

Informação turística: mapeamento de temas e autores na literatura

Tourist information: mapping themes and authors in literature

Mateus José Alves Pinto (PINTO, M. J. A.)*

RESUMO - Este trabalho tem o objetivo de descrever os temas e as relações entre os principais autores e as categorias de análise da informação turística, para entender como o seu conceito vem sendo trabalhado em diversos estudos. A pesquisa é exploratória e bibliométrica e foi realizada pela busca de artigos por meio da palavra chave *tourist information* nos periódicos *Annals of Tourism Research* e *Tourism Management*. Foram coletados e analisados 76 artigos, com a realização da categorização da utilização da informação turística em diferentes contextos. Por fim, foi estruturada uma rede de autores com o auxílio dos Softwares *Ucinet 6* e *NetDraw*.

Palavras-chave: Informação turística; Bibliometria; Rede de autores.

ABSTRACT - This paper aims to describe the themes and relationships between the main authors and the analysis categories of tourist information, to understand how its concept is studied. The research is exploratory and bibliometric and it was held by the search of articles using the key- word *tourist information* in the journals *Annals of Tourism Research* and *Tourism Management*. It was collected and analyzed 76 articles with the categorization of the tourist information in different contexts. Finally, it was build an authors network using *Ucinet 6* and *NetDraw* Softwares.

Key words: Tourist information; Bibliometric; Authors network.

* Bacharelado em Turismo pela UFPR. Membro do Laboratório de Pesquisa em Turismo, Tecnologia, Informação, Comunicação e Conhecimento da UFPR. Contato: mateusjose.trilhas@gmail.com

INTRODUÇÃO

Este artigo é resultado do relatório final de pesquisa apresentado pelo autor no 24º Evento de Iniciação Científica e Tecnológica da Universidade Federal do Paraná (EVINCI). O trabalho analisa as principais conclusões obtidas no plano de trabalho individual do pesquisador, que compõe parte do projeto de pesquisa “A informação turística na pesquisa em turismo: sua trajetória e associações teórico-metodológicas”, desenvolvido no ano de 2015/2016.

A busca de informação turística é um processo realizado pelo turista que consiste na coleta de informações sobre o destino, advindas de fontes externas (Internet, cartazes, flyers, entre outros) e internas (conversa com amigos e familiares), influenciando assim diversos fatores, como: o planejamento da viagem, a escolha do destino, a formação da imagem do atrativo e a troca de informações entre visitante e visitado. (ALEXANDROS; JAFFRY, 2005; BEERLI; MARTÍN, 2004; FODNESS; MURRAY, 1997; GELBMAN; MAOZ, 2012).

Ainda, é relevante reforçar que o turismo se caracteriza como uma atividade sistêmica e complexa e, por isso, ele vem sendo estudado e pesquisado segunda a ótica de diversas áreas do conhecimento, como o direito, a geografia, a psicologia, a sociologia, a economia, entre outras. (LOTZ, 2002). Por causa disso, a definição de alguns conceitos teóricos na área é um desafio enfrentado nas pesquisas. (REJOWSKI, 1996).

Deste modo, este trabalho tem o objetivo de descrever os temas e as relações entre os principais autores e as categorias de análise da informação turística. Com isso, será possível entender como o conceito da informação turística vem sendo tratado em várias publicações internacionais, fortalecendo a construção de conhecimentos e a consolidação de definições próprias do turismo.

Para atingir o objetivo geral, este trabalho inclui os seguintes objetivos específicos: a) selecionar as bases de dados e critérios de escolha; b) listar os autores e os temas; c) realizar levantamento bibliográfico; e d) realizar a análise dos dados coletados, relacionando os autores e as categorias de análise da informação turística.

A INFORMAÇÃO TURÍSTICA

No turismo, a pesquisa por informações incorpora variadas funções e influencia diferentes fatores na decisão da compra. A abordagem de Fodness e Murray (1997), por exemplo, aprofunda a função da busca por informações como um meio de facilitar o turista no planejamento de uma viagem. Já, segundo Beerli e Martín (2004), as fontes de informações pelas quais os indivíduos são expostos também influenciam a escolha do destino para realizar a viagem, após todo o planejamento.

