

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS  
ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E TURISMO**

**DANIELE LIBERATO ROEL**

**ECONOMIA CRIATIVA NO TURISMO: UM ESTUDO SOBRE AS PUBLICAÇÕES  
CIENTÍFICAS**

**MANAUS**

**2021**

**DANIELE LIBERATO ROEL**

**ECONOMIA CRIATIVA NO TURISMO: UM ESTUDO SOBRE AS PUBLICAÇÕES  
CIENTÍFICAS**

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC apresentado como requisito de obtenção do título de Bacharel em Turismo da Escola Superior de Artes e Turismo (ESAT) da Universidade do Estado do Amazonas (UEA).

Orientação: Prof.<sup>a</sup> Paula Cristina Pereira Rodrigues Chaves, Ma.

**Manaus**

**2021**

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada à fonte.

### Ficha Catalográfica

ROEL, Daniele Liberato

Economia Criativa no Turismo: Um Estudo Sobre as Publicações Científicas, Manaus / AM/ Daniele Liberato Roel. 2021 64 f.

Orientadora: Paula Cristina Pereira Rodrigues Chaves.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado) Universidade do Estado do Amazonas.

1. Introdução. 2. Economia Criativa. 3. A Economia Criativa e o Turismo Criativo 4. Procedimentos Metodológicos 5. Resultados e Discussões 6. Considerações finais. I. Chaves, Paula Cristina Pereira Rodrigues, orient. II. Universidade do Estado do Amazonas. III. Título.

**DANIELE LIBERATO ROEL**

**ECONOMIA CRIATIVA NO TURISMO: UM ESTUDO SOBRE AS PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Grau de Bacharel em Turismo da Escola Superior de Artes e Turismo da Universidade do Estado do Amazonas (UEA) e aprovado, em sua forma final, pela Comissão Examinadora.

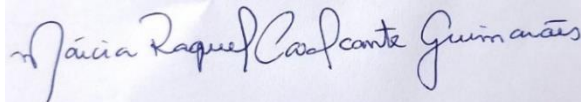
Aprovado em 27/07/2021

**BANCA EXAMINADORA**



---

**Paula Cristina Pereira Rodrigues Chaves, Ma.**  
(Universidade do Estado do Amazonas - UEA)



---

**Marcia Raquel Cavalcante Guimarães, Dra.**  
(Universidade do Estado do Amazonas - UEA)



---

**Lúcia Cláudia Barbosa Santos, Esp.**  
(Universidade do Estado do Amazonas - UEA)

Dedico este trabalho ao meu namorado Matheus, cuja presença sempre afetou positivamente minha vida, em todos os aspectos. E sempre me incentivou a realizar este sonho.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, pela minha vida, e por me permitir ultrapassar todos os obstáculos encontrados ao longo da realização deste trabalho.

Aos meus pais e a minha família, pelo amor incondicional e pelo apoio demonstrado ao longo de todo o período da faculdade, pelo apoio que sempre me deram durante toda a minha vida, por serem a minha fortaleza pra onde eu sempre quero retornar.

Ao meu namorado Matheus, pelo companheirismo, pela cumplicidade e pelo apoio em todos os momentos que esteve presente na minha vida. Que sempre me incentivou nos momentos difíceis e compreendeu a minha ausência enquanto eu me dedicava à realização deste trabalho.

Aos meus amigos, por todo o apoio e pela ajuda, que muito contribuíram para a realização deste trabalho. Que sempre me incentivaram e que certamente tiveram impacto na minha formação acadêmica.

Deixo um agradecimento especial a minha orientadora, que conduziu o trabalho com tanta dedicação, nesse escasso tempo que tivemos para finalizar. Em todo o tempo sempre se demonstrou disponível a compartilhar todo o seu vasto conhecimento, obrigada por todos os conselhos, pela ajuda e pela paciência com a qual guiou o meu aprendizado.

A todos que participaram, direta ou indiretamente do desenvolvimento deste trabalho de pesquisa, enriquecendo o meu processo de aprendizado.

Por último, quero agradecer também a todos os colaboradores da Universidade do Estado do Amazonas e aos meus professores que sempre vou lembrar com carinho.

*“Por essas e outras, seja bem-vinda a economia criativa, que nos faz questionar o papel que nos cabe no mundo da propriedade intelectual. E louvada seja a economia da cultura, mostrando a base maravilhosa de desenvolvimento sustentável que nossos saberes e fazeres culturais nos oferecem”.*

*(Ana Carla Fonseca Reis)*

## RESUMO

Este estudo pretende entender e analisar o estado da arte das produções científicas que abordam o tema economia criativa no turismo e o turismo criativo através do levantamento bibliográfico e bibliométrico na base de dados do Google Acadêmico, no período entre 2017 a 2020. Atualmente, pesquisadores se dedicam ao estudo da economia criativa aplicada ao turismo, por ser uma economia onde é possível agregar valores simbólicos e comerciais, a produtos e serviços que tenham por base a criatividade, a inovação e a cultura. Desta forma, o turista pode vivenciar uma experiência envolvente e significativa. Cabe aos empreendedores turísticos se adaptar ao consumidor do século XXI e desenvolver roteiros turísticos mais criativos. A abordagem metodológica adotada é quali-quantitativa, fazendo o uso da análise exploratória, pois houve a necessidade de um levantamento e análise das publicações, e descritiva, na qual, foi apontado as características dos estudos levantados. A análise das informações foi realizada com seguintes parâmetros: concentração das publicações por periódicos e eventos; projeção anual dos artigos; objetos de estudo; características metodológicas; distribuição dos artigos em relação as categorias e setores da economia criativa; os principais assuntos abordados nas publicações em relação aos termos da economia criativa e do turismo criativo; identificação das principais características, das lacunas e incipiências de pesquisa. Quanto aos resultados, a pesquisa percebeu que os estudos têm predominância de pesquisas bibliográficas e documentais, conseqüentemente a maioria tem enfoque qualitativo na abordagem da pesquisa, e utilizam análise de conteúdo para a análise dos dados. As fragilidades encontradas foram em relação a publicações em revistas Qualis A, B1 e B2; em estudos na região Norte e na Amazônia; nas categorias relacionadas as artes digitais e artes visuais; nos setores como artesanato e culturas indígenas, lacuna nos artigos que discutissem sobre os outros setores como, patrimônio material, museus e arquivos; em explorar assuntos relacionados as atividades artísticas, inovação e as produções culturais. Posto isso, espera-se que o trabalho possa contribuir com as discussões acadêmicas e científicas realizadas na área sob o contexto da economia criativa e o turismo criativo. Estudos como este contribuem para o desenvolvimento do estado da arte sobre esse campo de conhecimento.

**Palavras-chave: Turismo; Economia Criativa; Turismo Criativo; Estudo Bibliográfico e Bibliométrico.**

## ABSTRACT

This study aims to understand and analyze the state of the art of scientific productions that address the theme of creative economy in tourism and creative tourism through bibliographical and bibliometric research in the Google Scholar database in the period between 2017 and 2020. Currently, researches are dedicated to studying the creative economy applied to tourism, because it is an economy where it is possible to add symbolic and commercial values to products and services based on creativity, innovation and culture. Therefore, tourists can encounter meaningful and engaging experiences. Touristic entrepreneurs are responsible to adapt themselves to the twenty-first century customer and develop more creative tourist itineraries. The methodological approach adopted is quali-quantitative, making use of exploratory analysis, because it was necessary to conduct a survey and analysis of publications, and descriptive, which the characteristics of the studies gathered were pointed out. The analysis of the information was based on the following parameters: concentration of publications; annual variation of articles; the object of study; relevant journals, methodological characteristics, distribution of articles in relation to the creative economy categories and sectors; the main issues addressed in the publications in relation to the terms of the creative economy and creative tourism; identification of the main characteristics, gaps and incipient research. In regards to the results, the paper concluded that that the studies have a predominance of bibliographic and documentary research. Consequently, most of them have a qualitative focus in the research approach and use content analysis for data analysis. The weaknesses found were in relation to publications in Qualis A, B1, and B2 magazines; in studies in the North region and in the Amazon; in categories related to digital arts and visual arts; in sectors such as handicrafts and indigenous cultures, a gap in articles that discussed other sectors such as material heritage, museums and archives; in exploring issues related to artistic activities, innovation and cultural productions. It is expected that the work can contribute to academic and scientific discussions held in the area under the context of the creative economy and creative tourism. Studies as such contribute to the development of the state of art in this field of knowledge.

**Keywords: Tourism; Creative Economy; Creative Tourism; Bibliographic and Bibliometric Study.**

## LISTA DE FIGURA

Figura 01: Figura com a projeção anual de publicações.....	30
Figura 02: Concentração dos objetos por região nacional e internacional.....	31

## LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Síntese dos autores com a projeção da história e mudança das nomenclaturas relacionadas a economia criativa.....	07
Quadro 02: Síntese das principais abordagens da economia criativa.....	09
Quadro 03: Escopo dos setores criativos – (BRASIL, 2011, p. 29).....	12
Quadro 04: Características do turismo cultural e do criativo.....	17
Quadro 05: As fases de desenvolvimento do turismo criativo.....	19
Quadro 06: Relação dos resultados com o termo Economia Criativa no Turismo e Turismo Criativo.....	24
Quadro 07: Relação de artigos dos periódicos e eventos.....	25
Quadro 08: Nome do periódico, classificação Qualis-Capes e número de artigos por revistas.....	28
Quadro 09: Relação dos anais de eventos e número de artigos encontrados.....	28
Quadro 10 – Metodologia utilizada nos artigos analisados.....	33
Quadro 11: Relação dos artigos com as categorias e setores da economia criativa.....	35
Quadro 12: Tema e assuntos discutidos nos artigos.....	38
Quadro 13 - Principais características, das lacunas e incipiências de pesquisa...42	

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>2. ECONOMIA CRIATIVA .....</b>	<b>3</b>
2.1 O PROCESSO HISTÓRICO DA ECONOMIA CRIATIVA .....	4
2.1.1 Definindo a Economia Criativa.....	8
2.2 UMA VISÃO SOBRE O CONTEXTO ATUAL DA ECONOMIA CRIATIVA.....	11
<b>3. A ECONOMIA CRIATIVA E O TURISMO CRIATIVO .....</b>	<b>14</b>
3.1. A ECONOMIA CRIATIVA E O TURISMO .....	14
3.2 COMPREENDENDO O TURISMO CRIATIVO .....	16
<b>4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>20</b>
<b>5. RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>	<b>23</b>
5.1 CONCENTRAÇÕES DAS PUBLICAÇÕES POR PERIÓDICOS E EVENTOS	28
5.2 PROJEÇÃO ANUAL DOS ARTIGOS.....	29
5.3 OBJETOS DE ESTUDO .....	30
5.4 CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS .....	32
5.5 DISTRIBUIÇÃO DOS ARTIGOS EM RELAÇÃO AS CATEGORIAS E SETORES DA ECONOMIA CRIATIVA .....	35
5.6 OS PRINCIPAIS ASSUNTOS ABORDADOS NAS PUBLICAÇÕES EM RELAÇÃO AOS TERMOS DA ECONOMIA CRIATIVA E DO TURISMO CRIATIVO .....	38
5.7 IDENTIFICAÇÃO DAS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS, DAS LACUNAS E INCIPIÊNCIAS DE PESQUISA.....	41
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>43</b>
<b>7. REFERÊNCIAS .....</b>	<b>47</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos o setor da Economia Criativa vem crescendo na economia mundial, contribuindo de forma significativa para geração de lucros, empregos e exportação de bens e serviços.

A definição da economia criativa e do turismo criativo vem ganhando notoriedade no campo da pesquisa científica revelando para o mundo a sua importância, e relacionando à cultura, novas tecnologias e o capital intelectual, de uma localidade.

Contudo, até um período bem recente da história, esses termos “economia criativa” e “turismo criativo” ainda eram pouco debatidos. Pois durante uma boa parte da história humana, a atividade cultural não esteve incluída como um componente da economia (NEWBIGIN, 2010).

Os estudos sobre a economia criativa no turismo e turismo criativo estão se intensificando no Brasil, no qual pesquisadores estão se dedicando a esse tema. Assim o turismo criativo vem se destacando e ganhando força dentro do país nos últimos anos, por se tratar de um tema inovador e por trazer um novo conceito que difere da velha economia, tornando-a mais participativa no mercado, cujas atividades têm potencial socioeconômico ligadas à criatividade e ao conhecimento, combinando a criação, produção e comercialização de bens criativos de natureza cultural e de inovação.

Dessa forma, o turismo criativo vai além da geração de empregos, pois gera também novos valores à cultura popular, preservando tradições e a identidade de um povo. Além disso, também está relacionado às atividades que envolvem valores e significados culturais como tradições, crenças e expressões artísticas.

É possível notar que os consumidores no turismo, vêm buscando atividades com valores simbólicos de significância cultural, em que a criatividade e inovação possam proporcionar experiências emocionalmente significativas.

Considerando a relevância da economia criativa e do turismo criativo, buscou-se corroborar com os estudos científicos, por meio do seguinte problema: “O que está sendo produzido sobre estudos da economia criativa no turismo e acerca do turismo criativo?”.

Diante disso, o objetivo geral deste estudo visou analisar, por meio de um levantamento bibliográfico e bibliométrico os artigos sobre a economia criativa no

turismo e o turismo criativo disponíveis na base de dados do Google Acadêmico entre o período de 2017 a 2020.

Para o atingimento do objetivo geral foi construído os seguintes objetivos específicos: a) Levantar as publicações existentes na base do Google Acadêmico relacionados aos temas da economia criativa e turismo e do turismo criativo; b) Realizar o estudo bibliométrico das publicações relacionadas aos temas da economia criativa no turismo e do turismo criativo; c) Analisar as categorias e setores da economia criativa apresentadas pelo Ministério da Cultura em relação às variáveis estudadas nos artigos; d) Verificar as principais características e lacunas existentes.

A presente pesquisa foi originada por meio de um trabalho de iniciação científica, sobre economia criativa no turismo, no período de 2018 a 2019, que a princípio teve como universo um estudo nas revistas da América Latina que faziam parte da plataforma da CAPES. Ocorre que, o envolvimento da pesquisadora foi tão grande, que houve o interesse em ampliar o estudo em outros níveis, e agora como propósito de pesquisar sobre economia criativa no turismo e turismo criativo.

Dessa forma a pesquisa se justifica através da análise de artigos que discutem e contribuam para o entendimento sobre o tema, inclusive, por abordar os principais conceitos desenvolvidos, uma vez que a revisão bibliográfica permite uma aproximação dos principais estudiosos da temática. A pesquisa é relevante tanto para a sociedade como para a academia, pois possibilita que futuros trabalhos possam ter como base esse estudo bibliográfico e bibliométrico.

Este trabalho organizou as discussões teóricas em duas seções. A primeira seção contou com três subseções, a primeira subseção apresenta o contexto histórico da economia criativa, no qual aborda os principais teóricos: Landry (1991 e 2008); John Howkins (2001); Florida (2002); Reis (2007); entre outros.

Na segunda subseção é apresentado as definições da economia criativa, com os seguintes autores: Hartley (2005); UNESCO (2006); Machado (2009); Caiado (2011); Santos-Duisenberg (2011); Ministério da Cultura (2011); Serafim et al (2013); entre outros. Posteriormente, na terceira subseção foi discutido sobre a visão do contexto atual da Economia Criativa, que envolveu os seguintes autores: Santos-Duisenberg (2011); Cruz (2016); SEBRAE (2012); Brasil (2011 e 2018); entre outros

Na segunda seção abordou-se a economia criativa e o turismo criativo, com duas subseções, a primeira seção foi abordado sobre a economia criativa e o turismo

que reuniu os seguintes aportes teóricos; e a segunda subseção tratou sobre o entendimento do turismo criativo, no qual reuniu os seguintes principais teóricos: Hartley (2005); UNESCO (2006); Machado (2009); Caiado (2011); Santos-Duisenberg (2011); Ministério da Cultura (2011); Serafim et al (2013); Richards e Wilson (2007); Richards e Raymond (2000); Mello e Alexandre (2017); Duxbury e Richards (2019); entre outros.

