

La Producción Académica Brasileña Actual sobre Turismo Creativo: un estudio bibliométrico en múltiples bases de datos

A Produção Acadêmica Brasileira Atual sobre Turismo Criativo: um estudo bibliométrico em múltiplas bases de dados

The Current Brazilian Academic Production on Creative Tourism: a bibliometric study across multiple databases

  **Moisés David Hernández Matorel**

Universidad Tecnológica Latinoamericana (UTEL), Ciudad de México, México

moisesmatorel@gmail.com

  **Thiago Duarte Pimentel**

Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora - MG Brasil

thiago.pimentel@ich.ufjf.br

  **Jessica Yanet Soto Beltrán**

Universidad Autónoma de Sinaloa, Culiacán, Sinaloa, México
jesysoto@uas.edu.mx

Resumen: Por medio de este artículo se busca mapear las publicaciones referentes al turismo creativo, establecer su perfil e identificar sus principales características, retos y oportunidades en abierto en el contexto brasileño. Para tanto, se hace uso de la metodología de análisis bibliométrico comparativo aplicado a 7 de las principales bases de datos usadas en Brasil, en el área de turismo y conexas: 1) Portal de Publicações de Turismo, 2) Portal Scientific Periodicals Electronic Library, 3) Portal Scientific Electronic Library Online (Scielo); 4) Portal de Periódicos CAPES y 5) Actas del Encontro Nacional da ANPAD, 6) Actas del Encontro Nacional da ANPTUR, y 7) Catálogo de teses e dissertações CAPES, de las cuales se han recuperado 45 documentos representando investigaciones hechas en con el termino de búsqueda “turismo creativo” en español, inglés y portugués. Los datos fueron analizados y descritos según un protocolo propio

constituido para este fin, a partir de estudios bibliométricos similares. A pesar de la visibilidad reciente del fenómeno, los resultados indican que la producción sobre el tema es todavía muy limitada, predominan investigaciones relacionadas al turismo con desarrollo local, planeación de destinos turísticos, desarrollo sostenible. Además, se verifica la carencia de investigaciones sobre el turismo creativo desde la perspectiva de los visitantes.

Palabras claves: Turismo creativo; Análisis bibliométrico; Turismo.

Resumo: Através deste artigo, busca-se mapear as publicações relacionadas ao turismo criativo, estabelecer seu perfil e identificar suas principais características, desafios e oportunidades no contexto brasileiro. Para isso, foi utilizada a metodologia de análise bibliométrica comparativa aplicada a 7 das principais bases de dados usadas no Brasil, na área de turismo e áreas afins: 1) Portal de Publicações de Turismo, 2) Portal Scientific Periodicals Electronic Library, 3) Portal Scientific Electronic Library Online (Scielo); 4) Portal de Periódicos CAPES e 5) Anais do Encontro Nacional da ANPAD, 6) Anais do Encontro Nacional da ANPTUR, e 7) Catálogo de teses e dissertações CAPES, das quais foram recuperados 45 documentos representando pesquisas feitas com o termo de busca “turismo criativo” em espanhol, inglês e português. Os dados foram analisados e descritos conforme um protocolo próprio estabelecido para este fim, a partir de estudos bibliométricos similares. Apesar da recente visibilidade do fenômeno, os resultados indicam que a produção sobre o tema ainda é muito limitada, predominando pesquisas relacionadas ao turismo com desenvolvimento local, planejamento de destinos turísticos e desenvolvimento sustentável. Além disso, verifica-se a falta de pesquisas sobre o turismo criativo na perspectiva dos visitantes.

Palavras-chave: Turismo criativo; Análise bibliométrica; Turismo.

Abstract: Through this article, we aimed to identify the publications related to creative tourism, establish its profile, and identify its main characteristics, challenges, and opportunities in the Brazilian context. For this purpose, the methodology of comparative bibliometric analysis was used, applied to 7 of the main databases used in Brazil in the field of tourism and related areas: 1) Tourism Publications Portal, 2) Portal Scientific Periodicals Electronic Library, 3) Portal Scientific Electronic Library Online (Scielo); 4) CAPES Periodicals Portal, and 5) Proceedings of the National Meeting of ANPAD, 6) Proceedings of the National Meeting of ANPTUR, and 7) CAPES Theses and Dissertations Catalog. From these, 45 documents were retrieved representing research conducted with the search term “creative tourism” in Spanish, English, and Portuguese. The data were analyzed and described according to a specific protocol established for this purpose, based on similar bibliometric studies. Despite the recent visibility of the phenomenon, the results indicate that production on the subject is still very limited, with predominance of research related to tourism with local development, tourist destination planning, and sustainable development. Additionally, there is a lack of research on creative tourism from the perspective of visitors.

Keywords: Creative tourism; Bibliometric analysis; Tourism.

Introducción

El turismo creativo (TC) ha sido estudiado como un nicho de mercado emergente dentro del turismo cultural, su auge ha permitido que la comunidad científica en el mundo aborde este fenómeno desde diferentes áreas del conocimiento, como un campo emergente propio interdisciplinario. A pesar de su reciente crecimiento e inclusión como *trending topic* en el escenario actual, la extensión de su alcance es todavía desconocida.

El TC es reconocido como una práctica emergente de la actividad turística, la cual es retomada desde Pearce y Buttler (1993) señalando el crecimiento del interés por actividades de este nicho en los destinos turísticos. Sin embargo, su primera conceptualización se retoma desde Richards y Raymond (2000:4 – traducción libre), quienes conceptúan al TC como “turismo que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo mediante la participación activa en cursos y experiencias de aprendizaje característicos del destino vacacional donde se llevan a cabo.”¹.

Este tipo de turismo es reconocido por su relación con el turismo cultural, pero obedece a una vivencia cultural diferente. Richards (2013) considera que, por los cambios en las tendencias y necesidades de los turistas, el turismo cultural pasó de que las personas visitaran lugares muy frequentados a los lugares de pequeña escala, a los que ofrecen la oportunidad de probar lo local o vivir la cultura de manera auténtica. De esta manera, el TC se posiciona como una extensión o reacción del turismo cultural (Richards, Wilson, 2006; Ferreira, Pedro, 2019), como una nueva forma de practicar este turismo (Ohridska, Ivanov, 2010), o como un cambio de perspectivas basado en las nuevas preferencias y actividades que están consumiendo los turistas culturales (Nava, Ibarra, 2019; Richards, Wilson, 2007).

De una u otra manera, el turismo cultural estaba siendo criticado por la mercantilización de la cultura, mientras el TC aporta frente a otras manifestaciones, logrando una cercanía de los turistas con locales, a través de experiencias turísticas que involucran participación activa en el consumo de productos y servicios en el destino. Esta transición del turismo cultural al TC está estrechamente relacionada

con el desarrollo de la llamada clase creativa y ciudades creativas. Esta idea se basa en el hecho de que desde la economía del conocimiento se estudia a la creatividad como fuente del crecimiento económico de las regiones.

Ha sido defendido que la adopción del TC como tendencia en los centros turísticos permite la generación de prácticas que añaden valor y admiten una nueva fase del turismo con actividades emergentes que contribuyen a los diferentes actores del sector y flexibilizan las dinámicas de los destinos turísticos. En este caso, la creatividad y la cultura se consideraron como factores importantes para reevaluar los enfoques del turismo con la coyuntura de la pandemia por el COVID-19, donde destinos turísticos tratan de adaptarse a través de diarios culturales en tiempos de pandemia como, por ejemplo, en el caso de Letonia, con conciertos en línea, incentivos a las actividades creativas en Cabo Verde, o aun por medio de la creación de contenido musical por artistas de las islas del Caribe (UNESCO, 2020).

