



Campo de turismo no Brasil, 1990-2018: trajetória de seus principais temas e tópicos de pesquisa

Field Tourism in Brazil, 1990-2018: trajectory of its main themes and research topics

Andre Fontan Kohler ¹

Luciano Antonio Digiampietri ²

RESUMO: Conhecer a trajetória e o estado atual da pesquisa em turismo no Brasil por meio do estudo bibliométrico e de análise de redes, permite estabelecer seu escopo teórico e ilustra a necessidade de outros estudos para a área. Assim, teve-se como objetivo identificar a formação e a trajetória de principais temas e tópicos de pesquisa no campo do turismo no Brasil no período de 1990-2018, que refletisse também acerca de lacunas e silêncios da pesquisa. Em um conjunto de artigos publicados em 16 periódicos brasileiros selecionados, foram construídos agrupamentos com palavras-chave, os quais representavam os principais temas e tópicos de pesquisa. Utilizou-se a medida de similaridade de acoplamento bibliográfico, adaptada para as palavras-chave. De 1990-2018, esses periódicos publicaram 3.887 artigos e em

1 Doutorado em Arquitetura e Urbanismo pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP). Mestrado em Administração Pública e Governo pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP). Graduação em Administração pela FGV-EAESP. Professor da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP). E-mail: afontan@usp.br

2 Doutorado em Ciência da Computação pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Graduação em Ciência da Computação pela UNICAMP. Professor da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP). E-mail: luciano.digiampietri@gmail.com

conjunto, apresentaram 108.595 referências, das quais 69.022 únicas, e foram citados 10.882 vezes por outros trabalhos. Registrou-se cinco agrupamentos, cada um com uma palavra-chave principal – “ecoturismo”, “sustentabilidade”, “turismo cultural”, “hospitalidade” e “destino turístico”. Estes foram bem definidos e delimitados, mas apresentavam nítidas diferenças entre si, no que concerne seu impacto (citações), referências (tipo e quantidade [média e mediana] por artigo) e aumento ou diminuição da importância dentro do campo. A pesquisa revelou também lacunas e silêncios presentes no campo. Por exemplo, palavras-chave ligadas à antropologia, ciência política, filosofia e religião encontravam-se ausentes, assim como as próximas de tecnologia, redes sociais e sistemas de informação. É interessante notar que conteúdos vinculados à economia do turismo e à teoria e metodologia do turismo sempre tiveram baixa importância, em marcante descompasso ao verificado na literatura internacional.

Palavras-chave: Bibliometria; Campo de turismo; Brasil; Agrupamentos; Palavras-Chave.

ABSTRACT: Knowing the trajectory and current status of tourism research in Brazil through bibliometric study and network analysis allows establishing its theoretical scope and illustrates the need for further studies in the area. Thus, the objective of this study was to identify the formation and trajectory of the main themes and research topics in the field of tourism in Brazil in the period 1990-2018, which would also reflect on research gaps and silences. In a set of articles published in 16 selected Brazilian journals, clusters with keywords were constructed, which represented the main research themes and topics. The bibliographic coupling similarity measure was used, adapted for keywords. In the period from 1990 to 2018, these journals published 3,887 articles, which had 108,595 references, of which 69,022 were unique. These articles were cited 10,882 times by other studies. There were five clusters, each with a main keyword – “ecotourism,” “sustainability,” “cultural tourism,” “hospitality” and “tourist destination.” They were clearly defined and delimited, but there were differences among them, in terms of impact (citations), references (type and quantity [average and median] per article), and the increase or decrease of importance within the field. The research revealed gaps and silences in tourism field. For example, keywords connected to anthropology, political

science, philosophy, and religion were absent, as well as those related to technology, social medias and information systems. It is noteworthy to point out that content related to the economy of tourism and tourism theory and methodology always have had low importance, in high contrast to the international literature.

Keywords: Bibliometrics; Field of tourism; Brazil; Clusters; Keywords.

1 INTRODUÇÃO

O termo “turismo” pode ser utilizado em três dimensões diferentes (TRIBE, 1997). A primeira se refere a um fenômeno do mundo exterior, o qual ocorre, necessariamente, quando as pessoas viajam para fora de seus locais de residência e de trabalho, cumpridos alguns requisitos (por exemplo, haver, no mínimo, um pernoite). A segunda é o estudo do turismo, o qual se centra em torno de uma comunidade acadêmica, e cujos resultados de pesquisa são publicados em artigos de periódico, livros e monografias, entre outros tipos de produção científica. A terceira é a educação e o treinamento em turismo, como, por exemplo, os cursos superiores em turismo e os cursos técnicos em guia de turismo.