Além da discussão teórica, o trabalho apresenta mais duas seções, uma relacionada aos procedimentos metodológicos, no qual optou pelo método qualitativo e quantitativo, fazendo o uso da análise exploratória e descritiva para a identificação das principais características, das lacunas e incipiências de pesquisa.

A última seção está relacionada aos resultados e discussões da pesquisa, onde foi possível verificar entre outros resultados que os estudos têm predominância de pesquisas bibliográficas e documentais, consequentemente a maioria tem enfoque qualitativo na abordagem da pesquisa, e utilizam análise de conteúdo para a análise dos dados.

## **2. ECONOMIA CRIATIVA**

Recentemente estamos ouvindo, cada vez mais, o termo Economia Criativa, mas há duas décadas atrás esse termo ainda não era discutido. Na verdade, ele surgiu há mais ou menos, seis décadas, entretanto houve diversas nomenclaturas até chegar ao termo utilizado hoje.

Nesta seção serão apresentados o contexto histórico e o panorama atual da economia criativa. Assim, abordaremos as contribuições de pesquisadores para a evolução de nomenclaturas, definições e para a categorização dos setores da economia criativa no qual foram fundamentais para desenvolver políticas públicas, estudos e pesquisas.

## 2.1 O PROCESSO HISTÓRICO DA ECONOMIA CRIATIVA

Para começar a explicar como surgiu o termo economia criativa, iniciaremos em 1947, no período pós-guerra, quando o termo “Indústria Cultural”, apareceu como uma crítica radical ao entretenimento de massa, revelado na obra “Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos”, por Theodor Adorno e Max Horkheimer, integrantes da escola Frankfurt. Posteriormente, o escritor Herbert Marcuse também adotou ao tema no livro “A Ideologia da Sociedade Industrial” em 1964. Na ocasião, o conceito de indústria e cultura eram opostos um do outro, assim o termo “Industria Cultural” era utilizado como polêmica contra as limitações da vida cultural moderna. As artes e a cultura eram vistas de forma desvalorizada sem nenhuma relação ou contribuição à economia. O termo então continuou a ser usado como uma expressão de desapreço aos jornais, filmes, revistas e músicas, que entretinham as massas (UNCTAD, 2010).

Em 1965, o termo “Economia da Cultura” foi usado pela primeira vez deixando de fora a dimensão econômica, sendo relacionado a manifestações culturais e produções simbólicas sem fins comerciais. O conceito hoje é voltado para o subconjunto das atividades culturais como a indústria cultural, indústrias criativas, e a economia criativa (REIS, 2007).

Como os termos “Economia da Cultura” e “Economia Criativa” parecem se confundir, a Ana Carla Fonseca Reis, conferencista internacional em economia da cultura, economia criativa, cultura e desenvolvimento, define:

Economia da cultura é a utilização metodológica dos instrumentos e do aprendizado da economia a favor da cultura. O que significa que se trabalha a cultura de forma diferente do ponto de vista antropológico, por exemplo. É claro que existem várias manifestações e expressões culturais que efetivamente acabam não tendo impacto no mercado. O que a economia da cultura faz é colocar a favor da cultura todo o instrumental teórico da primeira para que, uma vez definido o que queremos de uma política de cultura, encontremos o melhor caminho para chegar lá. O que sobra disso é que se a gente não tiver uma política cultural bastante clara, não adianta nada falar em economia da cultura. A economia da cultura não diz como a política será, mas sim como melhor tratar determinada política (SECRGS, 2012).

Segundo REIS (2007), a economia da cultura se refere aos produtos e serviços que têm, ao mesmo tempo, potencial econômico e valor simbólico (mensagem, identidade, valores). Nesse critério, encaixam-se por exemplo, o artesanato, as

indústrias culturais, o turismo cultural, o patrimônio cultural, a moda, o design, os equipamentos culturais (teatros, cinemas, museus etc.). E a análise econômica envolve a produção cultural, como melhor distribuir essa produção no mercado, como corrigir falhas, qual o perfil de quem demanda produtos e serviços culturais, quais os empecilhos, qual o impacto de um determinado setor cultural na renda e no nível de emprego (REIS, 2007).

Em 1970, na América do Norte e na Europa, mais especificadamente no Canadá, Estados Unidos, Alemanha e Suíça; houve a origem dos estudos sobre o impacto das artes e das atividades culturais na economia e na geração de empregos (SOUZA, 2018).

Foi em 1988, que o termo “cidade criativa” surgiu e foi desenvolvido pelo australiano David Yencken, no qual apresentou um modelo de planejamento para as cidades, no artigo 'The Creative City', publicado na revista Meanjin (YENCKEN, 1988).

Em 1991, o autor Landry fez um relatório com o título “Making the Most of Glasgow’s cultural assets: The Creative City and its Cultural Economy”, no qual o termo “Cidade Criativa” foi mais aprofundado ganhando a seguinte definição:

Dado que uma cidade é uma sociedade, uma economia e uma política, qualquer estratégia para desenvolver uma cidade criativa envolve a tarefa de injetar criatividade em três dimensões. Uma cidade criativa, portanto, deve ser eficaz no modo como administra sua economia (uma economia criativa), na forma como se desenvolve, dinâmica (uma sociedade criativa) e na forma como lida com a seus acordos políticos (uma política criativa) (LANDRY, 1991, p. 31).

Em 1994, a Austrália lançou políticas governamentais de valorização às indústrias culturais, intitulada de “Creative Nation”, destacando a importância do trabalho criativo para a economia do país (SOUZA, 2017). Neste documento se afirmou que “uma política cultural também é uma política econômica” e que “o nível de nossa criatividade determina substancialmente nossa capacidade de adaptação aos novos imperativos econômicos” (NEWBIGIN, 2010, p 21).

Em 1996, Richards publicou um livro sobre turismo cultural na Europa. No qual foi reconhecido como um importante agente de mudança social e econômica. Este livro baseou-se nos dados coletados pelo Projeto de Turismo Cultural ATLAS (Associação Europeia para o Turismo e Educação de Lazer) e trouxe apresentações de dados e análises com discussões reflexivas sobre a natureza do turismo cultural em diferentes áreas da Europa. O patrimônio cultural europeu é um dos mais antigos

e importantes geradores de turismo e manteve o seu papel central na indústria do turismo (RICHARDS, 1996).

Em 1997, após a eleição de um novo governo no Reino Unido, houve a iniciativa da criação do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte, até o final de 1998, foi feito o primeiro “mapeamento das Indústrias Criativas” (SOUZA, 2018).

A partir deste momento, as indústrias criativas começaram a ter um certo destaque e valorização e muitos governos do mundo adotaram e adaptaram essa definição utilizada no mapeamento das indústrias criativas iniciada pelo Reino Unido (NEWBIGIN, 2010).

Dentro deste mapeamento das Indústrias Criativas foi identificado os treze setores, sendo eles a Arquitetura, Artes Cênicas, Artes Visuais, Design, Editoração, Expressões Culturais, Filme e vídeo, Moda, Música, Publicidade, Software e computação, TV e rádio. No qual estavam dentro das atividades relacionadas as Indústrias criativas, que mais tarde, em 2001, fariam parte também da economia criativa. Todas essas atividades têm como capitais primordiais a criatividade e o intelecto (CENTENO, 2015).

Em 2000, foi publicada a primeira edição do livro “A Cidade Criativa: um kit para inovadores urbanos” do autor Charles Landry, onde descreve um novo método de planejamento urbano estratégico e como as pessoas podem pensar, planejar, agir criativamente na cidade, de criar oportunidades interessantes ou de resolver problemas de uma maneira criativa. Explora como podemos tornar nossas cidades mais habitáveis e vitais, aproveitando a imaginação e o talento das pessoas (LANDRY, 2008).

Em 2001 o termo “Economia Criativa” foi citado pela primeira vez no livro “Economia Criativa: Como as Pessoas Transformam Ideias em Dinheiro” (HOWKINS, 2001), no qual são apresentadas as atividades desenvolvidas por indivíduos que exercitam a imaginação e exploram seu valor econômico.

Deste modo, o termo “Economia Criativa” também pode ser definido como processos que envolvam criação, produção e distribuição de produtos e serviços, usando o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos (HOWKINS, 2001).

Em 2002, Richard Florida fez a primeira publicação do livro “A Ascensão da Economia Criativa: e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da

comunidade e do cotidiano”, onde discutiu sobre “classes criativas”. Para ele classes criativas são “indivíduos da classe trabalhadora, de serviços ou do plano estratégico, tático e operacional de uma instituição; o único requisito para fazer parte deste grupo é ser capaz de inovar de forma significativa” (FLORIDA, 2002).

Em 2010, no relatório da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento UNCTAD, o componente cultura foi evidenciado surgindo uma nova definição sobre as cidades criativas: “esse termo descreve um complexo urbano em que os vários tipos de atividades culturais constituem um componente integral do funcionamento econômico e social da cidade” (UNCTAD, 2010, p.12).

No **Quadro 01**, foi reunido o processo histórico, sua evolução cronológica, apontando os principais acontecimentos, em uma ordem cronológica, no qual foram inserindo a economia criativa como tema relevante na sociedade mundial:

**Quadro 01:** Síntese dos autores com a projeção da história e mudança das nomenclaturas relacionadas a economia criativa.

<b>PROJEÇÃO HISTÓRICA</b>	
<b>1947 - No período pós-guerra, onde o termo apareceu como, “indústria cultural”.</b>	Era uma crítica radical ao entretenimento de massa, evidenciado na obra “Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos”, por Theodor Adorno e Max Horkheimer, integrantes da escola Frankfurt (UNCTAD, 2010).
<b>1964 - O escritor Herbert Marcuse também aderiu ao tema no livro “A Ideologia da Sociedade Industrial”.</b>	Na ocasião, o conceito de indústria e cultura eram opostos um do outro, era utilizado como polêmica contra as limitações da vida cultural moderna. As artes e a cultura eram vistas de forma desvalorizada sem nenhuma relação ou contribuição à economia (UNCTAD, 2010).
<b>1965 - O termo “Economia da Cultura” foi usado pela primeira vez e deixa de fora a dimensão econômica, sendo relacionado a manifestações culturais e produções simbólicas sem fins comerciais.</b>	O conceito é voltado para o subconjunto das atividades culturais como o artesanato, a indústria cultural, o turismo cultural, o patrimônio cultural, a moda, o design, os equipamentos culturais como teatros, cinemas, museus (REIS, 2007).
<b>1970 – Origem dos estudos (Canadá, Estados Unidos, Alemanha e Suíça).</b>	Movimento dos profissionais das artes e da cultura elaborando estudos que comprovassem a participação econômica dessas atividades (SOUZA, 2018).
<b>1988 – Surgiu o segundo termo “cidade criativa”, desenvolvido pelo australiano David Yencken.</b>	No qual apresentou um modelo de planejamento para as cidades, no artigo 'The Creative City', publicado na revista Meanjin (YENCKEN, 1988).
<b>1991 - No relatório de Landry “Making the Most of Glasgow’s cultural assets: The Creative City and its Cultural Economy”.</b>	O termo “Cidade Criativa” foi mais aprofundado ganhando uma definição (LANDRY, 1991).
<b>1993 - O termo “Turismo Criativo” foi mencionado por Pearce e Butler.</b>	O termo surgiu como um potencial nicho e turismo, no entanto eles não tinham definido o conceito (RICHARDS, 2011).

<b>1994 – Origem do Movimento Australiano das “Indústrias Culturais”.</b>	Projeto de valorização às indústrias culturais, onde o objetivo é ressaltar a importância dessas atividades e estimular políticas públicas de fomento (SOUZA, 2017).
<b>1994 – Política governamental australiana intitulada “Creative Nation” (AUSTRÁLIA, 1994).</b>	Fazia-se referência às “indústrias culturais” e à sua importância para a economia do país. Eram ressaltados o trabalho nessas indústrias (com destaque para o design) e a necessidade de sua adaptação às novas tecnologias, com o alerta de que elas trariam implicações à propriedade intelectual – daí, a propósito, com o desenvolvimento mundial do tema, a posterior inclusão de setores tecnológicos (SOUZA, 2018).
<b>1997 – Movimento das Experiências Britânicas, na Inglaterra – Indústrias Criativas</b>	É realizado algo mais concreto, onde é apresentado um quadro de atividades que chamaram de Indústrias Criativas (Arquitetura, Designer, Publicidade e Moda) (SOUZA, 2018).
<b>1997 a 1998 - Após à eleição de um novo governo no Reino Unido, houve a iniciativa da criação do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte.</b>	Foi feito o primeiro “mapeamento das Indústrias Criativas” (Souza, 2018), o termo anterior de Industrias Culturais utilizado em 1947, recebe agora uma nova nomenclatura, na qual sua definição irá originar mais tarde o termo atual da economia criativa (1998 apud NEWBIGIN, 2010, p 23).
<b>2000 - Foi publicada a primeira edição do livro “A Cidade Criativa: um kit para inovadores urbanos” do autor Charles Landry</b>	O autor descreve um novo método de planejamento urbano estratégico e como as pessoas podem pensar, planejar, agir criativamente na cidade, de criar oportunidades interessantes ou de resolver problemas de uma maneira criativa (LANDRY, 2008).
<b>2000 - Greg Richards e Crispin Raymond, explanaram o conceito de “Turismo Criativo” pela primeira vez como um nicho específico do turismo.</b>	“O turismo que oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver seu potencial criativo através da participação ativa em cursos e experiências que são característicos do destino” (RICHARDS, 2011).
<b>2001 –Pela primeira vez, foi utilizado o termo “economia criativa”, no livro do autor britânico John Howkins.</b>	Com o título “Economia Criativa: Como as Pessoas Transformam Ideias em Dinheiro”, que destaca o termo como atividades em que resultam em indivíduos exercitando a sua imaginação e explorando seu valor econômico (HOWKINS, 2001).
<b>2002 - Em 2002, Richard Florida fez a primeira publicação do livro “A Ascensão da Economia Criativa: e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano”.</b>	O autor discutiu sobre “classes criativas”. Para ele classes criativas são “indivíduos da classe trabalhadora, de serviços ou do plano estratégico, tático e operacional de uma instituição; o único requisito para fazer parte deste grupo é ser capaz de inovar de forma significativa” (FLORIDA, 2002).

Fonte: Elaborado pela autora (ROEL, 2021).

### 2.1.1 Definindo a Economia Criativa

Para Closs e Oliveira (2017, p. 350), o processo da definição da economia criativa surgiu em consequência das indústrias criativas, originado em 1990 em países industrializados. A definição foi utilizada para caracterizar os setores em que a

criatividade é um elemento essencial do negócio. Posteriormente considerou-se o conceito de cidade criativa devido ao reposicionamento das indústrias culturais e à revitalização no contexto de desenvolvimento urbano da Inglaterra, onde o foco estava no aprimoramento de cidades, com ênfase em retornos econômicos alcançado por meio de atividades e ações culturais. A interpretação de “cidade criativa” veio do significado de “indústrias criativas”, como um local que concentra e apoia indústrias criativas. E assim, o termo “criativo”, vem propagando e englobando diferentes perspectivas teóricas como “capital criativo”, “territórios criativos”, “distritos criativos”, “profissionais criativos”, entre outros (ALVES E SOUZA, 2013).