El turismo mencionado tiene diferentes tipos de representaciones que ya han sido desarrolladas en diferentes destinos turísticos del mundo, como lo son las redes de TC (desarrolladas en ciudades Nelson en Nueva Zelanda, Barcelona en España, Paris en Francia), espacios creativos (como la illy's Università del Caffè en Italia, La Valrhona) y fondos creativos (desarrollados en Beijing, Shanghai) (Richards, 2013). En el caso de la Red de TC de Barcelona se reconocen destinos amigables al TC como Medellín, Loulé, Recife, Ibiza, Quito, Saint-Jean Port-Joli, Tuscany, Quebec, Barcelona, Empordanet, Gabrovo, Biot, Urla, Bangkok, Barcelos y Valparaíso.

A pesar de ser un fenómeno contemporáneo, el TC ha propuesto una diferenciación innovadora en la forma de realizar turismo, que nace en las nuevas tendencias de consumo dentro de la oferta turística. Así como, la iniciativa de las regiones que consideran relevante su cultura y su enlace con generación de experiencias creativas, de tal forma que pueden crear relaciones importantes y valiosas entre los actores del sector turismo, mientras satisface la demanda y fortalece a los destinos desde una mirada socioeconómica. En este escenario donde el TC se ha perpetuado en la actividad turística, requiere de aportes científicos desde diferentes áreas del conocimiento. Richards (2011) retoma a este tipo de turismo

emergente como un fenómeno que ayuda a repensar aspectos importantes del turismo contemporáneo.

Además, Álvarez-Garcia, et al (2017) relacionan que por tratarse de un nicho contemporáneo, hay un número reducido de citas referentes al tema de TC, sin embargo, demuestran que a partir del 2015 existió un crecimiento en los aportes científicos que incluían a este turismo a pesar de la inexistencia de autores y grupos de investigación consolidados en investigar la temática. Frente a esto, los autores mencionan que aún quedan muchos ámbitos por ser investigados en esta materia, así como abordar problemáticas constructivistas que permita un desarrollo local de las comunidades, como evitar impactos negativos y maximización de los puntos positivos de las prácticas del turismo mencionado.

En este contexto, de incremento de la relevancia e interés por el tema aliado a la escasa y desconocida extensión y alcance de esta literatura, la presente investigación tiene como objetivo estudiar las características que tienen las publicaciones referentes al TC en el contexto brasileño. En este sentido, se da respuesta al interrogante de *¿Cuáles son las características de los aportes de la producción bibliográfica académica en Brasil sobre turismo creativo en distintas bases de datos en el contexto reciente?* Así, en el presente documento se presenta análisis bibliométrico aplicado a 7 principales bases de datos usadas en Brasil, en el área de turismo y conexas².

El TC ha sido llamativo para diferentes destinos de la región que comienzan a desarrollar experiencias turísticas de este tono para sus visitantes (Richards, Wilson, 2006; Richards, 2014; Richards, Duif, 2018). En consecuencia, se reconoce la justificación del desarrollo de conocimiento paralelo a las prácticas turísticas para una mayor comprensión del fenómeno, que beneficia tanto a la comunidad científica en el reconocimiento de estas experiencias como de todos los actores en los destinos turísticos que hacen parte de estas representaciones (Richards, Wisansing y Paschinger, 2019).

Además de la potencial contribución práctica de este turismo, complementando la literatura existente con base en los datos de la producción

sobre el tema en Brasil, la identificación de la producción académica sobre TC puede contribuir para la observación de áreas y temas que surgen con este fenómeno, así como de los temas saturados, en el direccionamiento de los esfuerzos de los investigadores para observar problemáticas que no han sido sujetas a la observación científica y que carecen de mayor profundización y estudios.

Evolución del concepto del turismo creativo

El TC está umbilicalmente conectado al turismo cultural. Esta mirada hacia un turismo cultural emergente a partir del TC da la posibilidad del desarrollo de actividades culturales a través de generar capital creativo durante la participación activa de los consumidores o turistas. La creatividad debe ser una parte integral de la oferta turística, así como el turismo es una parte integral de un destino por las siguientes razones: genera importantes insumos económicos, depende en gran medida de una oferta cultural próspera, y el intercambio de personas también genera lo de ideas (Lindroth, Jarmo y Soisalon-Soininen, 2007).

Este turismo se reconoce como parte de las corrientes emergentes de las prácticas turísticas, porque obedece a las nuevas tendencias de la actividad, no obstante, la creatividad se ha convertido en un factor importante para el desarrollo de las regiones, siendo parte de los objetivos de desarrollo sostenible 2030 (UNESCO, 2018); además se decanta como una innovación en los destinos turísticos, donde el TC aporta más allá de la economía, le apuesta a una integración de los actores donde existen impactos sociales de gran importancia cultural y social (Molina, 2016).

De forma más específica, las conceptualizaciones de este turismo han obedecido a una evolución en sus formas de expresión desde sus inicios. Su primera conceptualización se remonta a los aportes de Richards y Raymond (2000), quienes reconocen a todas aquellas actividades que ofrecen a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo, a través de una participación en el proceso de experiencias y aprendizajes que son característicos en el destino.

Sin embargo, tras el paso del tiempo, y el acumulo de estudios e investigaciones, sucesivos cambios y mejoramientos han sido hechos en los estudios del tema, lo que llevó los autores a consideraren la evolución del área haciendo un paralelo con la evolución tecnológica, hecha en olas de saltos tecnológicos (internet 1.0, 2.0 etc). En el TC se reconocen 4 eras, o etapas, de evolución de los estudios, cada cual caracterizada por un conjunto de temas y abordaje específico de los problemas. Así que la definición anteriormente mencionada ha sido referenciada por Duxbury y Richard (2019), como parte del *turismo creativo 1.0*, el cual se caracterizó por experiencias creativas a través de talleres y formas de aprendizaje de pequeña escala a los turistas.

Con el auge de este tipo de actividades aparece el *turismo creativo 2.0*, como un llamado a la innovación territorial de los destinos turísticos, en esta fase se comienzan a implementar nuevas interacciones desde la superestructura del turismo (Destinos turísticos), relacionándose con definiciones de organizaciones como UNESCO (Ferreira *et al.*, 2019), para quienes el TC ‘implica una mayor interacción, donde el visitante tiene una experiencia educativa, emocional, social y participativa con el destino, con su cultura viva y las personas que viven allí.

En esta fase del TC ya se reconocía como una estrategia sostenible, iniciativas de planificación y de desarrollo territorial para los destinos desde una dimensión de superestructura y, por ende, a la integración de otros actores en esta experiencia. Lo cual forja al *turismo creativo 3.0*, el cual es abordado de las redes de turismo fortalecidas a través de la creatividad (Richards, 2011; De Bruin; Jelinčić, 2016). Esta fase se caracteriza por la participación de los turistas en actividades creativas, crecimiento de los productos culturales intangibles y la diferenciación de las experiencias ofertadas a los turistas.

A su vez, el *turismo creativo 4.0*, se reconoce por el involucramiento de los visitantes, a partir de la relación producción y consumo de los turistas en las experiencias y prácticas creativas, así como la participación y co-creación de las actividades y experiencias de este nicho, en los destinos (Duxbury; Richard, 2019). De esta manera, en los estudios del TC se comienza abordar al fenómeno desde la

“experiencia creativa” que es reconocida como la resultante de actividades en los destinos, donde los visitantes participan activamente en la cultura local, a través de involucrarse en procesos tanto de producción como consumo de su propia experiencia que van desde la participación activa en actividades, como también se presentan la existencia de espacios, eventos y espectáculos creativos que posibilitan la llegada de turistas (Richards, 2011; De Bruin; Jelinčić, 2016).