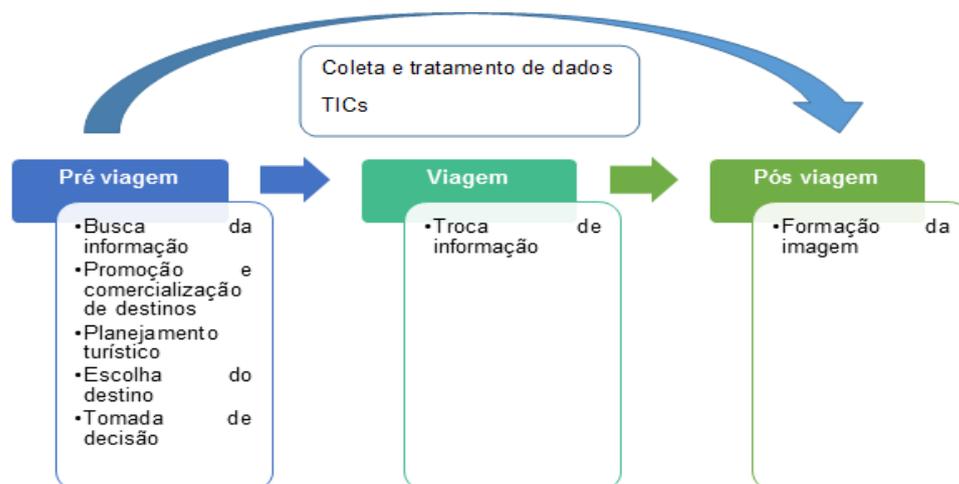
Em sua pesquisa, Alexandros e Jaffry (2005) constataram que o turista prefere receber informação acerca do destino antes de realizar a viagem. Por isso, os gestores do turismo, como as *Destination Management Organizations* (DMO's), devem elaborar políticas que levem em consideração a informação turística, como a promoção e a propaganda. (ALEXANDROS; JAFFRY, 2005).

Ademais, a informação turística pode ser considerada um dos inúmeros elementos que influenciam a formação da imagem de um destino. Beerli e Martín (2004) identificaram que algumas fontes de informação influenciam mais a imagem cognitiva do destino do que outras. Em sua pesquisa, as fontes autônomas (filmes, documentários, notícias e programas de televisão sobre o lugar) e as orgânicas (dicas de amigos e familiares) são as mais efetivas. (BEERLI; MARTÍN, 2004).

Durante a viagem, a informação turística também está presente. Ela ocorre, principalmente, na troca de informações, que está ligada com as informações recebidas no local e via *word of mouth*. (FODNESS; MURRAY, 1997). Um grande exemplo deste caso foi apontado por Gelbman e Maoz (2012), quando estudaram o papel que os guias de turismo possuem em produzir e repassar informações para os grupos que estão atendendo. Para os autores, os guias devem transmitir informações para os turistas que vão além do puro e simples fato. (GELBMAN; MAOZ 2012).

Apesar das múltiplas facetas que o estudo da informação turística pode adquirir, nota-se sua presença em todo o processo de produção e consumo da atividade, conforme representado na Figura 1.

FIGURA 1 - A INFORMAÇÃO TURÍSTICA NO CONSUMO DA ATIVIDADE



FONTE: O autor (2016).

A presença da informação turística começa na pré viagem, com a promoção do destino e a busca pela própria informação, auxiliando o planejamento da viagem, a escolha do destino e, por fim, a tomada da decisão; influencia o visitante durante a viagem, com a troca de informações pelos guias e materiais interpretativos; e constrói a imagem do destino no pós viagem, considerando as vivências do turista durante a sua experiência. (PINTO, MOSCARDI, NAKATANI, 2016).

Por fim, algumas categorias podem ser identificadas em mais de uma etapa. Enquanto a busca por informação, por exemplo, auxilia o planejamento na pré-viagem ou a busca de um restaurante diferente durante a viagem, a utilização das TICs serve como fonte de informação sobre destinos turísticos pouco explorados ou pode ocorrer através do uso de aplicativos móveis de guias sobre o que fazer, visitar e comer em alguma cidade. (PINTO, MOSCARDI, NAKATANI, 2016).

METODOLOGIA

O artigo, que tem como objetivo principal descrever os temas e as relações entre os principais autores e as categorias de análise da informação turística, é caracterizado como uma pesquisa exploratória, porque ela tem a intenção de ampliar as discussões e definir conceitos sobre a informação turística. (GIL, 2008; ZIKIMUND E BABIN, 2011).