De acordo com Serafim et al (2013), entre outras fontes bibliográficas identificadas a partir do relatório do PAIC (Roel, 2019), foi possível reunir algumas definições sobre a economia criativa que poderão ser observadas no **Quadro 02**, abaixo:

**Quadro 02:** Síntese das principais abordagens da economia criativa.

AUTORES	DEFINIÇÕES DA ECONOMIA CRIATIVA
Hartley (2005).	“Economia criativa abrange além das indústrias criativas, o impacto de seus bens e serviços em outros setores e processos da economia e as conexões que se estabelecem entre eles”.
UNESCO (2006).	“As atividades, bens e serviços culturais possuem dupla natureza, tanto econômica quanto cultural, uma vez que são portadores de identidades, valores e significados, não devendo, portanto, ser tratados como se tivessem valor meramente comercial”.
Machado (2009).	“Ao que tudo indica, trata-se de uma nova denominação que vem se afirmando no discurso dos profissionais envolvidos com a área cultural no Brasil – administradores públicos, produtores, gestores, entre outros – em substituição àquilo que se convencionou chamar de indústria cultural”.
UNCTAD (2010).	A “economia criativa” é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico.
Caiado (Coord) (2011, p. 11).	“Em todas as atividades realizadas pelo homem existe um grau maior ou menor de criatividade e, nos mais simples gestos de comunicação entre os seres humanos, é clara a presença de elementos culturais. No entanto, se convencionou chamar Economia Criativa aquelas manifestações humanas ligadas à arte em suas diferentes modalidades, seja ela do ponto de vista da criação artística em si, como pintura, escultura e artes cênicas, seja na forma de atividades criativas com viés de mercado, como design e publicidade”.

Caiado (Coord) (2011, p. 15).	“Economia Criativa é o ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como principais recursos produtivos. São atividades econômicas que partem da combinação de criatividade com técnicas e/ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual. Ela associa o talento a objetivos econômicos. É, ao mesmo tempo, ativo cultural e produto ou serviço comercializável e incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico”.
Economia Criativa na cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade (2011p. 140).	“A capacidade da Economia Criativa de gerar novos produtos e serviços “transborda” para atividades inovadoras em outras empresas e organizações dentro e fora do setor, gerando encadeamentos nas cadeias produtivas, potencializando inovações em outros setores”.
Edna dos Santos-Duisenberg (2011) Chefe do programa de Economia e Indústrias Criativas da UNCTAD, a Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento.	Economia criativa seria uma abordagem holística e multidisciplinar, lidando com a interface entre economia, cultura e tecnologia, centrada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado, resultante de uma mudança gradual de paradigma.
Ministério da Cultura (2011 p.24).	“A economia criativa é, portanto, a economia do intangível, do simbólico. Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos. Por se caracterizar pela abundância e não pela escassez, a nova economia possui dinâmica própria [...]”
Ministério da Cultura (2011).	“Diferentemente da economia tradicional “taylorista”, a economia criativa se caracteriza pela abundância e não pela escassez, pela sustentabilidade social e não pela exploração de recursos naturais e humanos, pela inclusão produtiva e não pela marginalização de indivíduos e comunidades”.

Fonte: SERAFIM et al, 2013.

É possível observar que o conceito evoluiu ao longo dos anos, e que vários autores contribuíram para o conceito da economia criativa. Ele surgiu para tornar visível a criatividade na vida econômica contemporânea, concretizando que os desenvolvimentos econômicos e culturais não representam um fenômeno separado, e sim fazendo parte de um processo maior, no qual tanto o crescimento econômico quanto o cultural podem ocorrer simultaneamente. É importante frisar que o termo “economia criativa” ainda não tem uma definição exclusiva, é um conceito subjetivo que tem sido moldado no decorrer dos anos (UNCTAD, 2010).

Deheinzelin (2008), afirma que por possuímos um cenário onde os produtos e serviços são cada vez mais similares, ter o diferencial é o que pode garantir

sobrevivência da empresa, tornando-se cada vez mais cultural, simbólico, baseado no tipo de experiência que o produto ou serviço oferece.

## 2.2 UMA VISÃO SOBRE O CONTEXTO ATUAL DA ECONOMIA CRIATIVA

Santos-Duisenberg afirma: “todos os indivíduos do mundo, onde quer que estejam, consomem produtos criativos diariamente nos âmbitos da educação, do trabalho, do lazer e do entretenimento [...]” (2011).

A globalização trouxe grandes mudanças no comportamento da sociedade. A era digital e conectividade fazem parte do estilo de vida das pessoas e influenciando atitudes e escolhas diárias, moldando um padrão geral de consumo cultural em todo o mundo e também à maneira como os produtos e serviços criativos e culturais são criados, produzidos, reproduzidos, distribuídos e comercializados. Mas uma característica notável do século XXI é a criatividade e o talento humano, que se transformou em um grande instrumento para impulsionar o desenvolvimento (SANTOS-DUISENBERG, 2008).

O governo está incorporando suas ideias sobre a economia criativa em outras áreas da política, enfatizando a inovação e a criatividade no contexto da economia em geral (NEWBIGIN, 2010). Houve o Plano da Secretaria de Economia Criativa de 2011 a 2014, que adaptou o significado de economia criativa para as características do Brasil, a partir dos seguintes princípios: inclusão social, sustentabilidade, na inovação, diversidade cultural brasileira.

Para o referido plano, foi adotado o termo “setores criativos” como representativo dos diversos conjuntos de empreendimentos que atuam no campo da Economia Criativa, definindo-o como: “setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social” (p. 22). Além disso definiram a “Economia Criativa partindo das dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição e consumo de bens e serviços oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica” (p. 23).

A seguir, **Quadro 03**, é possível observar as categorias e os setores relacionados à Economia Criativa do Plano da Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura de 2011.

**Quadro 03:** Escopo dos setores criativos – (BRASIL, 2011, p.29).

<b>CATEGORIAS CULTURAIS</b>	<b>SETORES</b>
<b>Patrimônio</b>	a) Patrimônio Material b) Patrimônio Imaterial c) Arquivos d) Museus
<b>Expressões Culturais</b>	e) Artesanato f) Culturas Populares g) Culturas Indígenas h) Culturas Afro-brasileiras i) Artes Visuais
<b>Artes de Espetáculo</b>	j) Dança k) Música l) Circo m) Teatro
<b>Audiovisual e do Livro, da Leitura e da Literatura</b>	n) Cinema e Vídeo o) Publicações e mídias impressas
<b>Criações Culturais e Funcionais</b>	p) Moda q) Design r) Arquitetura s) Arte Digital

Fonte: (BRASIL, 2011, p.29).

Essa categorização dos setores foi fundamental para o poder público, pela necessidade de qualificar e quantificar as atividades, os impactos e o desenvolvimento deste campo para a implementação de políticas públicas, realização de estudos e pesquisas.

A construção das categorias e setores da economia criativa citada pelo Plano da Secretaria da Cultura foi desenvolvida com base no detalhamento de cada uma das categorias apresentadas no Escopo dos Setores Criativos do Ministério da Cultura de 2011:

1. Patrimônio – sítios culturais (arqueológicos, museus, bibliotecas e galerias) e manifestações tradicionais (arte popular, artesanato, festivais e celebrações);

2. Artes – artes visuais (pintura, escultura e fotografia) e artes performáticas (teatro, música, circo e dança);
3. Mídias – publicações e mídias impressas (livros, jornais e revistas) e audiovisual (cinema, televisão e rádio);
4. Criações funcionais – design (interior, gráfico, moda, joias e brinquedos), serviços criativos (arquitetura, publicidade, P&D Criativos, lazer e entretenimento) e novas mídias (softwares, jogos eletrônicos e conteúdos criativos digitais) (BRASIL, 2011, p.29).

A economia criativa está incorporada na sociedade, influenciando no modo de vida das pessoas, as instituições governamentais que buscam cada vez mais implementar estratégias e políticas públicas capazes de mensurar e estimular iniciativas criativas que possam corroborar com o desenvolvimento econômico local fortalecendo os laços culturais de sua população.

Como exemplo local, cita-se a Agência de Desenvolvimento da Economia Criativa na Amazônia, situada em Manaus, capital do Amazonas, criada para reunir protagonistas e iniciativas que apostam na criatividade e na tecnologia como ferramentas para o desenvolvimento (EM TEMPO, 2019).

Outro exemplo se encontra nos estudos de Cruz, et al. (2016), no qual foi feito um levantamento de atividades culturais e criativas realizadas pelos povos indígenas do Estado do Amazonas, no qual possibilita uma visibilidade as diversas ações de Economia Criativa realizadas pelos povos indígenas. Segundo a autora, os povos indígenas têm estratégias de alternativas de renda:

Muitos povos obtêm parte representativa da renda para a sua subsistência mediante a realização de atividades culturais e criativas que incluem a confecção de artesanatos, a criação de grupos de músicas e danças tradicionais, e demais atividades oriundas de seus conhecimentos tradicionais, que passam a ser utilizadas como alternativas econômicas sustentáveis (2016, p. 49).

Newbiggin (2010), relata que alguns setores estão em crise devido ao aumento de competitividade dos serviços, e do mesmo jeito em que “grandes fábricas dos séculos XIX e XX configuraram economias, seus sistemas de ensino e sociedades inteiras, as indústrias criativas podem apontar a natureza da economia mundial no futuro próximo”, por ela propiciar uma oportunidade a ser seguida por outros segmentos da economia que necessitam se adaptar para conseguirem sobreviver e prosperar nesse momento, onde o diferencial mercadológico, o ser criativo, parece ser uma das principais alternativas. Assim, percebemos que atualmente existe uma nova visão de mercado, que busca se diferenciar através da criatividade.

### **3. A ECONOMIA CRIATIVA E O TURISMO CRIATIVO**

Este novo conceito de fazer turismo permite que o potencial socioeconômico esteja ligado à criatividade e ao conhecimento, além de combinar a criação, produção e comercialização de bens criativos de natureza cultural e de inovação. A economia criativa e o turismo criativo também estimulam consumidores que buscam atividades com valores simbólicos de significância cultural, em que a criatividade e inovação possam proporcionar experiências emocionalmente significativas. Desta forma discutiremos nessa seção a relação da economia criativa com o turismo, colaborando com a compreensão e aplicação do turismo criativo.

#### **3.1. A ECONOMIA CRIATIVA E O TURISMO**

No PIB mundial o turismo apresenta uma importância significativa para a economia do setor criativo, por ter um potencial de geração de emprego e renda, conseqüentemente motiva a atividade socioeconômica. É um segmento que é capaz de impulsionar a economia, além de contribuir substancialmente para a preservação do patrimônio natural e cultural. Em razão do turismo ser um fenômeno social e complexo, hoje não se idealiza o turismo apenas como atividade de lazer, mas também contribui fomentando pessoas por variados motivos para os mais diversos destinos. Desta forma fortalece o crescimento da atividade turística, e propicia surgir novos nichos de mercado (MELLO; ALEXANDRE; 2017).

Ainda os autores Mello e Alexandre (2017), apontam que o turismo deve ter a sua elaboração devidamente planejada e pré-determinada, para realizar estratégias que direcionem à inclusão do patrimônio natural, histórico e cultural no sistema econômico, através do uso não predatório dos mesmos.

Devido ao acesso e a interatividade nas informações, hoje em dia, os turistas apresentam-se mais ligados a valores simbólicos de significância cultural. Estão tornando-se mais exigentes, em que, esse nicho de mercado turístico que vem surgindo, visa vivenciar e experienciar os lugares, fazendo parte daquela cultura, daquela paisagem, experienciando o turismo e não apenas fazendo turismo. Por meio da criatividade e inovação, buscam experiências de cunho emocional, envolventes e significativas. Essa realidade afetou também o comportamento do consumidor

turístico que com essa rede de conexões, passam a deixar de lado o turismo tradicional, que visa apenas conhecer e registrar o local de forma quantitativa (SEBRAE, 2015).

Os empreendedores da cadeia produtiva do turismo têm a necessidade de se adaptarem a essa tendência mundial, incrementar de forma criativa seus negócios para diferenciá-los e encantarem os clientes, criando uma relação de fidelidade e promoção sólida, potencializando os resultados da empresa (SEBRAE, 2015). Entretanto, desenvolver roteiros turísticos com valores simbólicos culturais agregados de forma criativa não se trata de uma tarefa fácil. Contudo, o fortalecimento do desenvolvimento da economia criativa pode influenciar novos serviços e produtos, estimulando um turismo diferenciado, único e mais atraente, que carregue particularidades de cada realidade local, desenvolvendo um verdadeiro intercâmbio de experiências culturais, contribuindo nas dimensões econômicas, sociais, culturais da atividade turística.

Os autores Tomazzoni, Valduga e Ashton (2016), afirmam que:

A economia criativa promove a produção e o consumo de bens e serviços baseados na cultura local e das pessoas residentes, portanto, valorizando o capital cultural e o patrimônio na busca da competitividade econômica e da qualidade de vida urbana. A criatividade surge na indústria criativa como diferencial competitivo, gerando produtos e serviços com propostas novas e valorizando as vocações locais (p 34).

Tal economia vem sendo apontada como uma importante estratégia do séc. XXI, sendo um dos ramos utilizados no segmento do turismo, pois valoriza a produção de bens simbólicos culturais com a contribuição de enfatizar os bens produzidos com base na criatividade (COSTA, 2006).

Podemos dizer, que esse modelo de turismo obteve êxito e gera resultados, sendo capaz de servir como inspiração para a valorização do turismo cultural criativo, valorizando a história do local, há um crescimento em empreendimentos que estão oferecendo vivência e experiência de costumes culturais tradicionais de determinada localidade e a tendência é aumentar futuramente, sendo importante se adaptar a esse novo nicho.

### 3.2 COMPREENDENDO O TURISMO CRIATIVO

O turismo criativo é originário dos conceitos e definições relacionadas a Economia Criativa e Cidades Criativas, exibindo uma similaridade de sentidos, porém sendo desenvolvido em espaços e serviços distintos, mas movidos de uma mesma ideologia: a criatividade como princípio, meio e fim (MELLO; ALEXANDRE; 2017). O termo “turismo criativo” foi mencionado pela primeira vez em 1993, por Pearce e Butler, fazendo referência como um potencial nicho de turismo, no entanto, ainda não havia uma definição do conceito (RICHARDS; RAYMOND, 2000 apud RUIZ; HORODYSKI; CARNIATTO, 2019). No ano de 2000, Greg Richards e Crispin Raymond (2000), explanaram o conceito de turismo criativo como um nicho específico do turismo, no qual é apontado como sendo o “turismo que oferece ao visitante a oportunidade de desenvolver o seu potencial criativo através da participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem próprias do destino de férias onde realiza” (RICHARDS, 2011).

Essa definição inicial de turismo criativo concentrou-se no tipo de workshops e experiências de aprendizagem mais formais que caracterizaram os projetos-piloto da EUROTEx. Foi através desse projeto chamado EUROTEx entre 1996 e 1999 (RICHARDS, 2011), realizado na Finlândia, Grécia e Portugal, onde foi apontado um aumento de forma progressiva no interesse turístico pela cultura local, pelo cotidiano, e pelo desejo de envolvimento através de experiências de aprendizagem criativas e ativas. Desta forma Richards e Raymond (2000) desenvolveram a primeira análise e produziram a definição do conceito de turismo criativo.

De acordo com Richards e Wilson (2007), o turismo cultural e o turismo criativo são parecidos por ambos utilizarem a cultura como base, em torno de uma série de atividades que são produzidas. Richards (2000) desenvolve as características do turismo cultural e criativo, como apresentado no quadro a seguir:

**Quadro 04:** Características do turismo cultural e do criativo.

FORMA DE TURISMO	ESPAÇO TEMPORAL	PRINCIPAL FOCO	PRINCIPAL FORMA DE CONSUMO
<b>Turismo Cultural</b>	Passado e presente.	Cultura (conhecimentos tradicionais e/ou cultura local).	Produtos e processos.
<b>Turismo Criativo</b>	Passado, presente e futuro.	Cultura (conhecimentos tradicionais e/ou cultura local).	Experiências.

Fonte: Adaptado pela autora de RICHARDS, 2000.

Enquanto o turismo cultural baseia-se em “observar”, “ver”, “contemplar” como visitar museus e galerias de arte, o turismo criativo baseia-se na “experiência”, na “participação”, na “aprendizagem”, e não apenas em observar, mas querer frequentar cursos no destino para seu próprio desenvolvimento pessoal, como o curso de pintura por exemplo (GONÇALVES; COSTA, 2017). O turismo criativo tem preferência por patrimônios e recursos intangíveis, e subentende uma participação ativa como a cocriação, e efetiva dos visitantes em atividades de aprendizagem, lúdicas, culturais e artísticas, características do destino visitado. Como resultado, há imersões profundas nas experiências vividas e uma aproximação ao modo de vida real das populações locais, desenvolvendo então o capital sociocultural dos visitantes (CARVALHO; FERREIRA; FIGUEIRA, 2011).