Figura 1. Las etapas de desarrollo del turismo creativo.

Stage	Approximate Start Date	Forms	Focus
Creative tourism 1.0	2000	Learning activities and workshops	Production-focused
Creative tourism 2.0	2005	(a) Destination-based creative experiences	Macro consumption-related perspective
		(b) Community-based tourism	Community-development thinking
Creative tourism 3.0	2010	Links to the creative economy	More passive forms of creative consumption
Creative tourism 4.0	2015	Relational networks and co-creation of experiences	Micro consumption-related perspective blending into prosumption

Fuente: Recuperado de Baixinho et al. (2020, p. 2).

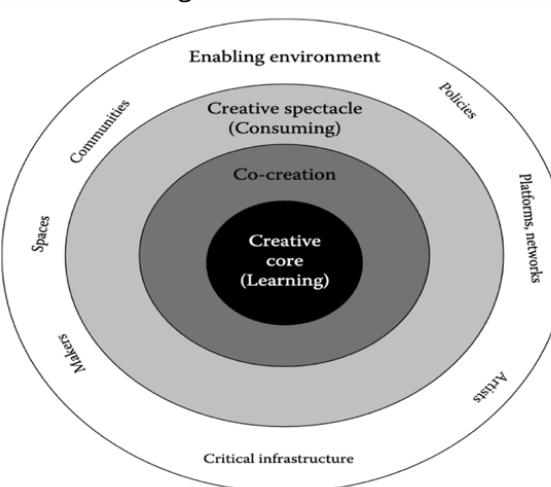
Es importante entender los diferentes enfoques que pueden ver al turismo estudiado, es una actividad que parte más de la realidad de las vivencias y experiencias de los turistas que de una estructura superior (de abajo hacia arriba). Los enfoques que le apuntan a esta dinámica social llegan a situarse desde una mirada socioeconómica dado a que buscan una reinención social de los destinos sin olvidar la finalidad económica de la actividad turística.

En este sentido, las diferentes fases han pasado de entender al TC como una iniciativas de pequeños representaciones de aprendizajes impulsados por pequeños negocios que buscaban experiencias diferenciadas en los destinos turísticos (TC 1.0), a verlo como una forma de innovación en los destinos relacionado con la planeación y el desarrollo territorial (TC 2.0), resultando en mayor número de actividades relacionadas con el destino turístico (TC 3.0) y por último, al ser abordado desde un punto de vista más individualizado a través de la co-creación y la participación activa (TC 4.0).

En su propuesta de agenda del TC, Duxbury y Richards (2019) hacen un mapeo de las principales características, temas y prácticas del tema (Figura 2), y se señalan la necesidad de estudiar a los turistas creativos, así como una gran brecha en conocimiento de los productores de ofertas y experiencias de este tipo de turismo. También señalan una creciente atención a los entornos y lugares en los que se llevan a cabo estas actividades y cómo las iniciativas turísticas creativas pueden diseñarse y aprovecharse estratégicamente tanto para el visitante como para el beneficio local. A su vez, Sudirah y Febriani (2020, p. 274) consideran que las características del TC pueden ser sintetizadas en: experiencia auténtica, compromiso activo (*active engaging*), aprendizaje participativo, contacto directo con la comunidad, creación de su propio producto, y por último prácticas laborales.

Este tipo de experiencia diferenciada incentiva a las personas a desarrollar su potencial creativo en los destinos. En este caso, las personas no solo observan la cultura desde su rol de asistente o visitante, sino que realiza las actividades culturales que predominan en la ciudad, también los turistas creativos llegan a los destinos a mostrar su arte, manifestar sus propias culturas y costumbres durante su estancia, adquieren conocimiento a partir de talleres u otras representaciones, participan en procesos de diseño, creación de productos simbólicos del destino.

Figura 2. Los principales aspectos del desarrollo de la investigación en TC: una estructura de organización.



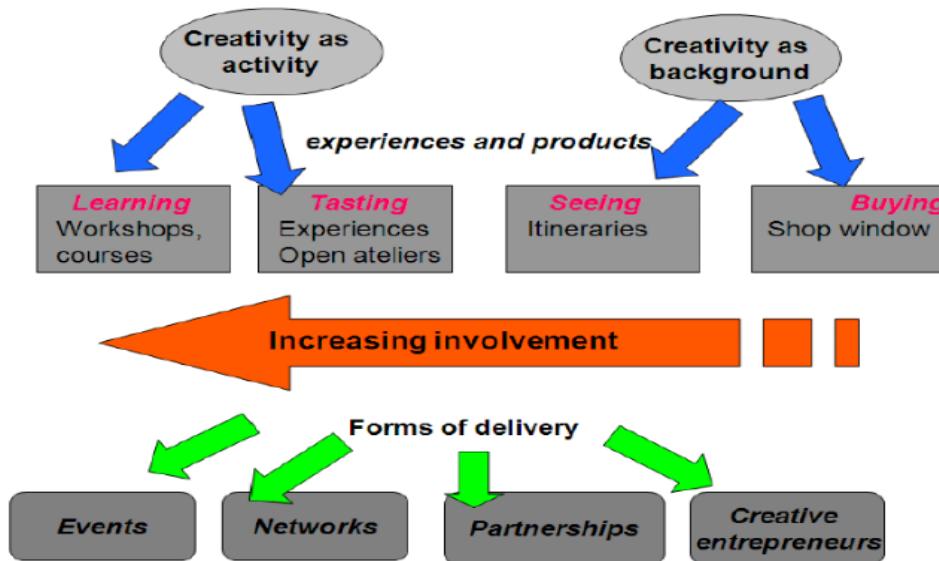
Fuente: Recuperado de Duxbury, Richard (2019, p. 6).

Como sistematizan Richards y Marques (2012, p. 4): el TC puede ser:

- Un medio de implicar a los turistas en la vida creativa del destino
- Un medio creativo de utilizar los recursos existentes
- Un medio de reforzar la identidad y el carácter distintivo
- Una forma de autoexpresión/descubrimiento
- Una forma de edutainment³ - educación para la autorrealización y la educación
- Una fuente de "atmósfera" para los lugares
- Fuente de recreación y revitalización de lugares".⁴

Según los autores, dependiendo de cómo se utilice la creatividad, ya sea como actividad principal o como parte del trasfondo, los tipos de procesamiento (aprendizaje, experimentación, observación o compra) generan productos y/o experiencias que pueden entregarse de cuatro formas posibles: 1) como eventos, 2) redes, 3) asociaciones o 4) emprendimiento creativo. En la figura 3, se sistematiza y organiza la información 3aportada por los autores.

Figura 3. Modelos de turismo creativo.



Fuente: Recuperado de Richards. G.; Marques (2012, p. 4).

En síntesis, con base en estas contribuciones, consideramos los conceptos de etapas del turismo creativo, sus características y temas, así como sus modelos, como referencias para interpretar la producción bibliográfica brasileña sobre el

tema. La sección siguiente describe como se procesó el estudio a partir de la metodología sugerida.