A técnica utilizada foi a pesquisa bibliométrica, que permite o levantamento do que já foi publicado sobre o tema, mapeando quem já escreveu e o que já foi escrito sobre informação turística. (MUNIZ JUNIOR; MAIA; VIOLA, 2011). As etapas da bibliometria foram: a) pesquisa do tema por meio da palavra chave *tourist information* nos periódicos *Annals of Tourism Research* e *Tourism Management*; b) fazer uma listagem dos artigos selecionados, desde 1970 até 2015; c) organizar os resumos de cada artigo; d) identificar grupos de categorias;

e) classificar os artigos de acordo com a categoria que o melhor representa.

Justifica-se a utilização destes periódicos em específico pelos seguintes critérios: a longevidade, o fator de impacto considerado alto dentre os principais *journals* da área de turismo, o corpo de avaliadores, o número de pesquisas publicadas e a diversidade de autores.

A pesquisa também utiliza dados bibliográficos. Contudo, eles não são para a construção do enquadramento teórico, mas sim para o desenvolvimento da categorização dos temas de cada documento, identificando como a informação turística é tratada teoricamente e conceitualmente e facilitando o cruzamento dos autores com estas divisões. Para definir os temas dos artigos foi feita uma leitura inicial dos seus resumos, filtrando aqueles trabalhos que de alguma forma abordavam a informação turística.

Posteriormente, iniciaram-se as leituras das introduções e conclusões. Deste modo, os artigos foram enquadrados como alto, médio ou baixo de acordo com o foco dado à informação turística e foram distribuídos entre categorias de acordo com o tema abordado por cada um como, por exemplo: busca de informação, escolha do destino, planejamento turístico, entre outros, permitindo o entendimento de como a informação turística vem sendo trabalhada teoricamente.

Paralelamente a esta etapa de categorização, o plano de trabalho específico do pesquisador estruturou uma rede de autores preliminar para identificar as principais obras utilizadas como referência pelos artigos selecionados em ambos os periódicos citados anteriormente. A rede foi construída apenas com os trabalhos que os pesquisadores do grupo verificaram que mostravam a informação turística e sua utilização como objeto principal, sendo enquadrados como “alto”.

Para a realização da rede de autores foram utilizados dois *Softwares*, o *Ucinet 6* e o *NetDraw*. Esses sistemas são recomendados para pesquisas que requerem fazer análises de redes entre diversos indivíduos. (BORGATTI; EVERETT; FREEMAN, 2002). Na interface do *Ucinet 6* foi desenhada uma matriz em Excel que apontava em quais dos 36 artigos a referência estava presente. Finalizado a contagem, a planilha foi salva e migrada para o *NetDraw*, responsável por transformá-la em uma imagem interpretativa das interligações entre as referências citadas com os 36 artigos selecionados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como resultado inicial, apresenta-se a categorização dos artigos selecionados, verificando assim como a comunidade científica internacional trabalha a informação turística em suas pesquisas. A partir da técnica bibliométrica, foram coletados e analisados 23 artigos da revista *Annals of Tourism Research* e 53 artigos da revista *Tourism Management*, pesquisados pela palavra-chave *tourist information*. O quadro 1 apresenta as categorias finais identificadas pelo grupo da pesquisa.

QUADRO 1 - CATEGORIZAÇÃO FINAL DOS 76 ARTIGOS SELECIONADOS

Categoria final	Variantes
Meios de comunicação	Busca de informação
	Troca de informação
	Fontes de informação (inclusive TICs)
Planejamento turístico	Planejamento turístico: informação sobre o turismo para a população local
	Planejamento turístico: informação dada pelo residente para gestores de destinos
	Levantamento de informações para o turismo
Tomada de decisão	Escolha do produto
	Escolha do destino

Continua...

Continuação...

Caracterização da demanda	Aprendizado
	Percepção
	Preferências
	Comportamento
	Motivação
	Perfil
Tecnologias de informação e comunicação	TICs como novas ferramentas para influenciar os processos já existentes -- ou seja, influenciar as outras categorias
Promoção e comercialização de destinos e produtos	Promoção de destinos
	Promoção e comercialização de produtos
Formação da imagem de destinos	
Gestão da informação turística	Coleta de dados
	Modelagem e tratamento de dados

FONTE: O grupo de pesquisa (2016).