A diferença principal entre turismo cultural e turismo criativo é que o primeiro muitas vezes envolve grupos de turistas que contratam um guia para interpretar a cultura para eles, enquanto o outro envolve os turistas para aprenderem ativamente sobre o ambiente e onde sempre buscam experiências mais envolventes para seu desenvolvimento (DALONSO; REMOALDO, 2014).

A UNESCO define o turismo criativo como um turismo que “envolve mais interação, em que o visitante tem uma interação educacional, emocional, social e participativa com o lugar, sua cultura viva e as pessoas que lá vivem. Eles se sentem cidadãos” (p.2, 2006). E também cita que há a necessidade de que os gestores da cidade também evoluam para reconhecer a criatividade dentro de sua cidade, sabendo usar como um recurso, fornecendo oportunidades para atender a evolução dos interesses dos turistas (UNESCO, 2006).

Duxbury e Richards (2019), expressaram que a coisa mais surpreendente para eles foi a variedade criativa das diferentes formas de turismo criativo que surgiram em todo o mundo. Ressaltando o surgimento de quatro tipos distintos de turismo criativo:

- O primeiro turismo criativo conceituado pelo autor Richards e assim nomeado por ele de **Turismo Criativo 1.0**, gira em torno de experiências de aprendizagem ativas desenvolvidas em um workshop ou ambiente de aprendizagem formal, conforme descrito por Richards e Raymond (2000). Como o número de experiências criativas oferecido aos turistas cresceu, surgiram várias redes que os ligaram e forneceram uma ponte entre a oferta e a procura (RICHARDS, 2018).
- No **Turismo Criativo 2.0**, o foco estava na criação de networks baseados em destinos, como *Creative Tourism Barcelona* e *Creative Tourism Áustria*.
- A fase do **Turismo Criativo 3.0** foi associada ao reconhecimento de vínculos crescentes entre o turismo e as indústrias criativas. O uso ativo das indústrias criativas como uma forma de traçar o perfil dos destinos muitas vezes foi iniciada por países que queriam impulsionar a indústria criativa, e que estavam olhando para o turismo como um mercado potencial de exportação e um meio de globalização conteúdo criativo. A Coreia do Sul foi particularmente ativa nesta forma de turismo criativo, apoiando o desenvolvimento do Turismo Hallyu, ou 'Onda Coreana'. O turismo criativo também estava cada vez mais sendo visto como um meio de reunir pessoas para cocriar e forjar novos relacionamentos. A atividade criativa compartilhada ajudou a reduzir as barreiras culturais e linguísticas entre as pessoas e a criar laços em torno de interesses comuns.
- Recentemente, esta forma de 'turismo relacional', ou **Turismo Criativo 4.0**, foi desenvolvida pelo Airbnb em seu novo programa de experiências (RICHARDS, 2018). Segue abaixo o quadro das fases de desenvolvimento do turismo criativo que o autor apresentou em um de seus estudos.

**Quadro 05:** As fases de desenvolvimento do turismo criativo

<b>ETAPA</b>	<b>DATA DE INÍCIO APROXIMADA</b>	<b>FORMULÁRIOS</b>
<b>Turismo Criativo 1.0</b>	2000	Atividades de aprendizagem e workshops
<b>Turismo Criativo 2.0</b>	2005	Experiências criativas de destino
<b>Turismo Criativo 3.0</b>	2010	Links para a economia criativa
<b>Turismo Criativo 4.0</b>	2015	Redes relacionadas a cocriação de experiências

Fonte: RICHARDS (2018) apud DUXBURY; RICHARDS (2019).

O curioso dessas quatro fases do desenvolvimento do turismo criativo, é que foram construídas umas sobre as outras, ao invés de uma fase substituir a próxima. O resultado tem sido um crescimento significativo no escopo e escala do turismo criativo, com diferentes formas sendo desenvolvidas em diversos países (RICHARDS, 2018).

O Brasil desenvolve o turismo criativo com pioneirismo na América Latina. A cidade de Porto Alegre foi uma das primeiras que desenvolveram um programa próprio de turismo criativo, e lançou uma extensa série de workshops sobre a cultura gaúcha local, e esses eventos posteriormente foram integrados a Semana Cultural Farroupilha. E a cidade também foi sede de uma grande conferência internacional sobre turismo criativo no mundo (RICHARDS, 2018).

Em Recife várias atividades criativas foram desenvolvidas em torno de diferentes elementos da cultura local, incluindo o Maracatu, com shows sendo organizados no bairro Bomba do Hemetério e também sendo frequentado por um número crescente de turistas. Outras cidades no Brasil, incluindo Brasília e São Paulo também desenvolveram programas para desenvolver diferentes tipos de turismo criativo (RICHARDS, 2018).

O autor Richards (2018), relata que houve uma rápida disseminação dos conceitos de turismo criativo em diferentes partes do mundo. E diz que por ser um fenômeno criativo, o desenvolvimento, a forma e o estilo do turismo criativo é diferente em cada lugar. O tipo de turismo criativo que surge depende de uma ampla gama de fatores, incluindo o estilo de desenvolvimento do turismo, o clima econômico, a presença de vontade política e fatores culturais locais. Em geral, o setor público tem

apoiado o turismo criativo, muitas vezes como meio de diversificação do produto turístico, ou como meio de apoio à produção criativa.

Em muitos lugares o turismo criativo surgiu de uma forma orgânica e popular. Produtores criativos individuais costumam voltar-se ao turismo como meio de aumentar sua renda e proporcionar experiências criativas baseadas em suas próprias habilidades e conhecimento.

#### **4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

De caráter exploratório e descritivo, o estudo tem a finalidade de realizar, por meio da abordagem qualitativa e quantitativa, uma análise nas publicações relacionadas ao tema da economia criativa e turismo e turismo criativo.

Estudos exploratório-descritivos combinados - são estudos exploratórios que têm por objetivo descrever completamente determinado fenômeno [...]. Podem ser encontradas tanto descrições quantitativas e/ou qualitativas [...]. Dá-se precedência ao caráter representativo sistemático e, em consequência, os procedimentos de amostragem são flexíveis (MARCONI e LAKATUS, 2003, p. 188).

Como um dos objetivos deste estudo é reconhecer características e lacunas em relação aos temas da economia criativa e turismo e do turismo criativo, adotou-se como principal procedimento, a revisão bibliográfica e bibliométrica que tem como principal foco, contribuir para compreensões científicas de determinado tema, reconhecendo características importantes, verificando como tal tema se relaciona com outros conhecimentos, e ainda, se sistematizada de forma adequada, podem reunir, sintetizar e reconhecer lacunas, tanto empíricas, como teóricas (SAMPIERI, et al., 2013).

Foi utilizado a bibliometria para realizar a análise quantitativa das publicações. Esse tipo de estudo tem se tornado cada vez mais importantes em pesquisas sobre o turismo. Por contribuírem para a melhor compreensão e acompanhamento sobre determinados temas e a mensuração das pesquisas produzidas, como também, as lacunas que precisam ser melhor aprofundadas, com base nos assuntos que os pesquisadores têm explorado em suas publicações (MILITO; MARQUES; ALEXANDRE, 2013).

O estudo bibliométrico utiliza um conjunto de métodos e pesquisas, no qual foi desenvolvido pelas ciências da informação e da biblioteconomia, com a finalidade de mapear o conhecimento produzido sobre algum tema, no campo científico, em um certo recorte de tempo, permitindo, através de seus resultados, compreender um cenário de análise para pesquisas atuais e futuras (SOUZA; PIMENTEL; FARIA, 2008).

Destarte Sampieri, et al. (2013), todo o processo de busca inicia-se pela escolha da base de pesquisa apropriada, que neste estudo optou-se pela base Google Acadêmico. Em seguida, a seleção da palavra, conceito ou termo, deverá ser definida, que para esse estudo as palavras foram, economia criativa no turismo e turismo criativo.

O levantamento inicial contou com a busca avançada no Google Acadêmico, por meio das palavras, economia criativa no turismo, no título das publicações, selecionando o período de 2017 a 2020, levantadas no mês de maio de 2021, no qual, foram identificadas 7 publicações, sendo, 4 artigos de periódicos nacionais, 1 artigo publicado em anais de eventos, uma tese e uma publicação relacionada a citações. Como a intenção foi levantar somente as publicações referentes aos artigos, 2 publicações foram excluídas desse primeiro levantamento.

No segundo momento do levantamento, agora por meio da palavra, turismo criativo, a busca seguiu o mesmo procedimento realizado no primeiro levantamento, resultando em, 49 publicações, sendo, 7 artigos em periódicos nacionais, 7 artigos em periódicos internacionais, 4 artigos publicados em anais de eventos, 3 resumos, 4 teses, 10 dissertações, 1 monografia, 1 TCC, 3 livros, 5 capítulos, 3 citações. Neste caso 18 artigos foram selecionados para a análise, sendo descartados, 32 publicações.

Diante disso, podemos concluir que, o universo desta pesquisa estava relacionado a todas as publicações encontradas entre o período de 2017 a 2020, em que, 23 publicações, referentes aos artigos, formaram a amostra trabalhada neste estudo. Logo, o tipo da amostra selecionada foi a não probabilística intencional. Segundo Severino (2015),

as amostras não probabilísticas são compostas de forma acidental ou intencional. Os elementos não são selecionados aleatoriamente. Com o uso dessa tipologia, não é possível generalizar os resultados da pesquisa

realizada, em termos de população. Não há garantia de representatividade do universo que pretendemos analisar (p.98).

Outro procedimento adotado, foi análise de conteúdo, em que, os parâmetros de análise, as principais características e principais lacunas foram identificadas por meio da análise dos conteúdos disponíveis nos artigos. Gil (p. 152, 2008), define a análise de conteúdo como:

[...] uma técnica de investigação que, através de uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações, tem por finalidade a interpretação destas mesmas comunicações.  
A análise de conteúdo desenvolve-se em três fases: (a) pré-análise; (b) exploração do material; e (c) tratamento dos dados, inferência e interpretação.

Como durante o levantamento, não foi identificado nenhum estudo relacionado a revisões bibliográficas, os parâmetros do estudo tiveram que ser construídos com base em autores que realizaram esse tipo de estudo em outras temáticas relacionadas ao turismo. Após a leitura do material recolhido, os dados foram organizados numa base de dados que contemplaram os seguintes parâmetros de análise, construídos de acordo com os teóricos que também realizaram revisões bibliográficas sobre os temas relacionados ao turismo, foram os casos dos estudos de Vieira, et al. (2014) e Scalabrini, et al. (2015). Para tanto, os parâmetros selecionados para esse estudo, foram: concentração das publicações por periódicos e eventos; projeção anual dos artigos; objetos de estudo; características metodológicas; distribuição dos artigos em relação as categorias e setores da economia criativa; os principais assuntos abordados nas publicações em relação aos termos da economia criativa e do turismo criativo; identificação das principais características, das lacunas e incipiências de pesquisa.

Porém destaque, que os parâmetros relacionados a análise das categorias e setores da economia criativa, realizadas com base no Plano da Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura de 2011; as principais características dos estudos e a identificação das lacunas são parâmetros complementares que não foram contemplados nos estudos dos autores Vieira, et al. (2014) e Scalabrini, et al. (2015).

Vale destacar que, a abordagem quantitativa foi utilizada principalmente em todos os parâmetros, contudo, tantos os parâmetros relacionados as categorias e setores da economia criativa que tiveram que ser analisadas de acordo com o Plano...

do Ministério da Cultura, como as principais características e lacunas identificadas durante a análise dos artigos, contaram com a abordagem qualitativa.

Segundo Gil (2002), o processo do método qualitativo envolve a redução dos dados, a apresentação dos dados, a categorização desses dados, sua interpretação, e a redação. E de acordo com Prodanov e de Freitas (2013), o método quantitativo consiste tudo que pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las.

De acordo com os parâmetros utilizados nesta revisão bibliométrica, percebe-se a necessidade de se trabalhar com as duas abordagens, ora visando quantificar as variáveis identificadas nas publicações que retrataram o panorama das publicações em relação aos temas e assuntos relacionados a pesquisa, e ora analisando de forma mais aprofunda e relacionada as principais características e lacunas existentes.

Dessa forma a abordagem qualitativa e quantitativa em conjunto (quali-quantitativa) representa benefícios para a pesquisa. De acordo com os autores Ensslin e Vianna (2008, p. 8): “A pesquisa de predominância quali-quantitativa pode ser utilizada para explorar melhor as questões pouco estruturadas, os territórios ainda não mapeados, os horizontes inexplorados [...]”.

## **5. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Como pode ser observado no tópico 4 da metodologia, a pesquisa tem caráter exploratório e descritivo, fazendo uso da abordagem quantitativa e qualitativa por meio de um levantamento de artigos com o termo economia criativa no turismo e turismo criativo.

Desta forma, os resultados serão analisados com base nos parâmetros do estudo dos autores Vieira, et al. (2014) e Scalabrini, et al. (2015), sendo eles: a) concentração das publicações por periódicos e eventos; b) projeção anual dos artigos; objetos de estudo; c) características metodológicas; d) distribuição dos artigos em relação as categorias e setores da economia criativa; e) os principais assuntos abordados nas publicações em relação aos termos da economia criativa e do turismo criativo; f) identificação das principais características, das lacunas e incipiências de pesquisa.

Após a pesquisa no Google Acadêmico utilizando as buscas pelos termos “economia criativa no turismo” e “turismo criativo” foram encontrados 56 resultados entre os anos de 2017 e 2020, conforme apresentado no **Quadro 06**, sendo 7 publicações relacionadas ao primeiro termo e 49 publicações referente ao segundo termo.

De acordo com o **Quadro 06**, é possível verificar o quantitativo de publicações existentes em relação aos termos e ao ano.

**Quadro 06:** Relação dos resultados com o termo Economia Criativa no Turismo e Turismo Criativo.

Economia Criativa	Tipo de Publicação	Ano				Total
		2017	2018	2019	2020	
	Artigo de Revistas Nacionais	3	0	1	0	4
	Artigo de Anais	0	1	0	0	1
	Tese	0	1	0	0	1
	Citação	0	1	0	0	1
	<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>7</b>
Turismo criativo	Tipo de Publicação	2017	2018	2019	2020	Total
		Artigo de Revistas Nacionais	2	1	4	0
	Artigo de Revistas Internacionais	1	3	1	2	7
	Artigo de Anais	0	2	0	2	4
	Resumo	1	1	1	0	3
	Tese	2	0	2	0	4
	Dissertação	3	2	4	2	10
	Monografia	0	0	1	0	1
	TCC	1	0	0	0	1
	Livro	0	0	0	3	3
	Capítulo	0	0	0	5	5
	Citação	0	1	2	0	3
	<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>49</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>56</b>	

Fonte: Elaborado pela autora (ROEL, 2021).

É possível observar pelo quantitativo em relação aos termos no **Quadro 06**, que quando se busca discutir a relação da economia criativa e o turismo há uma tendência literária pelo uso do termo turismo criativo, que de acordo com os resultados, compreenderam 87,5% das publicações, o que demonstra haver uma consolidação em relação ao termo, a partir principalmente do ano de 2019.

Ainda de acordo com o **Quadro 6**, em relação aos 56 artigos podemos verificar que há um aumento gradativo de publicação anuais. Vale ressaltar que, o quantitativo de 2020 ainda pode ser maior já que, o processo de aprovação por parte dos periódicos é lento, o que significa dizer, que esse aumento pode ser superior aos 50%. Além disso, percebeu-se um declínio em relação ao uso do termo economia criativa

nos estudos relacionados ao turismo a partir de 2019, o que só confirma uma tendência no uso do termo turismo criativo.