Cuestiones metodológicas del estudio

El objeto empírico de investigación fue definido como la producción bibliográfica sobre turismo creativo en Brasil. Para abarcar este objeto, se propuso en la presente investigación la búsqueda de información bibliográfica en diferentes bases de datos para conocer las características que tienen las publicaciones que incluyen al estudio del turismo creativo en el país. Los estudios bibliométricos usualmente han sido hechos utilizando una base de datos, lo que puede resultar en una conformación de muestra de datos sesgada, por más importante que sea la base elegida. Por este motivo, este estudio hace uso de diferentes bases de datos especializadas, con el fin de intentar ampliar la muestra de datos y disminuir la posibilidad de errores directos e indirectos en el proceso y obtener resultados más representativos y fidedignos, con relación al cuadro de la producción bibliográfica brasileña sobre el tema.

Así, en la primera fase de investigación del estudio bibliométrico, se procedió a la selección y recolección de datos, donde fueron elegidas siete bases de datos (consideradas como las principales bases de datos usadas en Brasil en el área de turismo y conexas): 1) Portal de Publicações de Turismo, 2) Portal Scientific Periodicals Electronic Library (*SPELL*), 3) Portal Scientific Electronic Library Online (*Scielo*); 4) *Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)*, y 5) Actas del *Encontro Nacional da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Administração (ENANPAD)*, 6) Actas del *Encontro Nacional da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Turismo (ANPTUR)*, y 7) Catálogo de teses e dissertações *CAPES*.⁵

Una vez identificadas las bases de datos, se procedió a la búsqueda de los documentos, cuya finalidad es reconocer de manera general las características que tienen estas publicaciones. La búsqueda se caracteriza por hacer uso del término de turismo creativo en 3 idiomas (español, portugués e inglés): turismo creativo,

turismo *criativo* y *creative tourism*. Todas las búsquedas fueron también realizadas con los términos en comilla para así delimitar los resultados obtenidos "turismo creativo", "turismo *criativo*" y "*creative tourism*"⁶. (Véase tabla 1).

Para el análisis, se consigna información importante de cada uno de los documentos tales como abordaje teórico, principales resultados, año de publicación, metodología usada, tipo de investigación, lugar de aplicación, revista científica, indexación, número de citas, entre otros.

Tabla 1. Documentos seleccionados por bases de Datos

Buscadores	Encontrados	Seleccionados
1) SPELL	5	5
2) ENANPAD	1	1
3) Catálogo de teses e dissertações CAPES	9	7
4) Periódico CAPES	16	12
5) SCIELO	3	3
6) Publicações de Turismo	24	17
7) Actas de la ANPTUR	6	0
Total de la muestra	45	

Elaboración propia.

El análisis realizado fue del tipo bibliométrico, el cual se encarga de compilar información general de las publicaciones categorizándose, dependiendo de diferentes criterios, lo cual permite analizar a la producción bibliográfica de un tema dentro de una disciplina o área de conocimiento, enfocándose en categorías mayormente teórico y metodológicas utilizada por la comunidad científica estudiada (Lenine, y Mörschbächer, 2020). Para el presente estudio bibliométrico, se utilizaron los indicadores relacionados por Soares; Picolli; Casagrande (2018), quienes compilan las principales categorías más utilizadas y difundidas en estudios bibliométrico como lo son la ley de Lotka, ley de Bradford, Ley de Zipf, el número de publicaciones por autor, revista, institución o tema, número de citaciones, índice de afinidad, Lazos científicos, y co-citaciones (Véase Tabla 2).

Para complementar el proceso de análisis de datos propuesto por el estudio bibliométrico, se hizo uso de la estadística descriptiva para conseguir mayor información relevante con respecto a los estudios del fenómeno del turismo

creativo elegidos como muestra para el presente trabajo, en este caso se refleja un análisis con las características de las publicaciones del turismo creativo.

Tabla 2 – Indicadores bibliométrico

Indicador	Concepto
Ley Lotka	Investiga las distribuciones de frecuencia de autoría de artículos sobre un tema/área determinada.
Ley de Bradford	Investiga las distribuciones de frecuencia del número de artículos publicados por revistas sobre un tema/área determinada.
Ley de Zipf	Investiga las distribuciones de frecuencia del vocabulario de los textos en un tema/área determinada.
Número de publicaciones por autor, revista, institución o tema	Investiga el volumen de publicaciones por autores, revistas, instituciones o temas en un área determinada.
Número de coautores/ Colaboradores	Investiga la cooperación entre representantes de entidades y países, en investigaciones conjuntas, con el propósito de crear una matriz que muestre los principales socios y proporcione la descripción de la red científica.
Co-publicaciones: publicación con autores de diferentes países, instituciones	Investiga la cooperación entre representantes de entidades y países, en investigaciones conjuntas, con el objetivo de crear una matriz que destaque a los principales socios y proporcione una descripción de la red científica.
Número de citas	Investiga el impacto de artículos, revistas e investigadores en función del número de citas.
Índice de afinidad	Investiga la tasa relativa de intercambios científicos (entre países, instituciones) a través de citas.
Lazos científicos	Investiga y mide la influencia de las redes entre diferentes comunidades científicas.
Co-citaciones	Investiga el número de veces que dos o más artículos son citados simultáneamente en un mismo artículo.

Fuente: Recuperado de Soares; Picolli; Casagrande (2018, p. 321-322).

Análisis bibliométrico del turismo creativo

Mapeo de la Producción Reciente sobre Turismo Creativo

Con la finalidad de contrastar las conclusiones con los estudios encontrados en las bases de datos *Portal de Publicações de Turismo*, SPELL, SCIELO, Portal de Periódicos CAPES, Actas del ENANPAD y Actas de la ANPTUR, se puede señalar que los resultados representan entre el 0,0007% y 0,1176% de los documentos totales disponibles en cada uno de los buscadores; para los resultados obtenidos de cada término de búsqueda se encuentran en el rango de 0 y 52.843 documentos alusivos a cada uno de los términos de búsquedas referentes al TC en los tres idiomas seleccionados (Véase Tabla 3).

Tabla 3. Relación de resultados de búsqueda en las bases de datos

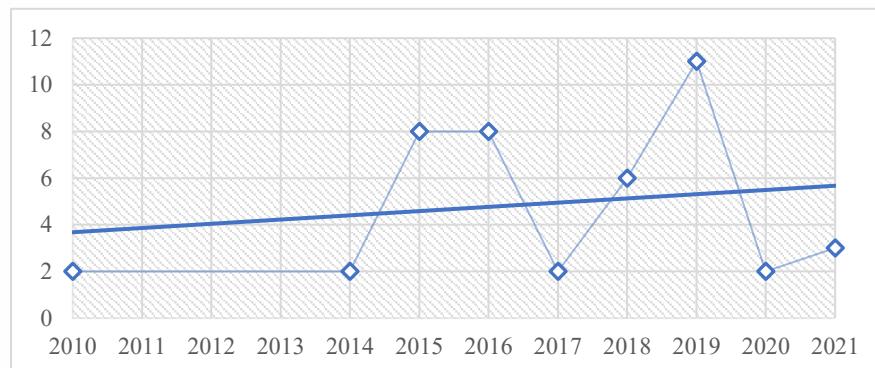
BUSCADORES	ANPAD spell	Actas del Enanpad	Banco de teses e dissertações CAPES	Periódicos CAPES	Scielo	Publicaciones de turismo	Actas de la ANPTUR	Total
"Turismo criativo"	0	0	9	16	2	24	6	57
"Creative Tourism"	0	0	8	410*	0	31	0	449
"Turismo creativo"	0	0	0	13	3	13	0	29
Total documentos en buscador Representación	56025	25000	125000	275000	434800	14460	3080	
	0,0089%	0,0040%	0,0056%	0,0044%	0,0007 %	0,1176%	0,00194 8%	
	5	1	7	12	3	17	0	45
Artículos seleccionados	0,11	0,022	0,1555	0,2666	0,0666	0,3777	0	100

Nota: * excluidos los textos de no de Brasil ni de autores brasileños, además de los 3 criterios mencionados en la metodología. Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de búsqueda de base de datos seleccionados.