A partir desta categorização é possível compreender a complexidade da informação turística, que pode assumir diversos temas nas pesquisas científicas, contribuindo para o processo de estruturação de conceitos na área do turismo, e, principalmente, múltiplas facetas durante o consumo da atividade, visto que a mesma informação pode ser considerada em tempos diferentes no processo da viagem (a pré viagem - viagem - o pós viagem).

Relativamente à rede de autores, dos 76 artigos já selecionados e categorizados, foram identificados 36 trabalhos considerados “alto” pelos pesquisadores, devido à forte relação do tema do artigo com a informação turística. Esses artigos constituíram a base para a construção da rede de autores, necessária para identificar, neste primeiro momento, as principais referências utilizadas pelos pesquisadores.

Ao todo os 36 artigos contribuíram com 1849 referências, dentre as quais apenas 187 foram utilizadas mais de uma vez por dois ou mais autores (aproximadamente 10% do total). O quadro 2 apresenta os 36 trabalhos selecionados a quantidade de referências de cada uma das obras.

QUADRO 2 - 36 ARTIGOS CONSIDERADOS “ALTO”

Periódico	Autor(es)	nº	Título	Qtde. de Referências
<i>Annals of Tourism Research</i>	BRITTON, R. A.	979	<i>THE IMAGE OF THE THIRD WORLD IN TOURISM MARKETING</i>	41

Continua...

Continuação...

<i>Annals of Tourism Research</i>	KEOGH, B.	990	<i>PUBLIC PARTICIPATION IN COMMUNITY TOURISM PLANNING</i>	34
<i>Tourism Management</i>	LEWIS, P. G.; MEADOWS, A. J.	995	<i>CANADIAN TOURIST INFORMATION AND THE UK: PLANS AND PERCEPTIONS</i>	8
<i>Annals of Tourism Research</i>	FODNESS, D. ; MURRAY, B.	997	<i>TOURIST INFORMATION SEARCH</i>	33
<i>Tourism Management</i>	GURSOY, D.; CHEN, J. S.	000	<i>COMPETITIVE ANALYSIS OF CROSS CULTURAL INFORMATION SEARCH BEHAVIOR</i>	18
<i>Annals of Tourism Research</i>	GURSOY, D.; MCCLEARY, K. W.	004	<i>AN INTEGRATIVE MODEL OF TOURISTS' INFORMATION SEARCH BEHAVIOR</i>	72
<i>Annals of Tourism Research</i>	KERSTETTER, D. ; CHO, M.	004	<i>PRIOR KNOWLEDGE, CREDIBILITY AND INFORMATION SEARCH</i>	114
<i>Tourism Management</i>	KIM, S. S.; PRIEDEAUX, B.	005	<i>MARKETING IMPLICATIONS ARISING FROM A COMPARATIVE STUDY OF INTERNATIONAL PLEASURE TOURIST MOTIVATIONS AND OTHER TRAVEL-RELATED CHARACTERISTICS OF VISITORS TO KOREA</i>	44
<i>Annals of Tourism Research</i>	MOLINA, A.; ESTEBAN, Á.	006	<i>TOURISM BROCHURES: USEFULNESS AND IMAGE</i>	68
<i>Annals of Tourism Research</i>	ALVAREZ, M. ; ASUGMAN, G.	006	<i>EXPLORERS VERSUS PLANNERS: a study of Turkish tourists</i>	53
<i>Annals of Tourism Research</i>	PAN, B. ; FESENMAIER, D. R.	006	<i>ONLINE INFORMATION SEARCH: VACATION PLANNING PROCESS</i>	85
<i>Tourism Management</i>	SEABRA, C.; ABRANTES, J. L.; LAGES, L. F.	007	<i>THE IMPACT OF USING NON-MEDIA INFORMATION SOURCES ON THE FUTURE USE OF MASS MEDIA INFORMATION SOURCES: THE MEDIATING ROLE OF EXPECTATIONS FULFILLMENT</i>	72
<i>Tourism Management</i>	BUCKLEY, R.	008	<i>TESTING TAKE-UP OF ACADEMIC CONCEPTS IN AN INFLUENTIAL COMMERCIAL TOURISM PUBLICATION</i>	27
<i>Tourism Management</i>	FRÍAS, D. M.; RODRÍGUEZ, M. A.; CASTAÑEDA, J. A.	008	<i>INTERNET VS. TRAVEL AGENCIES ON PRE-VISIT DESTINATION IMAGE FORMATION: AN INFORMATION PROCESSING VIEW</i>	149
<i>Annals of Tourism Research</i>	EICHHORN, V. ; MILLER, G. ; MICHOPULOU, E. ; BUHALIS, D.	008	<i>ENABLING ACCESS TO TOURISM THROUGH INFORMATION SCHEMES?</i>	81

