in Tourism**, [s. l.], v. 17, n. 2, p. 119–144, 2014.

RICHARDS, Greg. Creativity and tourism: The state of the art. **Annals of tourism research**, [s. l.], v. 38, n. 4, p. 1225–1253, 2011.

RICHARDS, Greg. Designing creative places: The role of creative tourism. **Annals of tourism research**, [s. l.], v. 85, p. 102922, 2020.

RICHARDS, Greg; WILSON, Julie. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. **Tourism management**, [s. l.], v. 27, n. 6, p. 1209–1223, 2006.

TAN, Siow-Kian; KUNG, Shiann-Far; LUH, Ding-Bang. A model of ‘creative experience’ in creative tourism. **Annals of tourism research**, [s. l.], v. 41, p. 153–174, 2013.

TOMAZ, Elisabete; COSTA, Pedro; GATO, Maria Assunção; CRUZ, Ana Rita; PERESTRELO, Margarida. Discussing impact assessment on creative tourism: A theoretical and analytical model. [s. l.], 2020.

TRINCHINI, Lino; SPYRIADIS, Thanasis. Towards smart creative tourism. In: SMART TOURISM AS A DRIVER FOR CULTURE AND SUSTAINABILITY: FIFTH INTERNATIONAL CONFERENCE IACUDIT, ATHENS 2018, 2019. **Anais [...]**. [S. l.]: Springer, 2019. p. 451–465.