Además, se resalta una tendencia de crecimiento en las publicaciones entre el periodo del año 2010 al 2021, de los cuales se encuentra un máximo de publicaciones en el año 2019 con un total de once documentos y un mínimo de publicación en los años 2010, 2014 y 2020 con 2 investigaciones del TC en cada año. Señalase que la línea de tendencia es creciente y para el año 2021 con 3 artículos científicos (Véase figura 4).

En cuanto al *área de conocimiento* en el que abordaron al TC se reconocen veintitrés documentos referentes al turismo como disciplina de estudios, diez pertenecen a las ciencias sociales, cinco han sido aportaciones desde la administración, tres desde la economía, dos desde la geografía, un documento abordó al TC desde la educación y un documento desde las políticas públicas. A su vez, se resalta que el 42% de estas investigaciones se refieren a estudios que relacionan al TC con la planeación, gestión y desarrollo local de los destinos, así como un 36% tienen que ver con la relación del TC con otros nichos de mercado como el turismo gastronómico, turismo rural, turismo cultural, entre otros; el 11% aluden al estudio del TC; 7% al estudio de las experiencias creativas; y el 4% restante de las investigaciones se relacionan con desarrollo sostenible de los lugares.

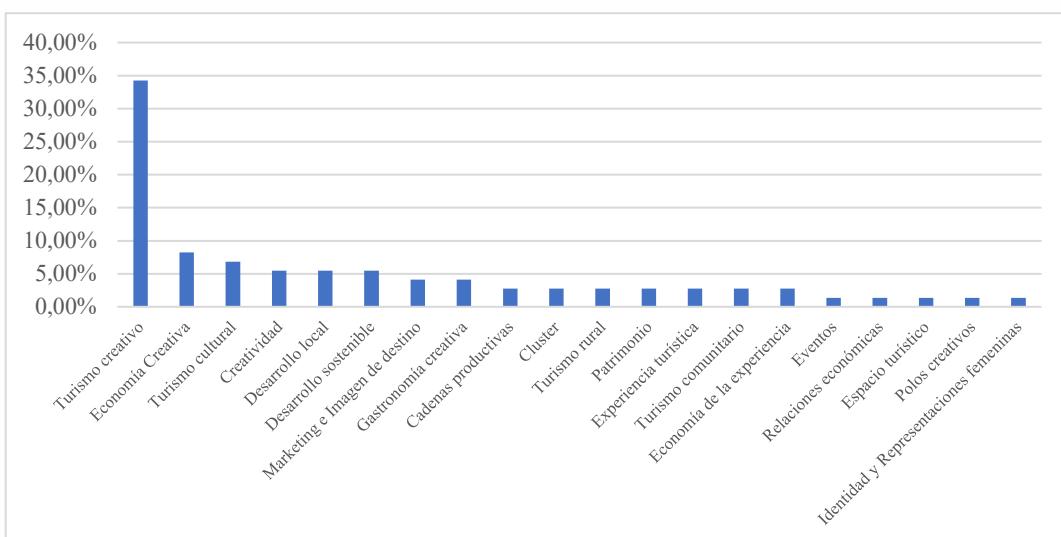
Figura 4. Relación de publicaciones encontrados y línea de tendencia



Nota: Relación total de publicaciones por año con la línea de tendencia creciente.
Elaboración propia.

Con relación a las *teorías abordadas en las investigaciones*, se reconoce un 34% conexas con abordajes teóricos del TC, 8% referente a la economía creativa, 7% con el turismo cultural, 5% abordados desde la creatividad, 5% teoría de desarrollo local, 5% desarrollo sostenible, 4% con marketing e imagen de destino, 4% de gastronomía creativa; por su parte las teorías de cadenas productivas, clúster, turismo rural, patrimonio, experiencia turística, turismo comunitario y economía de la experiencia representan un 3% cada una; y los eventos culturales, relaciones económicas, espacios turísticos, polos creativos e identidad y representaciones femeninas con una representación del 1% de las teorías. (Véase figura 5).

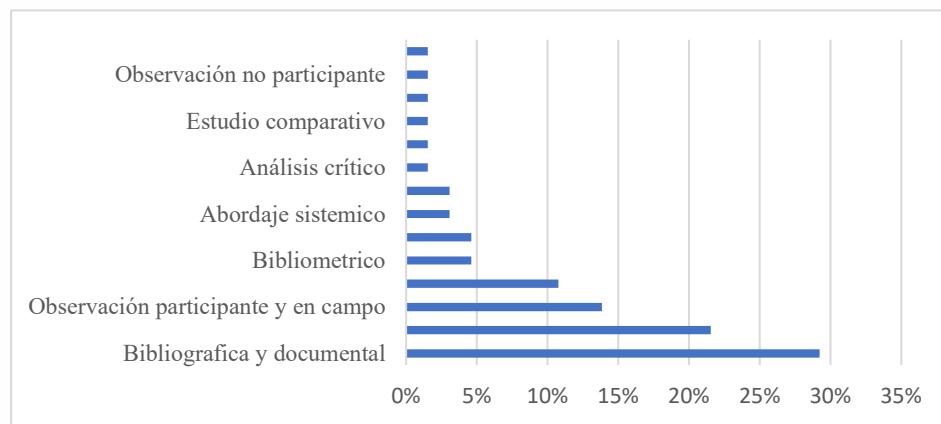
Figura 5. Representación de las teorías observadas en las investigaciones.



Nota: Teorías usadas en las diferentes investigaciones observadas. Elaboración propia.

En términos metodológicos, es importante mencionar que el 93% de los documentos seleccionados son investigaciones de tipo cualitativo, 5% aplican investigaciones de corte cuantitativo y un 2% son metodología mixta. Como técnicas de recolección de información se usaron el análisis bibliográfico, documental y teórico en un 34%, las entrevistas con una participación del 22%, la observación participante y de campo con un 14%, las encuestas y cuestionarios que representan un 11%, estudio bibliométrico representaron un 5%, las técnicas de abordaje sistemático y estudio de caso representan el 3% cada uno, el análisis crítico, autodiagnóstico, estudio comparativo, mapeos, observación no participante y seguimiento con un 2% (Véase figura 6).

Figura 6. Técnicas de recolección de información utilizadas en las investigaciones observadas



Fuente: Elaboración propia.

Con relación al método de análisis de la información, también se encuentra que el 28% de los documentos hace uso del análisis de contenido, el 10% realizó triangulación de datos, además se relaciona investigaciones con técnicas de análisis histórico y contextual, análisis teórico, *snowball*, estadística descriptiva y abordaje sistemático, las cuales representan un 7% cada una de estos métodos de análisis de información; a su vez las técnicas de análisis de clúster, test de hipótesis, estudio de caso, método Geertz, mapas mentales, *mapping*, modelación y cualificación también cuentan con una representación de 3% cada una.