O turismo consiste na soma de dois campos de conhecimento, os quais guardam vários pontos de contato entre si, por mais que sejam distintos. O primeiro é o campo de estudos de negócios turísticos (tourism business studies), ao passo que o segundo é formado por tudo que não se enquadra neste, sendo denominado de campo de estudos turísticos para além de seus negócios (non-business tourism studies) (TRIBE, 1997, 2010).

A ausência de paradigmas e a permeabilidade a teorias, conceitos e metodologias de pesquisa de outras áreas fazem com que esses dois campos de turismo sejam marcados por estudos multidisciplinares, interdisciplinares, interdisciplinares voltados a negócios e extradisciplinares, os quais formam sua produção científica (TRIBE, 1997).

Há certo consenso na literatura que o conhecimento em turismo é fragmentado e eclético, fruto da grande influência exercida por outras ciências, disciplinas e campos de conhecimento, principalmente os que contam com mais tradição de pesquisa, como, por exemplo, a geografia e a economia. A comunidade acadêmica de turismo é, particularmente, heterogênea, o que impede a formação de uma base teórica unificada (BENCKENDORFF, 2009; BENCKENDORFF; ZEHRER, 2013).

Cumprir destacar ainda, que há uma certa carência de estudos bibliométricos e de análise de redes sobre o campo de turismo no Brasil, por mais que Köhler e Digiampietri (2020, 2021a, 2021b, 2021c) e Santos, Panosso Netto e Wang (2017) tenham suprido parte dessa carência, nos últimos anos.

Isso é agravado pelo fato de que, como apontam Leta e Lewison (2003), para países em desenvolvimento e/ou cientificamente periféricos, grande parte de sua produção científica não é capturada pelas bases de dados internacionais. Isso ocorre, já que a produção científica se concentra em periódicos nacionais e regionais. Como aponta Tribe (2010), o inglês pode constituir-se em uma barreira à publicação em periódicos internacionais de turismo, por parte de docentes e pesquisadores que tem outro idioma como sua língua nativa. Contudo, é preciso considerar o avanço da ferramenta Google Acadêmico, a qual tem possibilitado o mais fácil acesso a dados de periódicos regionais e locais.

Segundo Kirilenko e Stepchenkova (2018), os estudos bibliométricos são conduzidos, via de regra, sob três perspectivas, a saber: a) um autor determinado; b) um periódico específico; e c) uma ciência, disciplina ou campo de conhecimento. Nesse último caso, o exame da produção científica objetiva compreender a trajetória e o estado atual da ciência, disciplina ou campo, tanto em suas características mais relevantes quanto nas lacunas e silêncios, assim como servir de base para possíveis desenvolvimentos e pesquisas futuras.

O estudo bibliométrico e de análise de redes de revistas científicas permite verificar a trajetória e os rumos de um campo, acadêmica e profissionalmente, assim como lacunas e silêncios, como defendem Koseoglu et al. (2016) e Xiao e Smith (2006). No caso da pesquisa científica, a análise de redes pode contemplar vários elementos (autoria, palavras-chave, citações, referências etc.), e explorar e desvendar relações pertinentes à estrutura da pesquisa, à emergência de novos temas e metodologias e ao padrão de coautoria presente na ciência, disciplina ou campo (BENCKENDORFF; ZEHREER, 2013). A respeito das palavras-chave, é possível estabelecer quais são os principais temas pesquisados, assim como novas frentes de pesquisa (KUMAR; SUREKA; VASHISHTHA, 2020).

Assim, teve-se como objetivo identificar a formação e a trajetória de principais temas e tópicos de pesquisa no campo do turismo no Brasil no período de 1990-2018, que refletisse também acerca de lacunas e silêncios da pesquisa.