<i>Tourism Management</i>	SPARKS, B.; PAN, G. W.	009	<i>CHINESE OUTBOUND TOURISTS: UNDERSTANDING THEIR ATTITUDES, CONSTRAINTS AND USE OF INFORMATION SOURCES</i>	42
<i>Tourism Management</i>	DEY, B.; SARMA, M. K.	010	<i>INFORMATION SOURCE USAGE AMONG MOTIVE-BASED SEGMENTS OF TRAVELERS TO NEWLY EMERGING TOURIST DESTINATION</i>	11
<i>Tourism Management</i>	XIANG, Z.; GRETZEL, U.	010	<i>ROLE OF SOCIAL MEDIA IN ONLINE TRAVEL INFORMATION SEARCH</i>	57
<i>Tourism Management</i>	LO, I. S.; MCKERCHER, B.; LO, A.; CHEUNG, C.; LAW, R.	011	<i>TOURISM AND ONLINE PHOTOGRAPHY</i>	53
<i>Tourism Management</i>	WONG, C. K. S.; LIU, F. C. G.	011	<i>A STUDY OF PRE-TRIP USE OF TRAVEL GUIDEBOOKS BY LEISURE TRAVELERS</i>	46
<i>Annals of Tourism Research</i>	WONG, C. U. I. ; MCKERCHER, B.	011	<i>TOURIST INFORMATION CENTER STAFF AS KNOWLEDGE BROKERS: the case of Macau</i>	48
<i>Tourism Management</i>	PAN, S.; TSAI, H.; LEE, J.	011	<i>FRAMING NEW ZEALAND: UNDERSTANDING TOURISM TV COMMERCIALS</i>	68
<i>Tourism Management</i>	CORMANY, D; BALOGLU, S	011	<i>MEDICAL TRAVEL FACILITATOR WEBSITES: AN EXPLORATORY STUDY OF WEB PAGE CONTENTS AND SERVICES OFFERED TO THE PROSPECTIVE MEDICAL TOURIST</i>	40
<i>Annals of Tourism Research</i>	GELBMAN, A. ; MAOZ, D.	012	<i>ISLAND OF PEACE OR ISLAND OF WAR: TOURIST GUIDING</i>	59
<i>Annals of Tourism Research</i>	TUSSYDIAH, I. P. ; ZACH, F. J.	012	<i>THE ROLE OF GEO-BASED TECHNOLOGY IN PLACE EXPERIENCES</i>	78
<i>Tourism Management</i>	JEURING, J.; BECKEN, S	013	<i>TOURISTS AND SEVERE WEATHER: AN EXPLORATION OF THE ROLE OF 'LOCUS OF RESPONSIBILITY' IN PROTECTIVE BEHAVEIOUR DECISIONS</i>	70
<i>Tourism Management</i>	SPARKS, B. A.; PERKINS, H. E.; BUCKLEY, R.	013	<i>ONLINE TRAVEL REVIEWS AS PERSUASIVE COMMUNICATION: THE EFFECTS OF CONTENT TYPE, SOURCE, AND CERTIFICATION LOGOS ON CONSUMER BEHAVIOR</i>	50
<i>Tourism Management</i>	CHEN, Y.; MAK, B.; LI, Z.	013	<i>QUALITY DETERIORATION IN PACKAGE TOURS: THE INTERPLAY OF ASYMMETRIC INFORMATION AND REPUTATION</i>	107
<i>Tourism Management</i>	MUNAR, A. M.; JACOBSEN, J. K. S.	014	<i>MOTIVATIONS FOR SHARING TOURISM EXPERIENCES THROUGH SOCIAL MEDIA</i>	60
<i>Tourism Management</i>	HOGG, G.; LIAO, M.; O'GORMAN, K.	014	<i>READING BETWEEN THE LINES: MULTIDIMENSIONAL TRANSLATION IN TOURISM CONSUMPTION</i>	52
<i>Annals of Tourism Research</i>	PARK, S.; NICOLAU, J. L.	015	<i>ASYMMETRIC EFFECTS OF ONLINE CONSUMER REVIEWS</i>	100