El (16%) de los documentos seleccionados en la muestra son tesis y disertaciones de posgrados que se presentaron en universidades de Brasil, el otro porcentaje restante (84%) son artículos científicos publicados en diferentes revistas en su mayoría referentes al área del turismo y ciencias sociales. Basado en lo anterior, se puede relacionar que la revista *Tourism & Management Studies* presentó el mayor número de artículos referentes al fenómeno del TC, seguido por la revista *Gestão e Desenvolvimento*, *Revista de turismo & desenvolvimento*, *Revista de turismo y patrimonio cultural PASOS* y *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade* las cuales cuentan cada una con tres artículos científicos cada una; por su parte la revista de *El Periplo sustentable*, *Revista de Turismo Contemporaneo* y *Revista Iberoamericana de turismo* también relacionan al menos 2 artículos referente a la temática estudiada (Tabla 4).

Tabla 4. Relación de artículos por revista y su indexación

Revistas	Número de artículos	Indexación		
		CAPES	SJR	DIALNET
<i>Tourism & management studies</i>	6	B1		D
<i>Gestão e Desenvolvimento</i>	3	B3		
<i>Revista de turismo & desenvolvimento</i>	3	B5		
<i>Revista de turismo y patrimonio cultural PASOS</i>	3	B2		
<i>Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade</i>	3	B2		
<i>El periplo sustentable</i>	2	A2		C
<i>Revista De Turismo Contemporâneo</i>	2	B3		
<i>Revista iberoamericana de turismo</i>	2	B3		
<i>Enlightening Tourism</i>	1			D
<i>Gran tour, Revista de investigaciones turísticas</i>	1	A4		
<i>Iberian Journal of Information Systems and Technologies</i>	1		Q4	
<i>Investigación turísticas</i>	1		Q3	
<i>Journal of tourism and Heritage research</i>	1			D
<i>REAd. Revista Eletrônica de Administração</i>	1	B1		
<i>Revista Applied Tourism</i>	1	B2		
<i>Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional</i>	1	B1	Q4	
<i>Revista DEDICA</i>	1			C
<i>Revista desafío Online</i>	1	B3		
<i>Revista Estudios y perspectivas en turismo</i>	1			D
<i>Revista Turismo em Análise</i>	1	B1		
<i>Revista Turismo estudios e prácticas</i>	1			

Fuente: Elaboración propia.

En adición a esto, es importante mencionar que de las 21 revistas científicas representadas en la muestra, tres cuentan con calificación por Scimago Journal Ranking (SJR) de los cuales la Revista de investigaciones turísticas se encuentra en el cuartil 3 (Q3) de las ciencias sociales, así como Iberian Journal of Information, Systems and Technologies y la Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional se encuentran en el cuartil 4 (Q4) de ciencias de la comunicación y ciencias ambientales respectivamente. Además, otras 14 revisas se encuentran calificadas por CAPES, donde una revista se encuentra en categoría A2, otra revista cuenta con indexación A4, cuatro revistas en B1, tres revistas en B2, cuatro revistas indexadas con calificación B3 y una revista con calificación B5.

En términos de citaciones basado en *cifras de Google Scholar*, se relaciona información de 25 investigaciones, de las cuales el 48% tiene menos de 5 citaciones, 36% de las investigaciones tiene entre 6 y 10 citas, 6% de estas se encuentra entre 11 y 20 citaciones, 4% entre el 21 y 30 citaciones y el 8% restante tiene entre 31 y 42 citaciones. Los trabajos de investigación con mayor número de citas se titulan “Creative tourism: opportunities for smaller places?” y “A Model Proposal on the Use of Creative Tourism Experiences in Congress Tourism and the Congress Marketing Mix” con 32 y 42 citas respectivamente (Véase Tabla 5).

Tabla 5. Tabla de frecuencia del número de citaciones de los documentos de investigación

Citaciones	Frec. absoluta	Frec. absoluta acumulada	Frec. relativa	Frec. relativa acumulada
1	5	5	0,20	0,20
2	2	7	0,08	0,28
3	2	9	0,08	0,36
4	2	11	0,08	0,44
5	1	12	0,04	0,48
7	3	15	0,12	0,60
8	2	17	0,08	0,68
9	1	18	0,04	0,72
10	3	21	0,12	0,84
11	1	22	0,04	0,88
24	1	23	0,04	0,92
32	1	24	0,04	0,96
42	1	25	0,04	1,00

Nota: frecuencia de las citaciones observadas en Google Scholar. Leyenda: Frec. – frecuencia.

Elaboración propia.

Síntesis de las principales características de la Literatura Reciente sobre Turismo Creativo

En síntesis, los estudios del TC en primera instancia muestran una tendencia de crecimiento en las publicaciones referentes de los buscadores retomados en la presente investigación, lo cual puede mostrar que es una temática que ha tomado ventaja en los estudios del turismo desde las ciencias sociales, por la predominancia de hacer uso de este nuevo nicho emergente del turismo cultural como factor en la planeación, gestión y desarrollo local de los destinos turísticos, por lo cual, se permite destacar como este se ha referenciado dentro de planteamientos teóricos en las diferentes investigaciones abordadas (Véase Tabla 6).

Estos estudios se caracterizan por la predominancia de métodos cualitativos, por la existencia de mayores investigaciones que se inclinan por los estudios bibliográficos y documentales, lo cual puede entenderse por ser una temática emergente y contemporánea; a su vez se reconoce que revistas como *Tourism and management studies*, presenta el mayor número de artículos científicos en la muestra seleccionada, así como se destaca un crecimiento de publicaciones en los últimos años debido a su interés de estudiar el TC, reconociéndose una edición especial de la revista basada en el estudio de este nicho de mercado del turismo.

Tabla 6. Síntesis del estudio bibliométrico

Categoría	Resultado predominante	Incidencia
Base de datos con más documento	SCIELO	25
Año con más publicación	2019	11
Área de conocimiento con más incidencia	Ciencias sociales	10
Foco de aplicación con más incidencia	planeación, gestión y desarrollo local de los destinos	42%
teorías más abordadas en las investigaciones	abordajes teóricos del tema	34,25%
Corte metodológico predominante	cualitativo	93,33%
Técnicas de recolección de datos	Bibliográfico y documental	29%
Método de análisis de la información	Análisis de contenido	28%
Tipo de documento	artículos científicos publicados en revistas	71%
Revista con mayor número de publicaciones en el periódico	Tourism and management studies	6
clasificación más recurrente de las revistas	B3	8
Clasificación más alta en indexadores internacionales	Scimago Journal Ranking (SJR)	3
Clasificación más alta en indexadores nacionales (QUALIS CAPES)	A2	2
Indicador de citaciones	13 investigaciones con más de 5 citaciones por Google Scholar	52%

Fuente: elaboración propia.

Conclusiones y recomendaciones

Los estudios del TC de manera general muestran que es una temática contemporánea, debido a que sus conceptualizaciones obedecen a aportes de finales del siglo XX, sus prácticas se convierten en algo emergente para el turismo, y su estudio obedece a un crecimiento en aportes científicos como se demuestra también en la presente investigación. Sin embargo, Duxbury y Richards (2019) señalan que se requiere mayores estudios académicos que aborden al TC desde diferentes áreas de estudios, en especial aquellas donde comienzan a diseminar al TC desde la perspectiva de los turistas-consumidores.

Esta observación que insta a los estudios del TC a observar hacia los visitantes, obedece también a la evolución conceptual de este fenómeno en sí, donde autores como Booyer y Rogerson (2015) mencionan que los turistas son la principal fuente de información para este turismo; Campos, Oom y Scott (2015) también relacionan a la experiencia de los turistas como el núcleo del TC; Tan, Kung y Luh (2013; 2014) estudian la experiencias del TC desde una dimensión experiencial.