Desse modo, o objeto de estudo foi um conjunto de 16 revistas científicas brasileiras de turismo que cumpriam, simultaneamente, com quatro requisitos. Primeiro, ser um periódico publicado no Brasil, com o sistema de dupla avaliação cega por pares. Segundo, o periódico precisa ser de turismo, sem contemplar outra ciência, disciplina ou campo. Terceiro, em fevereiro de 2019, o periódico precisava estar classificado no Qualis Periódicos, Área Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo, com, pelo menos, B5 nas classificações de periódicos (quadriênio 2013-2016). Quarto, o periódico precisava estar ativo até, pelo menos, o final do ano de 2016. A seleção da amostra buscou avançar em relação ao que é mais comum de encontrar no campo de turismo, ou seja, não se restringir às revistas avaliadas como as principais, conforme recomendado por Jamal et al. (2008) e McKercher (2005).

Isso permitiu verificar tanto os principais temas do campo, os quais são refletidos pelos agrupamentos mais centrais, quanto novas frentes de pesquisa, as quais se encontravam, via de regra, na periferia dos agrupamentos ou mesmo como palavras-chave isoladas, mesmo tendo alta frequência.

Cumpriu destacar e comentar não apenas as presenças e relações existentes, mas também as lacunas e silêncios verificados no campo. Questionou-se, sempre que possível, quais resultados eram esperados, mas não apareceram na pesquisa.

2 REVISÃO DE LITERATURA

No processo de comunicação científica, os pesquisadores cumprem, simultaneamente, os papéis de produtores, disseminadores e usuários da informação científica (MIRANDA; REJOWSKI, 2013). O periódico é considerado o principal veículo de comunicação científica, e permite à comunidade acadêmica ter acesso, rapidamente, a novas teorias, conceitos, metodologias e aplicações, por meio de artigos avaliados (de forma cega) pelos pares, sistema esse que torna o conhecimento gerado crível e “certificado” (MIRANDA; CARVALHO; COSTA, 2018).

Além de serem veículos de produção, disseminação e troca de conhecimento científico, os periódicos proveem um meio para a avaliação da pesquisa científica, ponto fundamental ao planejamento e alocação de recursos à pesquisa. O conteúdo das revistas científicas permite saber o que está sendo pesquisado, por quem e onde, o que é fundamental para basear decisões, como, por exemplo, qual docente certa instituição deve contratar.

O conjunto de periódicos científicos pode refletir não apenas o estado e desenvolvimento de uma ciência, disciplina ou campo de conhecimento, mas também de um setor econômico (WEINER, 2001; KOC; BOZ, 2014). Por meio da bibliometria e da análise de redes sociais, é possível verificar uma série de pontos acerca de um conjunto de periódicos, a exemplo de seu impacto, de seus principais temas de pesquisa e de sua estrutura intelectual.

A bibliometria é um conjunto de instrumentos e estratégias que possibilitam a descrição, análise e avaliação da estrutura social, intelectual e conceitual de uma ciência, disciplina ou campo de conhecimento, assim como de seus principais temas, metodologias e objetos de estudo. Segundo Koseoglu et al. (2016), trata-se de uma abordagem capaz de avaliar e monitorar seu estado atual e trajetória, por meio da autoria (autores, instituições e países), das palavras-chave, da metodologia empregada, das referências bibliográficas e das citações recebidas por um conjunto de trabalhos (por exemplo, artigos de periódico), com o emprego de estatística básica e avançada.

A análise de redes é também um conjunto de instrumentos e estratégias para descrever, analisar e avaliar relações entre elementos, sejam autores, instituições, referências ou palavras-chave. Na análise de redes, as propriedades individuais dos elementos não são o foco da análise. Centra-se, no caso, nas relações existentes entre os elementos sob análise.

A exemplo, Benckendorff (2009) busca identificar agrupamentos de temas, tópicos e objetos de estudo, por meio da análise de redes das palavras-chave dos artigos publicados por pesquisadores australianos e neozelandeses nos periódicos *Annals of Tourism Research* e *Tourism Management*, no período 1994-2007. Já Kumar, Sureka e Vashishtha (2020) realizam um trabalho similar, mas tendo, como objeto de estudo, os artigos publicados no *Journal of Heritage Tourism*, no período 2006-2019.

A análise de redes sociais tem sido utilizada, conjuntamente com a bibliometria,

a fim de avaliar docentes, grupos de pesquisadores, instituições e países. Na análise de redes sociais, os relacionamentos entre os elementos são considerados tão ou até mais importantes do que as características individuais de cada um deles (WASSERMAN; FAUST, 2019).