<i>Tourism Management</i>	LLODRÀ-RIERA, I.; MARTÍNEZ-RUIZ, M. P.; JIMENÉZ-ZARCO, A. I.; IZQUIERDO-YUSTA, A.	015	<i>A MULTIDIMENSIONAL ANALYSIS OF THE INFORMATION SOURCES CONSTRUCT AND ITS RELEVANCE FOR DESTINATION IMAGE FORMATION</i>	68
<i>Tourism Management</i>	TSENG, C; WU, B; MORRISON, A. M; ZHANG, J; CHEN, Y-N	015	<i>TRAVEL BLOGS ON CHINA AS A DESTINATION IMAGE FORMATION AGENT: A QUALITATIVE ANALYSIS USING LEXIMANCER</i>	93
<i>Tourism Management</i>	VU, H. Q.; LI, G.; LAW, R.; YE, B. H.	015	<i>EXPLORING THE TRAVEL BEHAVIORS OF INBOUND TOURISTS TO HONG KONG USING GEOTAGGED PHOTOS</i>	44
<i>Tourism Management</i>	RODRIGUEZ- MOLINA, M. A.; FRÍAS-JAMILENA, D. M.; CASTAÑEDA-GARCIA, J. A.	015	<i>THE CONTRIBUTION OF WEBSITE DESIGN TO THE GENERATION OF TOURIST DESTINATION IMAGE: THE MODERATING EFFET OF INVOLVEMENT</i>	117
<i>Tourism Management</i>	OPPEWAL, ,H.; HUYBERS, T.; CROUCH, G. I.	015	<i>TOURIST DESTINATION AND EXPERIENCE CHOICE: A CHOICE EXPERIMENTAL ANALYSIS OF DECISION SEQUENCE EFFECTS</i>	39

FONTE: O autor (2016)

Tendo em vista as 187 referências que foram citadas mais de duas vezes, foi definido que aquelas obras que aparecem entre cinco e dez artigos (máximo) podem ser consideradas literatura clássica referente ao tema de informação turística e todos os seus desdobramentos possíveis através das categorias indicadas previamente. O quadro 3 apresenta a relação das 20 obras mais citadas e a frequência da citação.

É interessante notar que duas obras consideradas clássicas também aparecem na lista dos 36 artigos analisados nessa pesquisa. São elas: *Tourist information search* (FODNESS; MURRAY, 1997) e *An integrative model of tourists' information search behavior* (GURSOY; MCCLEARY, 2004).

QUADRO 3 - 20 OBRAS CLÁSSICAS

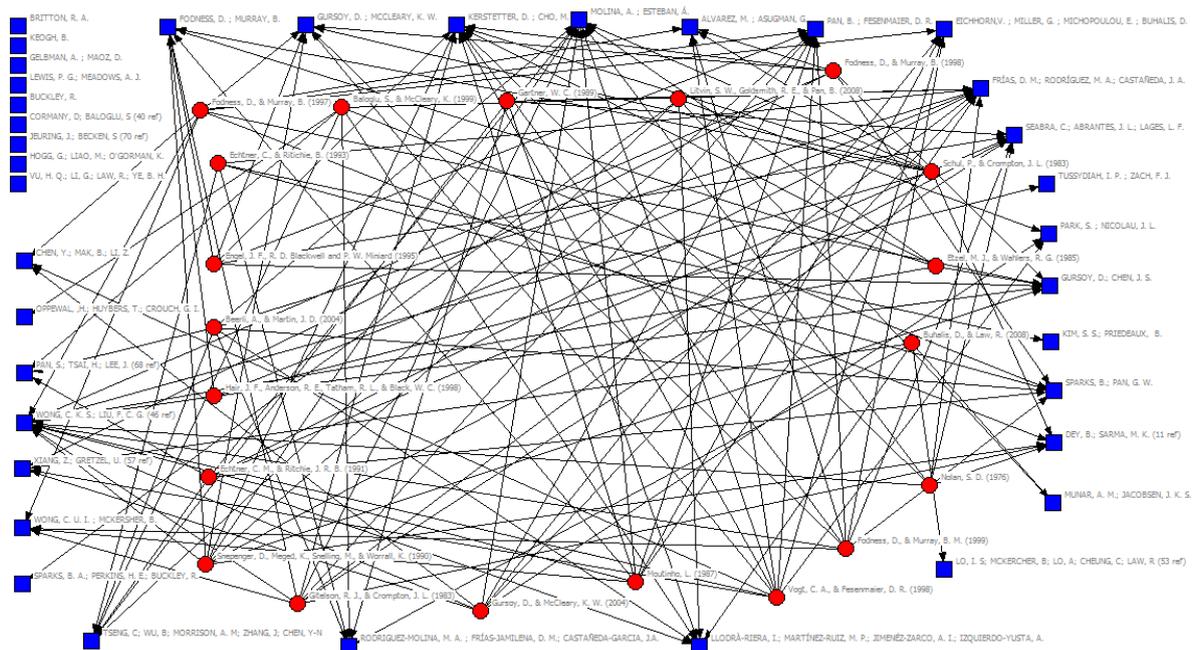
Obras clássicas	Frequências
Vogt, C. A., & Fesenmaier, D. R. (1998). Expanding the functional information search model. <i>Annals of Tourism Research</i> , 25(3), 551–578.	10
Fodness, D., & Murray, B. (1997). <i>Tourism information search</i> . <i>Annals of Tourism Research</i> , 24, 503e523.	9
Fodness, D., & Murray, B. M. (1999). A model of tourist information search behavior. <i>Journal of Travel Research</i> , 37, 220 e 230.	9
Gitelson, R. J., & Crompton, J. L. (1983). The planning horizons and sources of information used by pleasure vacationers. <i>Journal of Travel Research</i> , 21, 2e7.	9
Snepenger, D., Meged, K., Snelling, M., & Worrall, K. (1990). Information search strategies by destination-naï ve tourists. <i>Journal of Travel Research</i> , 29(1), 13–16.	9