Frente a las 45 investigaciones observadas, se encuentra también la necesidad de estudios que aborden al TC desde esta perspectiva, esto se debe a que el TC se ha asociado a la economía de la experiencia, en donde se hace necesario que este fenómeno sea estudiado tanto desde la perspectiva de la oferta turística, los destinos como diseminador de experiencias turísticas y sin rezagar a los consumidores de este tipo de vivencias diferenciadas que propone el TC. En las características de las investigaciones retomadas en este estudio se encuentra una predominancia del estudio del TC desde la perspectiva de los destinos turísticos (al menos un 47% de las investigaciones abordadas, observan al TC como una oportunidad de desarrollo local y desarrollo sostenible de los destinos turísticos), lo cual demuestra la necesidad de la comunidad académica de repensar la actividad turística a través de prácticas creativas que contrarreste los efectos negativos que está dejando el turismo masivo en los destinos turísticos del mundo.

Por otro lado, se resalta que el 36% de las investigaciones estudiadas, abordan al TC como oportunidad de adherencia a otros nichos de mercados del

turismo, como el turismo cultural, turismo gastronómico, el turismo rural, el turismo comunitario, entre otros. Lo cual demuestra que las experiencias creativas, aunque mayormente están involucradas con la cultura local, pueden ser llevadas a cabo a través de diferentes medios y que sus prácticas son adaptables basados en las riquezas culturales de cada destino turístico.

Finalmente, como limitante del estudio se reconoce hacer uso a otros términos de búsquedas relacionados con el TC, así como el uso de otras bases de datos especializadas. Sin embargo, se plantea la necesidad de mayor esfuerzo académico y de investigación por el estudio cercano de estas tendencias en el turismo, ya que permitiría que tanto la comunidad académica como los grupos de interés del sector se encuentren más cercanos a la realidad de sus prácticas diarias tanto en Latinoamérica como en el mundo.

Referencias

- ÁLVAREZ, J.; MALDONADO, C.; DEL RÍO, M. ; SÁNCHEZ, M. Análisis de los Estudios Referentes a los Impactos del turismo creativo indexados en la base Scopus y WoS. **Revista Portuguesa de Estudos Regionais**, 48, 17–32. 2017.
- BAIXINHO, A.; SANTOS, C.; COUTO, G.; ALBERGARIA, I. S. DE; SILVA, L. S. DA; MEDEIROS, P. D.; SIMAS, R. M. N. Creative tourism on islands: A review of the literature. **Sustainability**, 12(24), 10313. 2020. <https://doi.org/10.3390/su122410313>
- BOOYENS, I.; ROGERSON, C. M. Creative tourism in cape town: An innovation perspective. **Urban Forum**, 26(4), 405–424. 2015. <https://doi.org/10.1007/s12132-015-9251-y>
- BRUIN, A.; JELINCIC, D. A. Toward extending creative tourism: participatory experience tourism. **Tourism Review**, 71, 57–66. 2016.
- CAMPOS, A. C., MENDES, J., VALLE, P. O. DO.; SCOTT, N. Co-creation of tourist experiences: a literature review. **Current Issues in Tourism**, 21(4), 369–400. 2018. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1081158>
- DUXBURY, N; RICHARD, G. Towards a research agenda for creative tourism: developments, diversity, and dynamics. In: **A research agenda for creative tourism**. Edward Elgar Publishing. 1–14. 2019

- LINDROTH, K.; RITALAHTI, J. ; SOISALON-SOININEN, T. Creative tourism in destination development. **Tourism Review**, 62(3/4), 53-58. 2007.
<https://doi.org/10.1108/16605370780000322>
- MOLINA, S. Turismo creativo. **Revista Turismo Estudos e Práticas-RTEP/GEPLAT/UERN**, 5(1), 205-223. 2016.
- RICHARDS, G. Creative tourism: opportunities for smaller places? **Tourism & Management Studies**, 15(1SI), 7-10. 2019.
<https://doi.org/10.18089/tms.2019.15si01>
- RICHARDS, G. Creativity and tourism the state of the art. **Annals of Tourism Research**, 38(4), 1225-1253. 2011.
- RICHARDS, G. Designing creative places: The role of creative tourism. **Annals of Tourism Research**, 85(102922), 102922. 2020.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- RICHARDS, G.; COOPER, C. The creative economy, entertainment and performance. In: S. Volo, S.; Gartner, W. C.; Scott, N. (Eds.). **SAGE handbook of tourism management: Applications of theories and concepts to tourism**. 2018. p. 315-327. SAGE.
- RICHARDS, G.; DUIF, L. **Small cities with big dreams: Creative placemaking and branding strategies**. Routledge. 2018.
- RICHARDS, G.; MARQUES, L. Exploring Creative Tourism: Editors Introduction. **Journal of Tourism Consumption and Practice**, 4(2). 2012.
- RICHARDS, G.; MARQUES, L. **Creating synergies between cultural policy and tourism for Permanent and temporary citizens**. UCLG/ICUB. 2018.
- RICHARDS, G.; RAYMOND, C. Creative tourism. **ATLAS NEWS**, 23 (8), 16-20.2020.
- RICHARDS, G.; WILSON, J. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. **Tourism Management**, 27(6), 1209-1223. 2006.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>
- RICHARDS, G.; WILSON, J. The creative turn in regeneration: creative spaces, spectacles and tourism in cities. **In Tourism, culture and regeneration**. CAB International. 2006. p. 12-24.
- RICHARDS, G.; WILSON, J.; LENINE, E.; MÖRSCHBÄCHER, M. Pesquisa bibliométrica e hierarquias do conhecimento em Ciência Política. In: RICHARDS, G.; WILSON, J. (Eds.) **Tourism, Creativity and Development**. 2007. p. 123-160.
- RICHARDS, G.; WISANSING, J.; PASCHINGER, E. **Creating creative tourism toolkit** (2nd ed). DASTA.2019.
- SOARES, S. V. ; PICOLLI, I. R. A. ; CASAGRANDE, J. L. Pesquisa Bibliográfica, Pesquisa Bibliométrica, Artigo de Revisão e Ensaio Teórico em Administração e

Contabilidade. **Administração Ensino e Pesquisa**, 19(2), 308–339. 2018.
<https://doi.org/10.13058/raep.2018.v19n2.970>

SPLITTER, K.; ROSA, C. D.; BORBA, J. A. Uma análise das características dos trabalhos "ditos" bibliométrico publicados no Enanpad entre 2000 e 2011. In: XXXVI Enanpad, 2012, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2012.

SUDIRAH, S.; FEBRIANI, R. Potential development of creative tourism and supporting aspects. **Proceedings of the 2nd International Seminar on Business, Economics, Social Science and Technology** (ISBEST 2019). 2020.

TAN, S; KUNG, S.; LUH, D. A model of "Creative experience" in creative tourism. **Annals of Tourism Research**, 41, 153–174. 2013.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.002>.

UNESCO. Cultura & COVID-19 impacto y respuesta. 2020. Disponible em: <https://es.unesco.org/sites/default/files/_issue_11_es_culture_covid-19_tracker.pdf>

UNESCO. **Reshaping cultural policies: advancing creativity for development; 2005 Convention global report 2018: summary**. Paris, 2017. Disponible em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260678>>

Notas

¹. En lo original: "Tourism which offers visitors the opportunity to develop their creative potential through active participation in courses and learning experiences which are characteristic of the holiday destination where they are undertaken." (Richards & Raymond (2000:4).