No contexto da análise da produção acadêmica, as redes sociais são, tipicamente, redes de coautoria, nas quais cada nó (elemento) representa um pesquisador, instituição ou país, e cada aresta representa uma relação de coautoria entre eles. Há, também, redes de cocitação, nas quais cada elemento é uma produção bibliográfica, e cada aresta indica que dois elementos foram citados por um mesmo trabalho. Nas redes de palavras-chave, cada elemento representa uma destas, ao passo que a aresta une duas palavras-chave, as quais estão presentes, simultaneamente, em uma mesma produção bibliográfica (POBLACION et al., 2009).

Algumas das medidas mais utilizadas na análise de redes sociais são o peso do nó (elemento), o qual pode representar a quantidade de artigos publicados, o número de vezes que uma palavra-chave foi utilizada, ou o número de relações diferentes que possui (centralidade de grau), e a densidade da rede, métrica que corresponde ao número de arestas existentes na rede dividido pelo número de arestas possíveis de existir (WASSERMAN; FAUST, 2019). As arestas ou relações podem possuir, também, um peso ou valor, correspondendo, tipicamente, à quantidade de vezes nas quais dois elementos se relacionaram; por exemplo, número de coocorrências de palavras-chave ou quantidade de artigos publicados em coautoria por dois autores (POBLACION et al., 2009).

No Brasil, é mais comum encontrar estudos bibliométricos que trabalham com períodos mais curtos de tempo, e se centram sobre um tema ou objeto específico, a exemplo de Almeida e Andalécio (2012), os quais estudam a relação existente entre empreendedorismo e hotelaria, no conjunto de comunicações do Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, de 2005 a 2011. Isso se deve, provavelmente, ao alto custo incorrido na coleta de dados, principalmente no caso das feitas manualmente. Graciano e Holanda (2020), Miranda Júnior, Sousa e Demo (2018), Ribeiro-Martins e Silveira-Martins (2018) e Martins, Fiates e Pinto (2016) são exemplos de estudos bibliométricos sobre o campo de turismo no Brasil, publicados nos últimos anos, os quais estão dentre os mais citados pela literatura.

Na próxima seção, o presente artigo descreve a metodologia de pesquisa, desde a coleta de dados até a análise qualitativa dos resultados.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

O presente artigo é fruto de um projeto de pesquisa mais amplo, o qual pretendeu descrever, analisar e avaliar o campo de turismo no Brasil, por meio dos artigos publicados em 16 periódicos brasileiros de turismo, de 1990 a 2018, a saber: a) Anais Brasileiros de Estudos Turísticos (ABET); b) Applied Tourism (AT); c) Caderno

de Estudos e Pesquisas do Turismo (CEPT); d) CULTUR – Revista de Cultura e Turismo (CULTUR); e) Caderno Virtual de Turismo (CVT); f) Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo (RAOIT); g) Revista Brasileira de Ecoturismo (RBE); h) Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBPT); i) Revista Iberoamericana de Turismo (RITUR); j) Revista Latino-Americana de Turismologia (RLAT); k) Revista Rosa dos Ventos (RRV); l) Revista de Turismo Contemporâneo (RTC); m) Revista Turismo: Estudos e Práticas (RTEP); n) Revista Turismo – Visão e Ação (RTVA); o) Turismo em Análise (TA); e p) Turismo e Sociedade (TS).

Apesar de se trabalhar com três períodos de tempo (1990-1999, 1990-2009 e 1990-2018), enfatizou-se a descrição e análise dos resultados para 1990-2018, com ênfase nos cinco agrupamentos encontrados (hospitalidade, ecoturismo, destino turístico, turismo cultural e sustentabilidade). Dado que há 3.887 publicados no período 1990-2018, avalia-se que os dados mostram, com mais apuro, os principais temas e tópicos de pesquisa do campo de turismo no Brasil, em relação a 1990-1999 e 1990-2009.

A metodologia baseou-se em seis etapas, a saber: a) coleta de dados; b) verificação e desambiguação de nomes; c) construção e delimitação dos agrupamentos; d) cálculo de índices e métricas; e) construção de redes de palavras-chave; e f) análise qualitativa dos dados e grafos criados.