Gursoy, D., & McCleary, K. W. (2004). An integrative model of tourists' information search behavior. <i>Annals of Tourism Research</i> , 31(2), 353e373.	8
Moutinho, L. (1987). Consumer behavior in tourism. <i>European Journal of Marketing</i> , 21, 5e44.	8
Baloglu, S., & McCleary, K. (1999). A model of destination image formation. <i>Annals of Tourism Research</i> , 26(4), 868e897.	7
Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. <i>Annals of Tourism Research</i> , 31(3), 657e681.	7
Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. <i>Journal of Tourism Studies</i> , 2(2), 2e12.	7
Fodness, D., & Murray, B. (1998). A typology of tourist information search strategies. <i>Journal of Travel Research</i> , 37(2), 108–119.	7
Schul, P., & Crompton, J. L. (1983). Search behavior of international vacationers: travel-specific lifestyle and sociodemographic variables. <i>Journal of Travel Research</i> , 22(Fall), 25–30.	7
Engel, J. F., R. D. Blackwell & P. W. Miniard. (1995). <i>Consumer Behavior</i> (8th ed.). Fort Worth TX: The Dryden Press	6
Nolan, S. D. (1976). Tourists' use and evaluation of travel information sources: summary and conclusions. <i>Journal of Travel Research</i> , 14(3), 6–8.	6
Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internetdthe state of eTourism research. <i>Tourism Management</i> , 29(4), 609–623.	5
Echtner, C., & Ritichie, B. (1993). The measurement of destination image: an empirica assessment. <i>Journal of Travel Research</i> , 32, 3–14.	5
Etzel, M. J., & Wahlers, R. G. (1985). The use of requested promotional material by pleasure travelers. <i>Journal of Travel Research</i> , 23, 2e6.	5
Gartner, W. C. (1989). Tourism image: attribute measurement of state tourism products using multidimensional scaling techniques. <i>Journal of Travel Research</i> , 28(2), 16e20.	5
Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). <i>Multivariate data analysis</i> . Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.	5
Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. <i>Tourism Management</i> , 29(3), 458–468.	5

FONTE: O autor (2016)

As 20 referências mais citadas também podem ser visualizadas na figura 2, criada a partir do *Software NetDraw*. Na imagem pode-se verificar a relação dessas obras com os respectivos artigos onde foram referenciadas.

FIGURA 2 - RELAÇÃO ENTRE OS 36 ARTIGOS E AS 20 REFERÊNCIAS MAIS CITADAS



FONTE: O autor (2016)

Na figura, os quadrados azuis representam os 36 artigos que fazem parte do recorte da rede de autores. Já os círculos vermelhos são as 20 referências mais utilizadas nestes trabalhos. Os quadrados azuis que estão no canto superior esquerdo não citaram nenhuma das 20 obras mais frequentes. Porém, isso não quer dizer que eles não formam nenhuma rede. Estes trabalhos formam redes com as outras 167 referências que foram citadas mais de uma vez, mas não alcançaram o mínimo de cinco menções.

