



# XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA  
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual  
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

## Experiência Turística Memorável: uma síntese da literatura com os artigos mais citados

Rina Ricci-Cagnacci<sup>1</sup>  
Prof. Dr. George Bedinelli Rossi<sup>2</sup>

### Resumo

Esta pesquisa pretende sintetizar a literatura acadêmica acerca das experiências turísticas memoráveis que têm sido estudadas a partir do primeiro artigo que tratou exclusivamente sobre a temática de autoria de Tung e Ritchie (2011). O estudo começa com uma discussão dos objetivos de uma revisão, apresenta taxonomia de revisões de literatura e, em seguida, discute as etapas na realização da revisão quantitativa e qualitativa da literatura. A base da pesquisa foi retirada por meio de busca no banco de dados do site *Web of Science*, de onde foram delimitados os artigos por meio de filtros nos títulos de publicações científicas em jornais e revistas da categoria Hospitalidade, Lazer, Esporte e Turismo, incluindo as subcategorias. O resultado apresentou 46 publicações em jornais e revistas internacionais e uma nacional. Destas, foram selecionados para a abordagem mais profunda os 15 artigos com maior número de citações, todos de jornais internacionais, a fim de identificar os entendimentos teóricos e empíricos do mundo acadêmico sobre as experiências turísticas memoráveis, com uma síntese de cada um desses artigos mais citados. A metodologia incluiu a utilização do software *VOSviewer* para a criação de mapas de redes com base nos dados obtidos da pesquisa preliminar pelo *Web of Science*, onde foi possível analisar os resumos e títulos dos artigos com os termos de maior ocorrência e relevância. Também foram criadas nuvens de palavras pelo aplicativo *Wordle*, para a visualização dos termos mais utilizados nos títulos e nos resumos para uma análise comparativa. Seja no desenvolvimento de escalas de medição ou de pesquisas qualitativas ou de cunho quantitativo com análise fatorial exploratória, concluiu-se que, nos estudos analisados que, as ETMs são uma forte ferramenta de marketing para melhoria dos atrativos turísticos, agregando mais valor percebido, além de representar uma importante vantagem competitiva para organizações e destinos turísticos. Como contribuição, o estudo demonstrou as teorias que poderão servir para embasar novos estudos e desenvolvimentos de pesquisas mais avançadas.

**Palavras-chave:** Experiência Turística Memorável; ETM; comportamento do turista, revisão bibliográfica.

<sup>1</sup> Mestranda em Turismo. PPGTUR EACH da Universidade de São Paulo - USP. <http://lattes.cnpq.br/5256942113174938>. [rina.ricci@usp.br](mailto:rina.ricci@usp.br).

<sup>2</sup> Doutor em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas – FGV. Professor da Universidade de São Paulo – USP. Brasil. <http://lattes.cnpq.br/6837228828495794>. [gbrossi@usp.br](mailto:gbrossi@usp.br).