No entanto, para o desenvolvimento das análises e discussões, levamos em consideração apenas os artigos publicados em revistas científicas e anais de eventos, resultando no total de 23 artigos a serem analisados. Abaixo, no **Quadro 07** é possível verificar informações referentes aos 23 artigos selecionados para análise deste estudo. Neste quadro, pode ser observado informações referentes a: ano, título, autores e local da publicação (periódico ou evento) e seus referidos links de acesso as referidas publicações.

**Quadro 07:**Relação de artigos dos periódicos e eventos.

ANO	TÍTULO	AUTORES	PERIÓDICO/EVENTO/ LINK
2017	Desenvolvimento, turismo e economia criativa: algumas conexões a partir da realidade fronteiriça de Ponta Porã/MS.	Eliana Lamberti, Estevão Domingo Copérnico Satti; Jorceli de Barros Chaparro; Silvana Piva.	GEOFRONTER (GEOF). <a href="https://periodicosonline.uems.br/index.php/GEOF/index">https://periodicosonline.uems.br/index.php/GEOF/index</a>
2017	Marcas e propriedade intelectual das catadoras de Mangaba (SE): Turismo de Base comunitária, economia criativa e INPI.	Janaina Cardoso de Mello; Lillian Maria de Mesquita Alexandre.	Revista de Propriedade Intelectual – Direito Contemporâneo e Constituição (PIDCC). <a href="http://www.pidcc.com.br/br/">http://www.pidcc.com.br/br/</a>
2017	Turismo e economia criativa: uma análise da APL turística sob a concepção de negócios sociais em Taquaruçú, Tocantins, Brasil.	Ana Cunha; Everaldo Costa.	Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D). <a href="http://rtd.revistascientificas.com.br/">http://rtd.revistascientificas.com.br/</a>
2017	A percepção dos visitantes do território do "Galo de Barcelos": Destino de Turismo Criativo.	Francisco Gonçalves; Carlos Costa.	Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D). <a href="http://rtd.revistascientificas.com.br/">http://rtd.revistascientificas.com.br/</a>
2017	Representações e identidades femininas: práticas de turismo criativo no Sarau Imperial.	Frederico Ferreira de Oliveira; Jarlene Rodrigues Reis.	Revista de Turismo Contemporâneo (RTC). <a href="https://periodicos.ufrn.br/">https://periodicos.ufrn.br/</a>
2017	Turismo Criativo para todos: Uma base para o planejamento sustentável de destinos.	Mariana Cabral; Andreia F. Moura; Maria do Rosário Mira;	DEDiCA. Revista De Educação e Humanidades, N.º 12, setembro, 2017. <a href="https://dialnet.unirioja.es/">https://dialnet.unirioja.es/</a>

		Et Adília Rita Cabral.	
2018	Pêssenska: Turismo E Economia Criativa.	Patrícia Denkewicz; Giuliano Torrieri Nigro.	Anais do III Seminário dos Cursos de Ciências Sociais Aplicadas do Campus de Campo Mourão da Universidade Estadual do Paraná. <a href="http://anais.unespar.edu.br/iii_secisa/data/uploads/turismo/049t.pdf">http://anais.unespar.edu.br/iii_secisa/data/uploads/turismo/049t.pdf</a>
2018	A fabricação de doces artesanais enquanto atrativo para o turismo criativo: o caso de São Bartolomeu, Ouro Preto, Minas Gerais.	Narayhane Oliveira Gonzaga Delabrida; Alissandra Nazareth de Carvalho.	Revista Iberoamericana de Turismo (RITUR). <a href="https://www.seer.ufal.br/">https://www.seer.ufal.br/</a>
2018	Cadeia Produtiva da Indústria Cultural Criativa: Possíveis Conexões com o Turismo Criativo.	Luiz Daniel; Muniz Junqueira.	Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade (RRV-TH). <a href="http://ucs.br/">http://ucs.br/</a>
2018	Moinhos portugueses: história cultural, economia e turismo criativo.	Janaina Cardoso de Mello.	Revista Iberoamericana de Turismo (RITUR). <a href="https://www.seer.ufal.br/">https://www.seer.ufal.br/</a>
2018	Oportunidades para o turismo criativo em Alagoas, Brasil: o caso da renda 'Singeleza' em Paripueira.	Débora de Barros Cavalcanti Fonseca; Lindemberg Medeiros de Araujo; Adriana Guimarães Duarte.	Revista Iberoamericana de Turismo (RITUR). <a href="https://www.seer.ufal.br/">https://www.seer.ufal.br/</a>
2018	Panorama of Creative Tourism Around the World (Panorama do turismo criativo no mundo).	Greg Richards.	Seminário Internacional de Turismo Criativo, Cais do Sertão, Recife, Brazil, 7th December 2018. <a href="https://www.researchgate.net/publication/329530470">https://www.researchgate.net/publication/329530470</a>
2018	Turismo criativo e sustentabilidade territorial.	Ana M <sup>a</sup> Ferreira; Elisa Alén González; Dália Liberato.	Conference: XX AECIT, 2018 At: Spain. <a href="https://www.researchgate.net/publication/331502768">https://www.researchgate.net/publication/331502768</a>
2019	A economia criativa e o turismo: uma análise do projeto Soucuritiba, de Curitiba-Paraná-Brasil.	Thays Cristina Domareski Ruiz; Graziela Scalise, Izamara Vanessa Carniatto.	Revista Gestão e Desenvolvimento (RGD). <a href="https://periodicos.feevale.br/">https://periodicos.feevale.br/</a>
2019	Características e influências da dimensão econômica da gastronomia criativa do ribeirão da ilha, Florianópolis/SC, Brasil,	Luiz Daniel Muniz; Francisco Antônio dos Anjos.	Revista Gestão e Desenvolvimento (RGD). <a href="https://periodicos.feevale.br/">https://periodicos.feevale.br/</a>

	para o turismo criativo local: Estudo de caso de uma cidade criativa UNESCO da gastronomia.		
<b>2019</b>	Modelo de Desenvolvimento e Implementação do Turismo Criativo: o caso do galo de Barcelos.	Francisco Joaquim Barbosa; Carlos Costa.	Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D). <a href="https://proa.ua.pt/">https://proa.ua.pt/</a>
<b>2019</b>	O Contributo da Interpretação do Património Para o Desenvolvimento do Turismo Criativo. O Caso do Galo de Barcelos.	Francisco Joaquim Barbosa; Carlos Costa.	Revista Portuguesa de Estudos Regionais (RPER). <a href="http://www.apdr.pt/siterper/pt/revista.html">http://www.apdr.pt/siterper/pt/revista.html</a>
<b>2019</b>	Turismo comunitário - criativo: uma descrição da operacionalização de pesquisa na região do Algarve de 2017 - 2019.	Yolanda Flores e Silva; Ivani Stello Farias.	Revista Turismo y Desarrollo local (TURyDES). <a href="https://www.eumed.net/">https://www.eumed.net/</a>
<b>2019</b>	Turismo criativo e marketing de destino como salvaguarda do património cultural das regiões: o caso da Vila Sabugueiro.	Bruno Miguel Sousa; Marina Silva.	Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional (GD&R). <a href="https://www.rbhdr.net/">https://www.rbhdr.net/</a>
<b>2020</b>	Contrariando as massas e contornando as cidades: turismo criativo como alternativa em territórios de baixa densidade.	Maria Assunção Gato; Pedro Costa; Ana Rita Cruz; Perestrelo, Margarida; Elisabete Tomaz.	ISCTE-IUL (Instituto Universitário De Lisboa). <a href="https://ciencia.iscte-iul.pt/id/ci-pub-72520">https://ciencia.iscte-iul.pt/id/ci-pub-72520</a>
<b>2020</b>	O ecossistema do turismo cultural e criativo: Proposta de modelo.	Josefina Salvado; Ana Maria Ferreira; Jaime Serra; Noemi Marujo.	Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal. <a href="http://dosalgarves.com/index.php/dosalgarves/article/view/240">http://dosalgarves.com/index.php/dosalgarves/article/view/240</a>
<b>2020</b>	Turismo criativo culinário: o caso da Portuguese Cooking School em Évora (Alentejo Portugal).	Noémi Marujo.	XIV Congresso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo, Julio 2020. <a href="https://dspace.uevora.pt/rdpc/handle/10174/28316">https://dspace.uevora.pt/rdpc/handle/10174/28316</a>
<b>2020</b>	Turismo Criativo e Metadesign. Uma perspectiva de desenvolvimento sustentável.	Vanda Correia.	Revista da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais (Aprender). <a href="http://aprender.esep.pt/">http://aprender.esep.pt/</a>

Fonte: Elaborado pela autora (ROEL, 2021).

## 5.1 CONCENTRAÇÕES DAS PUBLICAÇÕES POR PERIÓDICOS E EVENTOS

Nesta etapa de análise, buscou-se verificar a concentração dos 23 artigos em relação aos periódicos e eventos, como pode ser verificado nos **Quadro 08** e **Quadro 09**.

**Quadro 08:** Nome do periódico, classificação Qualis-Capes e número de artigos por revistas.

TÍTULO DO PERIÓDICO	QUALIS	Nº DE ARTIGOS
Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal	A2	1
Revista Portuguesa de Estudos Regionais (RPER)	A4	1
DEDiCARRevista de Educação e Humanidades	B1	1
GEOFRONTER (GEOF)	B1	1
Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional (GD&R)	B1	1
Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade (RRV-TH)	B2	1
Revista da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais (Aprender)	B3	1
Revista de Turismo Contemporâneo (RTC)	B3	1
Revista Gestão e Desenvolvimento (RGD)	B3	2
Revista Iberoamericana de Turismo (RITUR)	B3	3
Revista Turismo y Desarrollo local (TURyDES)	B3	1
Revista de Propriedade Intelectual – Direito Contemporâneo e Constituição (PIDCC)	B4	1
Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D)	B5	3
ISCTE-IUL (Instituto Universitário de Lisboa).	-	1
<b>TOTAL DE ARTIGOS</b>	-	<b>19</b>

Fonte: Elaborado pela autora (ROEL, 2021).

**Quadro 09:** Relação dos anais de eventos e número de artigos encontrados.

ANAIS DE EVENTOS/ LINK	Nº DE ARTIGOS
Anais do III Seminário dos Cursos de Ciências Sociais Aplicadas do Campus de Campo Mourão da Universidade Estadual do Paraná, 2018.	1
Conference: XX AECIT, 2018 at: Spain.	1
Seminário Internacional de Turismo Criativo, Cais do Sertão, Recife, Brazil, 7th, December 2018.	1
XIV Congresso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo, Julio 2020.	1
<b>TOTAL DE ARTIGOS</b>	<b>4</b>

Fonte: Elaborado pela autora (ROEL, 2021).

Dos 23 artigos publicados, levantados neste estudo, 57% (13 artigos) pertencem aperiódicos nacionais, 26% (06 artigos) pertenceram a periódicos internacionais e 17% (04 artigos) pertencem a anais de eventos, sendo 03 em eventos internacionais e 01 nacional. Observa-se por meio dessa primeira análise que boa parte das publicações abrangem o território nacional, porém há também um número expressivo de publicações de abrangência internacional.

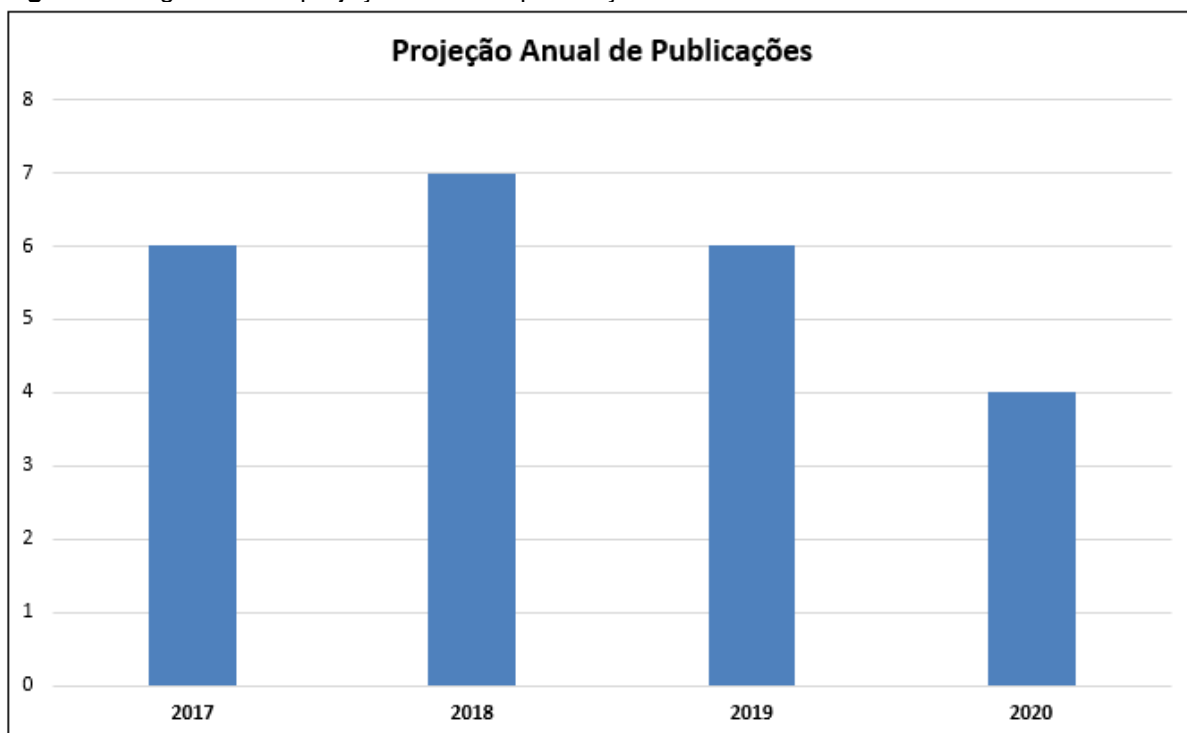
Observa-se que esses artigos foram encontrados em quatorze diferentes periódicos, nas áreas de avaliação de turismo e 4 eventos diferentes de turismo, entretanto no **Quadro 09**, é possível perceber que alguns periódicos tiveram um certo destaque foram os casos da Revista Ibero-americana de Turismo – RITUR (03), Revista Turismo & Desenvolvimento - RT&D (03) e Revista Gestão e Desenvolvimento – RGD (02).

Em relação ao *Qualis* dos periódicos, percebe-se uma maior concentração nas revistas de *Qualis* B3, com 08 publicações, em seguida as revistas com *Qualis* B1 e B5, com três publicações cada. Nos demais resultados apresentam-se de forma proporcional. Há incipiências em revistas *Qualis* A, B1 e B2.

## 5.2 PROJEÇÃO ANUAL DOS ARTIGOS

Nesta etapa da projeção anual, foi verificado como estavam as publicações em relação aos artigos, referentes aos anos de 2017 a 2020. Na **Figura 01**, é possível observar o gráfico a projeção anual das publicações.