Por fim, é importante destacar que a quantidade de obras frequentes (aproximadamente 10%) dentro do universo total (1849) ainda é muito baixa, principalmente porque os artigos não tratam da informação turística pura, mas sempre atrelando o seu conceito com alguma outra variável. Por isso a literatura utilizada também é multidisciplinar e depende muito do tema de cada artigo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou descrever os temas e as relações entre os principais autores e as categorias de análise da informação turística. Para atingir esse objetivo foi necessário, em um primeiro momento, identificar em que contextos a informação

turística vem sendo estudada em trabalhos científicos em turismo através de uma pesquisa bibliométrica com a análise de 76 artigos publicados no periódicos *Annals of Tourism Research* e *Tourism Management*. Posteriormente, foi construída uma rede de autores com 36 artigos, do total de 76, considerados de alto enquadramento para a pesquisa, o que contribuiu para a identificar as obras mais citadas pelos pesquisadores em seus textos.

Desse modo, foi possível estabelecer algumas relações importantes para compreender a informação turística. Primeiramente, a informação turística assume diversas variáveis durante o consumo da atividade, pois a mesma informação pode ser considerada em tempos diferentes no processo da viagem. Além disso, a pesquisa da informação turística também auxilia na produção e estruturação de novos conhecimentos na área do turismo, atividade considerada complexa e em constante mudança.

Por fim, a continuação deste projeto de pesquisa foi aprovada para o ano de 2016/2017 e a elaboração da categorização dos contextos da informação turística, assim como da rede de autores e coautores, continuarão a ser estruturadas.

AGRADECIMENTOS

O autor deste trabalho agradece os membros deste grupo de pesquisa por todo o ano que passaram juntos na construção deste projeto e que estão sempre muito empenhados em contribuir com a pesquisa científica no curso de turismo da UFPR. São eles, a Professora Doutora Marcia S. Massukado Nakatani, o mestrando Ewerton Lemos Gomes e o bacharelado Eduardo Henrique Moscardi. A todos, muito obrigado!

REFERÊNCIAS

- ALEXANDROS, A.; JAFFRY, S. Stated preferences for two Cretan heritage attractions. **Annals of Tourism Research**, v. 32, n. 4, p. 985–1005, 2005.
- BEERLI, A.; MARTÍN, J. D. Factors influencing destination image. **Annals of Tourism Research**, v. 31, n. 3, p. 657–681, 2004.
- BORGATTI, S. P.; EVERETT, M. G.; FREEMAN, L. C. **Ucinet 6 for Windows: Software for Social Network Analysis**. Harvard, MA: Analytic Technologies, 2002.
- BORGATTI, S. P. **Netdraw Network Visualization**. Harvard, MA: Analytic Technologies, 2002.
- FODNESS, D.; MURRAY, B. Tourist information search. **Annals of Tourism Research**, v. 24, n. 3, p. 503-523, 1997.
- GELBMAN, A.; MAOZ, D. Island of peace or island of war: tourist guiding. **Annals of Tourism Research**, v. 39, n. 1, p. 108–133, 2012.
- GIL, A. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- LOTZ, E. G. **Destinos turísticos: discursos sobre fatores determinantes de atratividade**. 113 f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) - Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2002.
- MUNIZ JUNIOR, J.; MAIA, F.G.M.; VIOLA, G. Os principais trabalhos na teoria do conhecimento tácito: pesquisa bibliométrica 2000-2011. In: SIMPOI, 2011. **Anais...** Disponível em: <<http://goo.gl/FZmYvp>>. Acesso em: 09/08/2016.
- PINTO, M. J. A.; MOSCARDI, E. H.; NAKATANI, M. S. M. **A informação turística na pesquisa em turismo: uma análise de artigos publicados na Annals of Tourism Research**. Trabalho apresentado no Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, 10, Foz do Iguaçu, 2016.
- REJOWSKI, M. **Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional X a situação brasileira**. Campinas: Papirus, 1996.
- ZIKMUND, W.; BABIN, B. **Princípios da pesquisa de marketing**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.