². Portal de Publicações de Turismo, 2) Portal Scientific Periodicals Electronic Library, 3) Portal Scientific Electronic Library Online (Scielo); 4) Portal de Periódicos CAPES y 5) Actas del Encontro Nacional da ANPAD, 6) Actas del Encontro Nacional da ANPTUR, y 7) Catálogo de teses e dissertações CAPES. Dichas bases de datos fueron elegidas por representaren la concentración de cerca de 90% de la producción de sobre el tema de turismo, a partir de donde se delimita el tema específico de turismo creativo. Más allá de estar radicadas en Brasil tienen un impacto de publicaciones latinoamericanas y que permite acercarse más a los aportes que desde la comunidad científica se están adelantando para conocer el fenómeno del turismo creativo.

³. Neologismo creado por los autores, significando "entretenimiento educativo".

⁴. En lo original Richards y Marques (2012, p. 4): "[...]. In this sense, creative tourism can be:

- A means of involving tourists in the creative life of the destination
- A creative means of using existing resources
- A means of strengthening identity and distinctiveness
- A form of self expression/discovery
- A form of edutainment – education a self-realisation and education
- A source of „atmosphere“ for places
- A source for recreating and reviving places".

⁵. *Portal de Publicações de Turismo*, porque reúne alrededor de 52 revistas científicas especializadas en Turismo de Latinoamérica, Portugal y España, con 10.026 documentos (consulta en 2/2/23) siendo el mayor repositorio especializado en el tema de lengua no inglesa. Se recupera la información del portal: <http://www.each.usp.br/turismo/>; *Portal Scientific Periodicals Electronic Library (SPELL)*, reúne 142 revistas científicas en el área de Administración (Publica y de Empresas), Contaduría y Turismo (en Brasil), siendo el principal repositorio nacional de esta área en Brasil y de América Latina con 65.303 documentos (2/2/23). Se recupera la información del portal:

<http://www.spell.org.br/>; Portal *Scientific Electronic Library Online (Scielo)*; es el principal portal de periódicos Latinoamericano, de todas las áreas del conocimiento, con 1654 periódicos y 1.180.540 documentos publicados (en 2/2/23). Se recupera la información del portal: <https://scielo.org/>; Portal de Periódicos *Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)*, más allá de recuperar también grande parte de las revistas no inglesas indizadas en grandes bases de datos, también confiere acceso a miles de revistas científicas de bibliotecas mundiales, sobretodo de habla inglesa. Se recupera la información de los portales: y <https://www-periodicos-capes-gov-br>; Actas del *Encontro Nacional da Associação Nacional de Programas de Pos-graduação em Administração (ENANPAD)*, debido a que es el 2º mayor encuentro mundial de administración del mundo y reúne cerca de 3 mil trabajos de investigación al año, siendo la principal ventana de presentación de estudios en proceso (*working papers*), los cuales son publicados en revistas científicas posteriormente. Se recupera la información del portal: <http://www.anpad.org.br/>; *Catálogo de teses e dissertações CAPES*, la cual es una plataforma brasileña perteneciente a *Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)* que permite el acceso a investigaciones de posgrados de las universidades y programas con buena calidad académica e investigativa. Se recupera la información de los portales: <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>

⁶.Por otro lado, el trabajo complementario consistió en el análisis de la información encontrada en las bases de datos (aquí es necesario decir cuántos resultados encontró originalmente cuando se lanzó los términos y búsqueda en cada base de datos) publicaciones científicas de cada una de las bases de datos de búsqueda. En seguida, dada la sobreposición de documentos entre las bases de datos (un mismo documento puede aparecer en varias bases), la pertinencia del uso del término (la búsqueda retorna con resultados de todos los documentos que contienen alguna o todas las palabras del término de búsqueda, lo que no significa, sin embargo, que el texto se dedique específicamente al tema; puede existir apenas una cita o un texto listado en las referencias finales sin que el tema sea efectivamente tratado en el documento) y la disponibilidad (hay documentos que constan en los resultados de búsqueda, pero que no están disponibles – o porque son pagados, o porque el link no está activo, entre otras razones, lo que imposibilitó a la consulta del mismo y su inclusión en la muestra), se tomó estos criterios como guía para que se llegara a la conformación de la muestra de este estudio, la cual fue constituida por 45 documentos. Por supuesto, ella no representa la totalidad de los documentos existentes ni permite, dado a su pequeño número, inferencias estadísticas. Sin embargo, dada la ausencia de estudios similares sobre el tema y el uso de varias bases de datos, creemos que los resultados son razonablemente robustos para caracterizar el campo temático en Brasil.

Publisher

Universidade Federal de Goiás. Instituto de Estudos Socioambientais. Programa de Pós-graduação em Geografia. Publicação no Portal de Periódicos UFG.

As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

Contribuição dos autores

Todos os autores ofereceram substanciais contribuições científicas e intelectuais ao estudo. As tarefas de concepção e design do estudo, preparação e redação do manuscrito, bem como, revisão crítica foram desenvolvidas em grupo. O primeiro autor Moises David Hernandez Matorel ficou especialmente responsável pelo desenvolvimento teórico-conceitual. O segundo autor Thiago Duarte Pimentel, pela aquisição de dados e suas interpretações e análise; e o terceiro Jessica Yanet Soto Beltran, pelos procedimentos técnicos. Declaramos ainda ciência das Diretrizes Gerais do BGG.

Moisés David Hernández Matorel estudante de doutorado em Administração Estratégica Empresarial na UTEL, México. Possui um mestrado em Ciências Econômicas e Sociais pela Universidad Autónoma de Sinaloa, México. E uma graduação em Finanças e Relações Internacionais pela Universidad de la Costa, Colômbia. Sua pesquisa está relacionada ao turismo criativo como uma forma diferente de vivenciar destinos.

Thiago Duarte Pimentel é professor titular e pesquisador da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Brasil. Possui pós-doutorado em Teoria Social (Realismo Crítico) pela UFRJ, doutorado em Ciências Sociais pela UFJF, mestrado em Gestão de Negócios e graduação em Turismo pela UFMG. Atua como professor e orientador nos cursos de pós-graduação (Mestrado e Doutorado em Ciências Sociais) e graduação (Bacharelado em Ciências Humanas, Bacharelado em Turismo) da UFJF. É membro da ISA, AEST e IPPA, além de ter sido pesquisador visitante nos Estados Unidos, Canadá, México e Cuba. É editor-chefe dos Anais Brasileiros de Estudos em Turismo e da Revista Latino- Americana de Turismologia. Também é diretor do Centro Latino-Americano de Turismologia e vice-diretor do Centro de Pesquisa Social da UFJF. Foi conselheiro do Conselho Estadual de Turismo de Minas Gerais.

Jessica Yanet Soto é professora pesquisadora em tempo integral (Categoria C) na Universidad Autónoma de Sinaloa (México). Possui doutorado em Ciências Sociais pela Universidad Autónoma de Sinaloa e mestrado em Ciências Econômicas pela Universidad Autónoma Metropolitana. É membro do Sistema Nacional de Pesquisadores do México (Nível I). Sua pesquisa se concentra no Desenvolvimento Regional e nas formas de organização produtiva em áreas urbanas, especificamente nos processos de intervenção urbana que visam revitalizar espaços urbanos que se tornaram obsoletos ou perderam seu dinamismo econômico, social e cultural.

Data de recebimento: 12 de setembro de 2023

Aceite: 28 de setembro de 2024

Publicação: 18 de dezembro de 2024