**Figura 01:** Figura com a projeção anual de publicações.



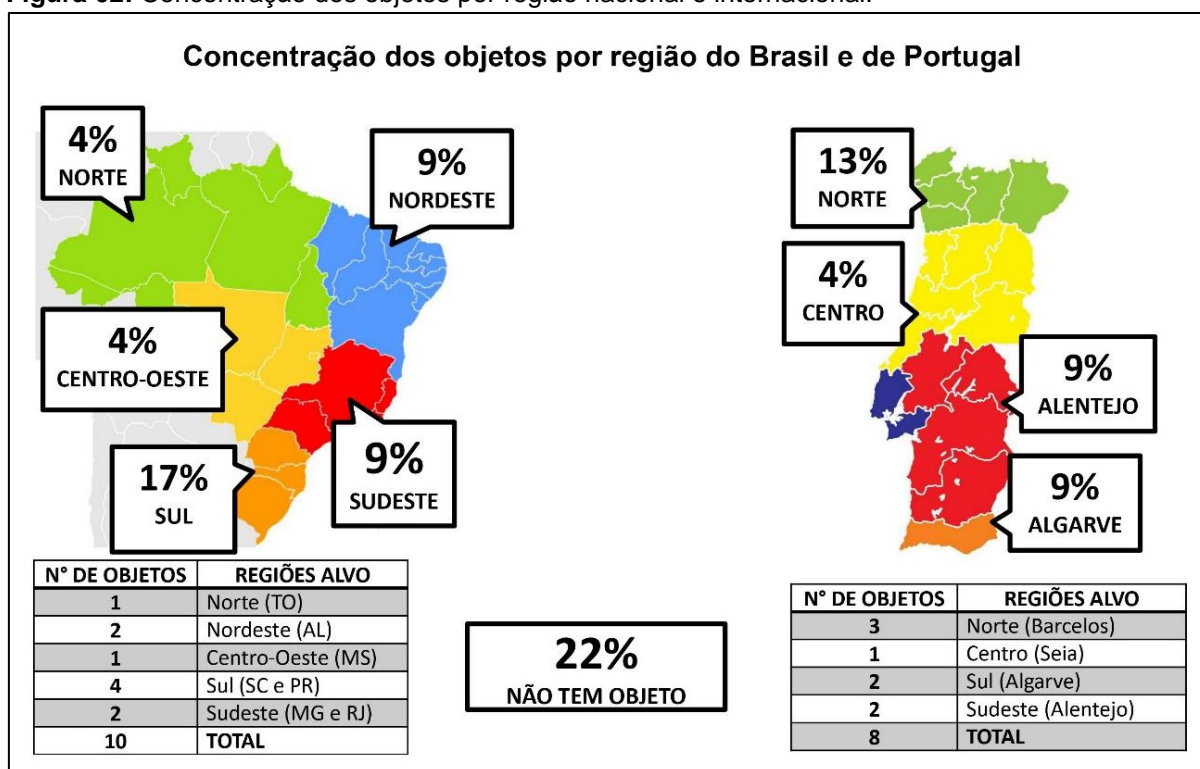
Fonte: Elaborado pela autora (ROEL, 2021).

Observa-se que a projeção geral apresentada no **Quadro 06**, das 56 publicações, no ano de 2019 e 2020 houve um aumento de publicações. Porém, em relação aos 23 artigos nesta **Figura 01**, não teve tanta variação em 2019 quando comparado aos outros anos, e em 2020 ocorreu uma queda das publicações de artigos, contudo, como dito antes, deve se ressaltar que pode ser pelo fato de o processo de aprovação por parte dos periódicos ser lento, e talvez esses números ainda não estejam totalmente contabilizados.

### 5.3 OBJETOS DE ESTUDO

Outro item que fez parte da nossa análise foi em relação aos objetos de estudo que visaram compreender o lugar onde o estudo ocorreu, ou seja, quais as regiões e lugares (estados, destinos ou atrativos) que as pesquisas foram aplicadas. Tais informações podem ser verificadas por meio da **Figura 01**, abaixo.

**Figura 02:** Concentração dos objetos por região nacional e internacional.



Fonte: Elaborado pela autora (ROEL, 2021).

Em relação aos objetos nacionais, os resultados demonstram uma maior concentração de pesquisas desenvolvidas com 43% no total, onde a Região Sul apresenta o maior quantitativo com 17% das publicações, revelando também uma incipiência nas demais regiões, no caso da Região Norte e Centro-Oeste, apenas uma publicação foi identificada.

Em relação as regiões citadas acima, foram constatadas as cidades e estados brasileiros em cada uma delas: Região Sul com 2 artigos de Santa Catarina (SC) e 2 do Paraná (PR); Região Nordeste com 1 artigo de Alagoas (AL) e 1 de Sergipe (AL); Região do Sudeste com 1 artigo de Minas Gerais (MG) e 1 do Rio de Janeiro (RJ); Região do Centro-Oeste com 1 artigo de Mato Grosso do Sul (MS); Região do Norte com 1 artigo de Tocantins (TO), e 22% (5 artigos) não correspondiam a nenhuma cidade ou estado por não ter objeto de estudo de uma região em específico, por serem revisões de literatura.

Foi identificada incipiências em regiões do Centro-Oeste e do Norte, e lacuna de estudos na Amazônia, onde não foi encontrado nenhum artigo sobre esses temas, um ambiente propício para investigação da economia criativa por ser um Estado que apresenta uma riqueza em atrativos naturais e culturais, em que há um valor cultural

expressivo, utilizado como meio de geração de renda e que precisa ser investigado por pesquisadores da área do turismo criativo.

Vale ressaltar que, 35% desses estudos se concentraram em regiões internacionais, em particular em Portugal, que compreenderam 8 artigos distribuídos entre as seguintes localidades: centro com 1 artigo na aldeia do Sabugueiro (Seia); norte com 3 artigos em Barcelos, Alentejo, Évora (Alentejo) e Algarve. Vale destacar que esse quantitativo internacional, pode ser maior devido ao fato dos termos pesquisados terem sido em português, logo somente a região de Portugal pôde ser contemplada nos resultados desse estudo.

#### 5.4 CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS

Neste tópico as variáveis analisadas dizem respeito às características metodológicas da pesquisa correspondente aos: procedimentos técnicos (Bibliográfico, documental, etnográfico, estudo de caso e bibliométrico); abordagem adotada (quantitativa, qualitativa e quali-quantitativa); tipos da amostra (Probabilística simples e amostra aleatória simples); instrumento de coleta de dados (Questionário, entrevista, observação, relato de experiência e dados secundários); análise de dados (análise de conteúdo, análise estatística e análise interpretativa). Todas essas informações, bem como a frequência com que elas aparecem nos artigos estudados estão dispostas no **quadro 10**, abaixo.

**Quadro 10 – Metodologia utilizada nos artigos analisados.**

<b>Procedimentos técnicos</b>	<b>Frequência nos artigos</b>	<b>Abordagem da pesquisa</b>	<b>Frequência nos artigos</b>
Bibliográfico	15	Quantitativa	1
Documental	10	Qualitativa	16
Bibliométrico	0	Quali-quantitativa	2
Etnográfico	1	Não evidenciaram ou não apresentavam	4
Estudo de caso	4		
Não evidenciaram ou não apresentavam	2		
<b>Tipos de amostra</b>	<b>Frequência nos artigos</b>	<b>Instrumento de coleta de dados</b>	<b>Frequência nos artigos</b>
Probabilística simples	3	Questionário	5
Amostra aleatória simples	3	Entrevista	8
Não evidenciaram ou não apresentavam	18	Observação	6
		Relato de experiência	1
		Dados secundários	3
		Não evidenciaram ou não apresentavam	3
<b>Análise de dados</b>	<b>Frequência nos artigos</b>		
Análise de conteúdo	13		
Análise estatística	3		
Análise interpretativa	1		
Não evidenciaram ou não apresentavam	8		

Fonte: Elaborado pela autora (ROEL, 2021).

No que tange os procedimentos técnicos, observou-se que os estudos realizados em sua maioria são bibliográficos com 47%, em seguida o documental com 31%, estudo de caso 12%, não evidenciaram ou não apresentavam 6% e estudo etnográfico com 3%. Ressalta-se que alguns artigos faziam uso de mais de um procedimento. Como podemos observar há incipiência em relação as pesquisas etnográficas, estudo de casos, e também não haver outros tipos de procedimentos técnicos.

É destacado também, que não foi encontrado nenhum estudo bibliométrico em relação as características metodológicas na amostra analisada. A bibliometria é um método de análise quantitativa para a pesquisa científica. Os dados elaborados por meio dos estudos bibliométricos mensuram a contribuição do conhecimento científico

derivado das publicações em determinadas áreas (SOARES et al, 2016). O que mostra a importância desse estudo, já que ele vem para preencher essa lacuna.

As principais características encontradas são pesquisas bibliográficas ou documentais, predominantemente qualitativa, isso aponta a necessidade de apresentar novos métodos para a análise do turismo criativo de forma quantitativa, o que demonstra também a ausência de instrumentos de análises quantitativos.

Quanto a análise das pesquisas, pretendeu-se verificar se os estudos possuíam enfoque qualitativo, quantitativo ou misto. Ressalta-se a predominância de estudos qualitativos com 70%, quali-quantitativo 9%, quantitativo 4% e não evidenciaram ou não apresentavam 17%. É possível perceber incipiências em estudos com abordagem quantitativa, isso pode estar relacionado à ausência de modelos que possam mensurar de forma quantitativa o turismo criativo. E também ausência por parte de alguns artigos de apresentarem a abordagem utilizada.

Ao analisar a amostra das pesquisas, demonstrou-se que 75% das publicações não declararam o tipo de amostra, isso se deve ao fato de as pesquisas serem em sua maioria qualitativas, resultando nas incipiências de técnicas e métodos quantitativos para a avaliação dos estudos relacionados ao turismo criativo.

Com relação às técnicas de coleta de dados, as formas mais utilizadas foram as entrevistas com 31%, a técnica de observação com 23% e os questionários com 19%.

Foi observado que 12% não evidenciaram o tipo de coleta de dados utilizado, isso pode ser devido ao fato de a grande maioria dos artigos serem revisões de literatura. Os estudos que não evidenciaram foram: Denkwicz e Nigro (2018); Ruiz; Scalise; Carniatio (2019); Cabral et al (2017); Junqueira (2018); Melo (2018); Richards (2018); (Ferreira; González; Liberato, 2018); Gato et al (2020); Salvado et al (2020); Correia (2020).

Foi identificado também que, 12% utiliza a técnica de coleta de dados secundários e relato de experiências com apenas 4% que indica uma incipiência em estudos com essa técnica.

Para a análise de dados, verificou-se que a maioria dos artigos fizeram análise de conteúdo apresentando 52% dos resultados, provavelmente isso se caracteriza pelo fato de a maioria dos estudos terem caráter qualitativo, 32% dos artigos não especificaram a forma das análises de dados, além disso, 12% do tipo de análise

utilizado nos artigos foi feita a análise estatística, e somente 4% fizeram análise interpretativa, indicando mais uma incipiência, ligada provavelmente a incipiência aos estudos de abordagem quantitativa

## 5.5 DISTRIBUIÇÃO DOS ARTIGOS EM RELAÇÃO AS CATEGORIAS E SETORES DA ECONOMIA CRIATIVA

Para esta parte da análise foi necessário relacionar as áreas de estudos apresentadas nos artigos e sua relação com as categorias e setores da economia criativa de acordo com o Plano da Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura de 2011 (BRASIL, 2011). Conforme o **Quadro 11** abaixo, pode ser verificado tais setores e categorias que fizeram parte das investigações relacionadas aos 23 artigos.

**Quadro 11:** Relação dos artigos com as categorias e setores da economia criativa.

ANO	TITULO	AUTORES	CATEGORIA	SETOR
2017	A percepção dos visitantes do território do "Galo de Barcelos": Destino de Turismo Criativo.	Francisco Gonçalves; Carlos Costa.	Expressões Culturais	Culturas populares
2017	Representações e identidades femininas: práticas de turismo criativo no Sarau Imperial.	Frederico Ferreira de Oliveira; Jarlene Rodrigues Reis.	Artes de Espetáculo	Dança
2017	Turismo Criativo para todos: Uma base para o planejamento sustentável de destinos.	Mariana Cabral; Andreia F. Moura; Maria do Rosário Mira; Et Adília Rita Cabral.	Não consta	Não consta
2017	Desenvolvimento, turismo e economia criativa: algumas conexões a partir da realidade fronteiriça de Ponta Porã/MS.	Eliana Lamberti, Estevão Domingo Copérnico Satti; Jorceli de Barros Chaparro; Silvana Piva.	Expressões Culturais	Artesanato
2017	Marcas e propriedade intelectual das catadoras de Mangaba (SE): Turismo de Base comunitária, economia criativa e INPI.	Janaina Cardoso de Mello; Lillian Maria de Mesquita Alexandre.	Expressões Culturais	Culturas populares

<b>2017</b>	Turismo e economia criativa: uma análise da APL turística sob a concepção de negócios sociais em Taquaruçú, Tocantins, Brasil.	Ana Cunha; Erval Costa.	Expressões Culturais	Culturas populares
<b>2018</b>	A fabricação de doces artesanais enquanto atrativo para o turismo criativo: o caso de São Bartolomeu, Ouro Preto, Minas Gerais.	Narayhane Oliveira Gonzaga Delabrida; Alissandra Nazareth de Carvalho.	Patrimônio	Patrimônio Imaterial
<b>2018</b>	Cadeia Produtiva da Indústria Cultural Criativa: Possíveis Conexões com o Turismo Criativo.	Luiz Daniel; Muniz Junqueira.	Patrimônio	Patrimônio Imaterial
<b>2018</b>	Moinhos portugueses: história cultural, economia e turismo criativo.	Janaina Cardoso de Mello.	Patrimônio	Patrimônio Imaterial
<b>2018</b>	Oportunidades para o turismo criativo em Alagoas, Brasil: o caso da renda 'Singeleza' em Paripueira.	Débora de Barros Cavalcanti Fonseca; Lindemberg Medeiros de Araujo; Adriana Guimarães Duarte.	Patrimônio	Patrimônio Imaterial
<b>2018</b>	Panorama of Creative Tourism Around the World (Panorama do turismo criativo no mundo).	Greg Richards.	Não consta	Não consta
<b>2018</b>	Turismo criativo e sustentabilidade territorial.	Ana M <sup>a</sup> Ferreira; Elisa Alén González; Dália Liberato.	Não consta	Não consta
<b>2018</b>	Pêssenska: Turismo e Economia Criativa.	Patrícia Denkewicz; Giuliano Torrieri Nigro.	Expressões Culturais	Culturas populares
<b>2019</b>	Características e influências da dimensão econômica da gastronomia criativa do Ribeirão da Ilha, Florianópolis/SC, Brasil, para o turismo criativo local: Estudo de caso de uma cidade criativa UNESCO da gastronomia.	Luiz Daniel Muniz; Francisco Antônio dos Anjos.	Expressões Culturais	Culturas populares
<b>2019</b>	Modelo de Desenvolvimento e Implementação do Turismo Criativo: o caso do galo de Barcelos.	Francisco Joaquim Barbosa; Carlos Costa.	Patrimônio	Patrimônio Imaterial.
<b>2019</b>	O Contributo da Interpretação do Patrimônio para o Desenvolvimento do Turismo Criativo. O Caso do Galo de Barcelos.	Francisco Joaquim Barbosa; Carlos Costa.	Patrimônio	Patrimônio Imaterial.

2019	Turismo comunitário - criativo: uma descrição da operacionalização de pesquisa na região do Algarve de 2017-2019.	Yolanda Flores e Silva; Ivani Stello Farias.	Expressões Culturais	Culturas populares
2019	Turismo criativo e marketing de destino como salvaguarda do patrimônio cultural das regiões: o caso da Vila Sabugueiro.	Bruno Miguel Sousa; Marina Silva.	Patrimônio Cultural e Expressões Culturais	Patrimônio Imaterial e culturas indígenas.
2019	A economia criativa e o turismo: uma análise do projeto Soucuritiba, de Curitiba-Paraná-Brasil.	Thays Cristina Domareski Ruiz; Graziela Scalise, Izamara Vanessa Carniatto.	Expressões Culturais	Culturas populares
2020	Contrariando as massas e contornando as cidades: turismo criativo como alternativa em territórios de baixa densidade.	Maria Assunção Gato; Pedro Costa; Ana Rita Cruz; Perestrelo, Margarida; Elisabete Tomaz.	Não consta	Não consta
2020	O ecossistema do turismo cultural e criativo: Proposta de modelo.	Josefina Salvado; Ana Maria Ferreira; Jaime Serra; Noemi Marujo.	Não consta	Não consta
2020	Turismo criativo culinário: o caso da Portuguese Cooking School em Évora (Alentejo Portugal).	Noémi Marujo.	Expressões Culturais	Culturas populares
2020	Turismo Criativo e Metadesign. Uma perspectiva de desenvolvimento sustentável.	Vanda Correia.	Não consta	Não consta

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

No **Quadro 11**, verificou-se que a categoria mais utilizada entre as publicações foi a de expressões culturais com 44%, sendo os setores das culturas populares verificadas com maior destaque entre as publicações, os setores como artesanato e culturas indígenas também foram identificados, contudo ainda são incipientes, como também, as demais categorias relacionadas as artes digitais e artes visuais, que são completamente ausentes nos estudos.

A segunda categoria que mais se destacou no decorrer da análise estava relacionada ao Patrimônio com 26%, em que, todos estavam relacionados ao setor de patrimônio imaterial, não teve artigos que discutissem sobre os outros 3 setores como, patrimônio material, museus e arquivos.

Posteriormente com 4% vem a categoria de Artes de Espetáculo, com 1 artigo relacionado ao setor de dança, durante a análise não foram identificados artigos que se identificassem com os setores da música, circo ou teatro.

Finalizando, 26% dos artigos não se enquadravam em nenhuma das categorias e setores da economia criativa, devido serem estudos de revisão de literatura. Outra situação que vale apenas destacar, foi quanto a ausências de estudos que se dedicassem a investigar atividades relacionadas as categorias Audiovisual/ do Livro, Leitura e Literatura e Criações Culturais e Funcionais e seus respectivos setores correlacionados.

## 5.6 OS PRINCIPAIS ASSUNTOS ABORDADOS NAS PUBLICAÇÕES EM RELAÇÃO AOS TERMOS DA ECONOMIA CRIATIVA E DO TURISMO CRIATIVO

Uma das análises propostas nesse estudo foi verificar os assuntos tratados nos artigos, com a intenção de verificar possíveis tendências, semelhanças ou diferenças entre eles. No **Quadro 12**, pode ser observado os assuntos relacionados aos temas da economia criativa no turismo e do turismo criativo (**quadro 12**).

**Quadro 12:** Tema e assuntos discutidos nos artigos.

ANO	AUTOR	TEMA	ASSUNTOS
2017	Eliana Lamberti, Estevão Domingo Copérnico Satti; Jorceli de Barros Chaparro; Silvana Piva.	Economia Criativa	Artesanato.
2017	Janaina Cardoso de Mello; Lillian Maria de Mesquita Alexandre.	Economia Criativa	Saberes tradicionais e registro da marca.
2017	Ana Cunha; Erval Costa.	Economia Criativa	Aumento de renda; promoção do acesso a bens e serviços; promoção de cidadania, capital social.
2017	Francisco Gonçalves; Carlos Costa.	Turismo Criativo	Turismo com Galo de Barcelos; destino turístico criativo; experiências autênticas; interpretação do patrimônio; cultura das comunidades locais.

<b>2017</b>	Frederico Ferreira de Oliveira; Jarlene Rodrigues Reis.	Turismo Criativo	Sarau Imperial, Petrópolis, Turismo Criativo, representações femininas
<b>2017</b>	Mariana Cabral; Andreia F. Moura; Maria do Rosário Mira; Et Adília Rita Cabral.	Turismo Criativo	Turismo criativo, turismo acessível; gestão turística sustentável.
<b>2018</b>	Patrícia Denkewicz; Giuliano Torrieri Nigro.	Economia Criativa	Produto artesanal turístico de Prudentópolis.
<b>2018</b>	Narayhane Oliveira Gonzaga Delabrida; Alissandra Nazareth de Carvalho.	Turismo Criativo	São Bartolomeu; turismo criativo; patrimônio cultural e gastronomia.
<b>2018</b>	Luiz Daniel; Muniz Junqueira.	Turismo Criativo	Turismo criativo; cadeia produtiva; indústria cultural.
<b>2018</b>	Janaina Cardoso de Mello.	Turismo Criativo	Investigação sociocultural; atrativo moinhos de pão de Portugal; turismo criativo; história cultural.
<b>2018</b>	Débora de Barros Cavalcanti Fonseca; Lindemberg Medeiros de Araujo; Adriana Guimarães Duarte.	Turismo Criativo	Impactos do turismo; turismo criativo; produto turístico; sustentabilidade dos territórios.
<b>2018</b>	Greg Richards.	Turismo Criativo	Não tem
<b>2018</b>	Ana M <sup>a</sup> Ferreira; Elisa Alén González; Dália Liberato.	Turismo Criativo	Turismo criativo; sustentabilidade; desenvolvimento e identidade local.

<b>2019</b>	Thays Cristina Domareski Ruiz; Graziela Scalise; Izamara Vanessa Carniatto.	Economia Criativa	Souvenirs criativos de Curitiba; mercado turístico; pequenos produtores locais.
<b>2019</b>	Luiz Daniel Muniz; Francisco Antônio dos Anjos.	Turismo Criativo	Produto econômico, desenvolvimento econômico, economia criativa e dispersões do setor.
<b>2019</b>	Francisco Joaquim Barbosa; Carlos Costa.	Turismo Criativo	Dimensão cultural; dimensão econômica; dimensão da governança.
<b>2019</b>	Francisco Joaquim Barbosa; Carlos Costa.	Turismo Criativo	Turismo com o Galo de Barcelos; Interpretação do Patrimônio; processo produtivo de cocriação; qualidade das experiências turísticas.
<b>2019</b>	Yolanda Flores e Silva; Ivani Stello Farias.	Turismo Criativo	Comunidades tradicionais do Algarve; Etnografia; Turismo Comunitário-Criativo; desenvolvimento local; preservação cultural e ambiental.
<b>2019</b>	Bruno Miguel Sousa; Marina Silva.	Turismo Criativo	Turismo sustentável, marca da ADIRAM que representa as aldeias, desenvolvimento do turismo, Vila do Sabugueiro.
<b>2020</b>	Maria Assunção Gato; Pedro Costa; Ana Rita Cruz; Perestrelo, Margarida; Elisabete Tomaz.	Turismo Criativo	Turismo criativo em Portugal e experiência piloto CREATOR.
<b>2020</b>	Josefina Salvado; Ana Maria Ferreira; Jaime Serra; Noemi Marujo.	Turismo Criativo	Ecossistema do turismo cultural e criativo.
<b>2020</b>	Noémi Marujo.	Turismo Criativo	Turismo culinário; turista culinário; gastronomia Alentejana.

2020	Vanda Correia.	Turismo Criativo	Turismo criativo; metadesign; sustentabilidade.
------	----------------	------------------	---

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Dentre todos esses assuntos citados no **Quadro 12**, foi observado um certo destaque em assuntos relacionados a algum tipo de desenvolvimento, produto, destino, porém o que se observa que os assuntos relacionados a economia criativa no turismo e no turismo criativo são bem diversos, e que se acredita que tanto esses assuntos podem ainda ser melhor explorados por outros autores em relação a outros objetos como também novos assuntos ainda não abordados.

Assim, é indispensável que estudos sobre Economia Criativa no Turismo ou Turismo Criativo reconheçam esta incipiência de conteúdo e, portanto, é necessário explorar assuntos para a compreensão dos temas ligados às atividades artísticas, à inovação e às produções culturais.

Como dito anteriormente, foi constatado que há muitos campos de estudo, mas alguns de certa forma marcaram com assuntos em relação a comunidades tradicionais, sustentabilidade, patrimônio cultural, representações femininas, planejamento e gestão turística.

Destaca-se que a economia criativa é relacionada a vários assuntos e multidisciplinaridades, demonstrando a amplitude de possibilidades de aplicação de estudos sobre esta temática, e isso é uma característica principal do turismo criativo.

## 5.7 IDENTIFICAÇÃO DAS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS, DAS LACUNAS E INCIPIÊNCIAS DE PESQUISA

No decorrer das análises em relação aos 23 artigos foi possível perceber algumas características e lacunas que se destacaram em cada parâmetro estipulado para análise. No **Quadro 13**, pode-se perceber as principais características, lacunas e incipiências que poderão servir de norteamento para as futuras pesquisas científicas relacionadas ao tema do turismo criativo ou em relação a economia criativa no turismo.

**Quadro 13** - Principais características, das lacunas e incipiências de pesquisa.

PARÂMETROS DE ANÁLISES	PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS	LACUNAS E INCIPIÊNCIAS
<b>5.1 Concentração das publicações por periódicos e eventos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diversificação quanto a escolha dos periódicos e eventos;</li> <li>✓ Boa parte estão relacionadas a periódicos nacionais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Publicações em revistas Qualis A, B1 e B2;</li> <li>❖ Incipiências de publicações em periódicos internacionais.</li> </ul>
<b>5.2 Projeção anual dos artigos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Segue uma continuação a projeção de publicações de artigos em relação aos demais anos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Incipiências em relação a publicação de artigos em 2019 e 2020;</li> <li>❖ Necessidade de novas publicações futuras.</li> </ul>
<b>5.3 Objetos de estudo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Boa parte dos artigos são relacionados a Região Sul.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Incipiências em regiões Centro-Oeste, Norte, Nordeste e Sudeste;</li> <li>❖ Lacuna em estudos na Amazônia.</li> </ul>
<b>5.4 Características metodológicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ A maioria dos estudos são bibliográficos e documentais;</li> <li>✓ Maioria dos estudos tem enfoque qualitativo;</li> <li>✓ A maior parte dos estudos utilizam análise de conteúdo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Incipiências em estudos etnográficos;</li> <li>❖ Lacuna em estudos bibliométricos;</li> <li>❖ Incipiências em estudos quali-quantitativos;</li> <li>❖ Incipiências de técnicas e métodos quantitativos.</li> </ul>
<b>5.5 Distribuição dos artigos em relação as categorias e setores da economia criativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ As categorias mais usadas foram expressões culturais e patrimônio;</li> <li>✓ Destaque para o setor da cultura popular e patrimônio imaterial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Incipiência nos setores como artesanato e culturas indígenas;</li> <li>❖ Lacunas de artigos que discutissem sobre os outros 3 setores como, patrimônio material, museus e arquivos;</li> <li>❖ Incipiências nas categorias relacionadas as artes digitais e artes visuais.</li> </ul>

<p><b>5.6 Os principais assuntos abordados nas publicações em relação aos termos da economia criativa no turismo e do turismo criativo</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ A maioria dos estudos abordam conteúdos referentes a desenvolvimento local, de um produto ou de destino;</li> <li>✓ Diversidade de assuntos;</li> <li>✓ A amplitude de possibilidades de aplicação de estudos sobre esta temática;</li> <li>✓ Alguns assuntos que marcaram: comunidades tradicionais, sustentabilidade, patrimônio cultural, representações femininas, planejamento e gestão turística.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Incipiências em explorar assuntos relacionados as atividades artísticas, inovação e as produções culturais.</li> </ul>
--	---	---

Fonte: Elaborado pela autora (ROEL, 2021).

De acordo com o **Quadro 13**, pode-se perceber que as principais características estão relacionadas a artigos na região Sul do Brasil, os estudos têm predominância de pesquisas bibliográficas e documentais, conseqüentemente a maioria tem enfoque qualitativo na abordagem da pesquisa, e utilizam análise de conteúdo para a análise dos dados.

Em relação as principais lacunas que identificadas foram: incipiências em publicações em revistas Qualis A, B1 e B2, a necessidade de novas publicações futuras, lacuna em estudos na região Norte e na Amazônia, incipiência nos setores como artesanato e culturas indígenas, lacunas de artigos que discutissem sobre os outros 3 setores como, patrimônio material, museus e arquivos; incipiências nas categorias relacionadas as artes digitais e artes visuais; incipiências em explorar assuntos relacionados as atividades artísticas, inovação e as produções culturais.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Devido à grande importância da economia criativa no turismo e do turismo criativo, foi possível observar neste trabalho que, os termos utilizados estão se tornando cada vez mais difundidos entre o meio acadêmico e institucional. Em razão disso foi possível verificar a evolução dos termos até chegarem a uma definição que representa a realidade atual.

Atualmente, os consumidores no turismo estão buscando cada vez mais às atividades que envolvem valores e significados culturais como tradições, crenças e expressões artísticas de um determinado local, em que a criatividade e inovação possam proporcionar experiências emocionalmente significativas. Assim, o turismo criativo tem grande relevância, por gerar novos valores à cultura popular, por atuar preservando tradições e a identidade de um povo, além de estimular a atividade socioeconômica com a geração de empregos, de renda, exportações de bens e serviços.

Posto isso, espera-se que o trabalho possa contribuir com as discussões acadêmicas e científicas realizadas na área do turismo sob o contexto da economia criativa e o turismo criativo. No qual, poderá auxiliar no entendimento desse novo conceito, por meio do estudo bibliométrico das pesquisas realizadas nos últimos anos, proporcionando um panorama capaz de auxiliar novas pesquisas científicas. Assim, o presente estudo teve como objetivo principal analisar e entender as publicações sobre economia criativa no turismo e turismo criativo na base de dados do Google Acadêmico no período entre 2017 a 2020.

Os resultados apontam que há uma tendência literária pelo uso do termo turismo criativo, por compreenderem 78% dos artigos analisados, o que demonstrou haver uma consolidação em relação ao termo. E em relação aos periódicos, apresentou uma quantidade escassa nas revistas melhores qualificadas.

No que tange a quantidade de publicações por ano, observa-se que o tema é recente e ainda é pouco discutido, mas está em crescimento, por ter um aumento gradativo de publicações anuais, há a necessidade de novas publicações futuras, pois ainda tem muito a ser discutido.

A região que mais se destacou dos estados brasileiros foi o Sul com 40% das publicações nacionais. E foi identificado lacuna de estudos na Amazônia, onde não foi encontrado nenhum artigo sobre esses temas, por ser um ambiente propício para investigação da economia criativa e também um estado que apresenta fortes atividades turísticas.

Observa-se, ainda, no presente estudo, que os autores têm preferência por pesquisa bibliográfica e documental, sendo sua maioria de abordagem qualitativa. É perceptível que a entrevista é o instrumento de coleta de dados mais utilizados por esses pesquisadores. Em relação a composição dos tipos de suas amostras a maioria

dos trabalhos não evidenciaram ou não apresentaram. E a análise de conteúdo foi o tratamento mais utilizado dentro das pesquisas qualitativas.

A partir desta análise, ficou notória a necessidade do desenvolvimento de estudos bibliométricos, etnográficos, estudos de caso, estudos de abordagem quantitativa, quali-quantitativa. Quanto aos tipos de instrumentos de coleta de dados houve incipiência em utilizar relatos de experiência e dados secundários. Além disso, uma boa parte dos artigos não evidenciaram a análise de dados. Portanto há uma certa ausência de referências de técnicas e métodos de pesquisas para a avaliação dos estudos relacionados ao turismo criativo.

Foi descoberto que há incipiências de estudos nas categorias e setores da economia criativa. Sendo elas a categoria do áudio visual/ do livro, leitura, literatura com os setores de cinema e vídeo, e publicações e mídias impressas. E também não foi identificado artigos que discutissem a categoria das criações culturais funcionais com os setores de moda, design, arquitetura e arte digital. Na categoria de patrimônio não houve discussão dos setores de patrimônio material, museus e arquivos. E por último temos a categoria que foi menos explorada nos artigos, a de artes de espetáculo, pois há ausência de discussões sobre os setores de música, circo e teatro.

Os assuntos que foram abordados nessa amostra de trabalhos apresentaram grande diversidade. É importante frisar a amplitude de possibilidades de aplicação de estudos sobre esta temática. Contudo, verificou-se que a maioria deles discutiram conteúdos referentes a algum tipo de desenvolvimento, produto ou destino. Embora não haja uma tendência, há alguns estudos que se diferenciaram por abordarem temas como sustentabilidade, patrimônio cultural, representações femininas, comunidades tradicionais, planejamento e gestão turística.

Além das lacunas e incipiências encontradas nesta pesquisa, sugere-se para pesquisas futuras a comparação das publicações nacionais com as internacionais sobre o tema, tendo em vista que estudos como este contribuem para o desenvolvimento do estado da arte sobre esse campo de conhecimento.

Este trabalho vai contribuir profissionalmente para a formação da autora como futura turismóloga. O tema da economia criativa no turismo desenvolve uma visão sobre as tendências futuras do turismo, sendo importante para o mercado do turismo se envolver com ideias criativas e utiliza-las como potencial econômico.

Para finalizar, gostaria de dizer que como pesquisadora foi um grande desafio concretizar este trabalho, mas também foi um grande aprendizado, sendo necessário bastante comprometimento e disciplina. O processo da revisão bibliográfica, bibliométrica e de investigação desenvolveu minhas qualidades como pesquisadora e os conhecimentos obtidos vão ser muito importantes para a minha carreira profissional e acadêmica. Além disso, dentre os trabalhos de Turismo da UEA, este trabalho é pioneiro ao tratar da Economia Criativa no Turismo. Assim espero que os resultados dessa pesquisa possam embasar outros trabalhos e iniciativas de empreendedorismo, principalmente na região norte do Brasil.

## 7. REFERÊNCIAS

BRASIL. **Glossário do turismo: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos**. 1. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2018. 44p.

BRASIL. **Plano da Secretaria da Economia Criativa—Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014**. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. 146p.

CABRAL, M., MOURA, A. F., DO ROSÁRIO MIRA, M., & CABRAL, A. R. Turismo criativo para todos: uma base para o planejamento sustentável de destinos. **DEDiCA Revista de Educação e Humanidades**, v. 12, p 11-32, set. 2018.

CAIADO, A. S. C. **Economia Criativa na cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade**. São Paulo: FUNDAP, 2011. 160 p.

CARVALHO, R.; FERREIRA, A. M.; FIGUEIRA, L. M. O contributo dos eventos culturais e criativos para a criação de uma imagem diferenciadora do destino turístico maduro. O caso do festival MED de Loulé, Algarve. **Tourism & Management Studies**, n. 1, p. 457-466, 2011.

CENTENO, A. R. Fundamentos teóricos da economia da cultura. **Revista Contraponto**, v. 4, n. 2, 2015.

CORREIA, V. Turismo Criativo e Metadesign. Uma perspectiva de desenvolvimento sustentável. **Revista Aprender**, p. 32-46, set. 2020.

COSTA, A. de C. Artesanato e Turismo em Itabuna. **Revista Patrimônio, Lazer e Turismo**. Santos, SP, 2006.

CRUZ, J. G.; SILVA, C. L.; MAXIMIANO, C. A.; AUZIER, K. S. O estado da arte da economia criativa no estado do Amazonas: Empreendedorismo cultural e criativo dos povos indígenas. *In*: CHAVES, Maria do Perpétuo Socorro Rodrigues; CARVALHO, Nerine Lúcia Alves de. (Org.). **Economia Criativa: A experiência do Observatório de Economia**. 1ed. Manaus-AM: EDUA, 2016, v. 01, p. 132-153.

CUNHA, A.; COSTA, E. Turismo e economia criativa: uma análise da APL turística sob a concepção de negócios sociais em Taquaruçú, Tocantins, Brasil. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 1, n. 27/28, p. 483-491, 2017.

DALONSO, Y. S.; LOURENÇO, J. M.; REMOALDO, P. C.; NETTO, A. P. Tourism experience, events and public policies. **Annals of Tourism Research**, v. 46, n. 2, p. 181-184, 2014.

DE MELLO, J. C. Moinhos portugueses: história cultural, economia e turismo criativo. **RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 8, n. 2, p. 21-45, 2018.

DEHEINZELIN, Lala. Economia Criativa é a estratégia de desenvolvimento do século. **Revista Dealer**, São Paulo, p. 14-15, 2008. Disponível em:

<<http://laladeheinzelin.com.br/wp-content/uploads/2010/07/Economia-Criativa-%C3%A9-a-estrategia-de-desenvolvimento-do-S%C3%A9culo-Revista-Dealer-junho-2008.pdf>>. Acesso: 18. 02. 19.

DELABRIDA, N.; DE CARVALHO, A. N. A fabricação de doces artesanais enquanto atrativo para o turismo criativo: o caso de São Bartolomeu, Ouro Preto, Minas Gerais. **RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 8, n. 2, p. 250-269, 2018.

DENKEWICZ, P.; NIGRO, G. T. Pêssena: Turismo e Economia Criativa. In: SEMINÁRIO DOS CURSOS DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DO CAMPUS DE CAMPO MOURÃO DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PARANÁ, 3., 2017, Campo Mourão. **Anais** [...]. Curitiba: UNESPAR, 2017. p. 734-745.

AGÊNCIA de Economia Criativa recruta empreendedores para eventos. **Em Tempo**, 2019. Disponível em: <<https://d.emtempo.com.br/economia/151167/agencia-de-economia-criativa-recruta-empresendedores-para-eventos>> Acesso em: 30.07.19.

FERREIRA, A. M.; COSTA, C. O turismo como propiciador da regeneração dos centros históricos. O caso de Faro. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 3, n. 13-14, p. 1037-1038, 2010.

FERREIRA, A. M<sup>a</sup>; GONZÁLEZ, E. A.; LIBERATO, D. Turismo criativo e sustentabilidade territorial. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE AECIT'CONOCIMIENTO, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN: HACIA EL TURISMO DEL FUTURO. 20., 2018, Almería. **Anais** [...] Almería: AECIT, 2018. p. 1-17

FLORIDA, R. **The Rise of the Creative Class**. Leisure, Community and Everyday Life. Nova York: Basic Books. 2013. p. 483.

FONSECA, D. B. C.; ARAUJO, L. M.; DUARTE, A. G. Oportunidades para o turismo criativo em Alagoas, Brasil: o caso da renda 'singeleza' em Paripueira. **RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 8, n. 2, p. 270-287, 2018.

GATO, M.; COSTA, P.; CRUZ, A. R.; PERESTRELO, M.; TOMAZ, E. Contrariando as massas e contornando as cidades: turismo criativo como alternativa em territórios de baixa densidade. In: CONGRESSO DA GEOGRAFIA PORTUGUESA: GEOGRAFIA DE TRANSIÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE. 12, 2020, Lisboa. **Anais** [...] Lisboa: Universidade do Minho, 2020. p. 250-256.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002. p. 192.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas da Pesquisa Social**, 6<sup>a</sup>. Edição. São Paulo: Atlas 2008. p. 216.

GONÇALVES, A. R. As comunidades criativas, o turismo e a cultura. **Dos Algarves**, v. 17, p. 10-17, 2008.

GONÇALVES, F. J. B.; COSTA, C. A percepção dos visitantes do território do "Galo de Barcelos": Destino de Turismo Criativo. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 1, n. 27/28, p. 1177-1194, 2017.

GONÇALVES, F. J. B.; COSTA, C. Modelo de Desenvolvimento e Implementação do Turismo Criativo: o caso do galo de Barcelos. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 1, n. 32, p. 25-36, 2019.

HARTLEY, J. **Creative industries**. Chichester: Blackwell Publishing Ltd, 2005. p.434.

HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985. p. 254.

HOWKINS, J. **The creative economy: how people make money from ideas**. Penguin: New Ed, 2002. p. 308.

JUNQUEIRA, L. D. M. Cadeia Produtiva da Indústria Cultural Criativa: Possíveis Conexões com o Turismo Criativo/Creative Industry Production chain: Possible Connections with Creative Tourism. **Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade**, v. 10, n. 3, p. 217-237, 2018.

JUNQUEIRA, L. D. M.; DOS ANJOS, F. A. Características e influências da dimensão econômica da gastronomia criativa do ribeirão da ilha, Florianópolis/SC, Brasil, para o turismo criativo local: estudo de caso de uma cidade criativa UNESCO da gastronomia. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 16, n. 2, p. 95-121, 2019.

LAMBERTI, E., SATTI, E. D. C., CHAPARRO, DE B., J., & PIVA, S. Desenvolvimento, turismo e economia criativa: algumas conexões a partir da realidade fronteiriça de Ponta Porã/MS. SEMINÁRIO INTERNACIONAL AMÉRICA PLATINA E COLÓQUIO UNBRAL DE ESTUDOS FRONTEIRIÇOS. 6, 2016, Campo Grande. **Anais [...]** Campo Grande: UEMS, 2016, p. 1-11.

LANDRY, C. **The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators**. 2. ed. Londres: Routledge, p. 299, 2008.

LANDRY, C. Making The Most of Glasgow's Cultural Assets: The Creative City and its Cultural Economy. **Glasgow Development Agency**. Long Island: Comedia, 1991. p. 149.

MACHADO, R. M. Da indústria cultural à economia criativa. **Revista Alceu**, v. 9, n. 18, p. 83-95, 2009.

MARCUSE, H.; REBUÁ, G. **A ideologia da sociedade industrial**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MARUJO, N. Turismo criativo culinário: o caso da Portuguese Cooking School em Évora (Alentejo Portugal). *In*: CONGRESO INTERNACIONAL VIRTUAL SOBRE TURISMO Y DESARROLLO, COLECCIÓN. 14, 2020, Málaga. **Anais [...]** Málaga: EUMED, 2020, p. 486-491.

MELLO, J. C.; ALEXANDRE, L. M. M. Marcas e propriedade intelectual das catadoras de Mangaba (SE): turismo de base comunitária, economia criativa e INPI. **PIDCC**:

**Revista de Propriedade Intelectual - Direito Contemporâneo e Constituição**, Aracaju, ano 6, v. 11, n. 3, p.43-67, 2017.

MERIGHI, M. Ap. B.; GONÇALVES, R.; FERREIRA, F. C. Estudo bibliométrico sobre dissertações e teses em enfermagem com abordagem fenomenológica: tendência e perspectivas. **Rev Latino-am Enfermagem**, v. 15, n. 4, 2007.

NEWBIGIN, J. **The creative economy: an introductory guide**. Creative and Cultural Economy Series 1, London: British Council, 2010. p. 82.

MILITO, M. C.; MARQUES, S.; ALEXANDRE, M. L. Percepção do Residente em Relação a Turismo e Megaevento: análise bibliométrica de periódicos internacionais e latino-americanos. **Turismo em Análise**, v. 24, p. 482-502, 2013.

PRODANOV, C. C.; DE FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013, p. 277.

REIS, A. C. F. **Economia da Cultura ou Economia Criativa? Pondo os pingos nos is**. In: CULTURA E MERCADO, 2007. Disponível em: <<https://culturaemercado.com.br/economia-da-cultura-ou-economia-criativa-pondo-os-pingos-nos-is/>>. Acesso: 13. 06. 21.

RICHARDS, G. (Ed.). **Cultural tourism in Europe**. Oxford: Oxford University Press, 1996. p. 360.

RICHARDS, G. Creativity and Tourism - The State of Art. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 4 p. 1225–1253, 2011. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>> Acesso: 23. 06. 21

RICHARDS, G. Panorama of Creative Tourism Around the World (Panorama do turismo criativo no mundo). In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO CRIATIVO, CAIS DO SERTÃO. 2018, Recife. **Anais [...]** Recife: Secretaria de Turismo Esportes e Lazer, 2018, p. 1-8.

RICHARDS, G. Tourism and the World of Culture and Heritage. **Tourism Recreation Research**, v.25:1, p. 9-17. 2000.

RICHARDS, G.; RAYMOND, C. Creative tourism. **ATLAS news**, v. 23, n. 8, p. 16-20, 2000.

RICHARDS, G.; WILSON, J. **Tourism, creativity and development**. New York: Routledge. 2007. p. 352.

ROEL, D. L.; CHAVES, P. C. P. R. **Economia no Turismo: Um estudo sobre as publicações científicas**. 2019. Iniciação Científica (PAIC) – Bacharelado em Turismo, Universidade Estadual do Amazonas, Manaus, 2019.

RUIZ, T. C. D.; HORODYSKI, G. S; CARNIATTO, I. V. A economia criativa e o turismo: uma análise do projeto Soucuritiba, de Curitiba-Paraná-Brasil. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 16, n. 2, p. 145-169, 2019.

SALVADO, J., FERREIRA, A. M., SERRA, J., & MARUJO, N. O ecossistema do turismo cultural e criativo: Proposta de modelo. **Dos Algarves**, n. 38, p. 59-88, 2020.

SANTOS-DUISENBERG, E. Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável. In: REIS, A.C.F. (org). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 267.

SANTOS-DUISENBERG, E. Mensagem e Apoio Institucional. *In*: **PRINCIPIO**, 2011. Disponível em: <<http://principio.org/mensagem-e-apoio-institucional-edna-dos-santos-duisenberg-chef.html>> Acesso: 20. 07. 19.

SCALABRINI, E. C. B.; REMOALDO, P. C.; LOURENÇO, J. M. **Imagem de Destinos Turísticos: um estudo sobre as publicações brasileiras**. Revista Turismo em Análise, v. 26, n. 3, p. 541, 2015.

SEBRAE. **Economia Criativa: Do Rio de Janeiro e as MPE: Boletim Quadrimestral**. Rio de Janeiro, 2012.

SECRGS – SECRETARIA DA CULTURA DO RIO GRANDE DO SUL. Economia da cultura: Entrevista com Ana Carla Fonseca Reis. **CULTURA**, 2012. Disponível em: <<http://www.cultura.rs.gov.br/v2/2012/01/economia-da-cultura-entrevista-com-ana-carla-fonseca-reis/>>. Acesso: 23. 06. 21.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2015. p. 280.

SILVA, Y. F. E.; STELLO FARIAS, I. Turismo comunitário-criativo: uma descrição da operacionalização de pesquisa na região do Algarve de 2017-2019. **TURyDES**, v. 12, n. 27, p. 1-14, 2019.

SOARES, P. B.; CARNEIRO, T. C. J.; CALMON, J. L.; CASTRO, L. O. D. C. D. O. Análise bibliométrica da produção científica brasileira sobre Tecnologia de Construção e Edificações na base de dados Web of Science. **Ambiente Construído**, v. 16, n. 1, p. 175-185, 2016.

DE SOUZA, M. J. B.; PIMENTEL FILHO, G.; DE FARIA, S. Contribuições para a construção do conhecimento científico em turismo: uma análise bibliométrica dos artigos publicados no ENANPAD entre 1997 e 2006. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, p. 57-70, 2008.

SOUZA, B. M.; SILVA, M. Turismo criativo e marketing de destino como salvaguarda do patrimônio cultural das regiões: O caso da Vila Sabugueiro. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 15, n. 5, p. 78-92, 2019.

SOUZA, I. A. J. **(Re) pensando a economia criativa: desenvolvimentos empreendedoras no Brasil e em Portugal/Israel Alves Jorge de Souza**. – Brasília: Sebrae, 2018. p. 114.

SOUZA, I. A. J. A economia criativa do mundo antigo. Diálogo com a economia criativa. **Diálogo com a Economia Criativa**, v. 2, n. 4, p. 26-38, 2017.

TOMAZZONI, E. L.; VALDUGA, V.; ASHTON, M. S. G. A Cooperação Técnica Internacional em Enoturismo na Região Uva e Vinho, Serra Gaúcha, Brasil. **Revista Latino-Americana de Turismologia**, v. 2, n. 1, p. 31-43, 2016.

UNCTAD. **Relatório de Economia Criativa. Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável**. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. p. 424.

UNESCO. Towards sustainable strategies for Creative Tourism. **Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism**. Santa Fe, 2006. Disponível em:  
<<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811e.pdf>> Acesso: 23. 06. 21.

UNESCO. **Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais**. Paris, 2007. Disponível em:  
<<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000150224>>. Acesso: 23. 06. 2021.

ENSSLIN, L.; VIANNA, W. B. O design na pesquisa quali-quantitativa em engenharia de produção—questões epistemológicas. **Revista Produção Online**, v. 8, n. 1, p. 1-16, 2008.

VIEIRA, R., ANJOS, S. J., SOUZA, V. S. Destination Image In Tourism: Em busca de categorias de Análise. **FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUAÇU**. 8, 2014. **Anais [...]** Foz do Iguaçu, 2014, p. 1-12.

YENCKEN, David et al. The creative city. **Meanjin**, v. 47, n. 4, p. 597, 1988.