3.1. COLETA DE DADOS

A partir da seleção da amostra foi coletado o seguinte conjunto de dados (de cada artigo): a) autoria (autor, instituição e país da instituição); b) palavras-chave; c) referências bibliográficas; e d) citações (impacto). A fim de verificar a descrição completa da metodologia de pesquisa do presente artigo, recomenda-se consultar Köhler e Digiampietri (2021d).

A fim de garantir a credibilidade dos dados, a coleta foi feita, manualmente, para a autoria, palavras-chave, referências bibliográficas e citações (impacto). A revisão e verificação dos dados coletados e a desambiguação de nomes foram realizadas, também, de modo manual, a fim de evitar duplicações e redundâncias.

A coleta de citações ocorreu por meio do Google Acadêmico. A utilização dessa ferramenta é defendida por vários autores atuantes no campo de turismo (JAMAL et al., 2008; MCKERCHER, 2008; HALL, 2011; STRANDBERG et al., 2018), dado que a maior parte dos periódicos de turismo não faz parte de índices de impacto (LAW; VEEN, 2008; HALL, 2011; KOSEOGLU et al., 2016). Além disso, esta ferramenta lista, para cada artigo, um conjunto amplo de citações, advindas de vários tipos de produção científica, e não apenas as feitas por outros artigos de periódico.

A revisão/verificação em si e a desambiguação de nomes permitiram a aplicação de três filtros para toda e qualquer citação coletada, a saber: a) autocitação – há, pelo menos, um autor em comum entre o trabalho coletado e o que o cita; b) erro – não há um documento constante no Google Acadêmico, ou, caso ele exista, o mesmo não

cita o artigo em questão; e c) redundância – o mesmo documento aparece mais de uma vez na lista de citações.

3.2. VERIFICAÇÃO E DESAMBIGUAÇÃO DE NOMES

O processo manual de desambiguação de nomes foi, particularmente, exaustivo, mas necessário para evitar duplicações e redundâncias, as quais retirariam parte da credibilidade dos resultados do presente artigo. Por exemplo, havia muitos autores com várias versões de seu nome presentes nos artigos publicados, notadamente entre as mulheres, muitas das quais passam por acréscimo e/ou supressão de sobrenomes, derivados de casamentos e separações.

Para as referências bibliográficas, a desambiguação de nomes foi muito importante para as peças de legislação e relatórios governamentais, cuja citação não está, ainda, devidamente normatizada. Principalmente para os livros, foi particularmente importante reunir as versões em inglês e em português de um mesmo texto.

Conforme apresentado, os pontos de corte das arestas objetivam fazer com que a pesquisa se centre nas palavras-chave mais utilizadas e nas relações (coocorrências) mais relevantes entre elas, evitando, assim, a análise de palavras-chave com baixa frequência ou coocorrências pouco importantes. Na literatura, não há, ainda, a definição de valores-padrão para esses pontos de corte; por isso, eles foram selecionados, empiricamente, pelos autores do presente artigo. O critério utilizado foi construir grafos que mostram coocorrências relevantes em número suficiente para a construção e análise de agrupamentos, de modo a verificar os principais temas e tópicos de pesquisa do campo.

Após a geração dos agrupamentos, as arestas entre palavras-chave do mesmo agrupamento são chamadas de arestas internas, ao passo que aquelas que ligam palavras-chave de agrupamentos diferentes recebem a denominação de arestas externas. As palavras-chave desprovidas de arestas constituem-se em nós isolados, tendo sido excluídos dos gráficos, dado que não fazem parte de nenhum agrupamento.

3.3. CONSTRUÇÃO E DELIMITAÇÃO DOS AGRUPAMENTOS

O processo de construção dos agrupamentos de palavras-chave correspondeu a uma adaptação do método proposto por Grauwin e Jensen (2011) para agrupamento de artigos, com base em suas referências, por meio da medida de similaridade de acoplamento bibliográfico (bibliographic coupling) (KESSLER, 1963). O acoplamento bibliográfico utiliza o número de referências compartilhadas por dois trabalhos como uma medida de similaridade de conteúdo entre eles (KOSEOGLU et al., 2016).

A adaptação utilizada assume que artigos que compartilhem palavras-chave possuem temática semelhante. Como bem resumem Koseoglu et al. (2016, p. 183, tradução nossa):

“[...] quando palavras frequentemente coocorrem em documentos, significa que os conceitos por trás dessas palavras estão também intimamente relacionados. O resultado da análise de coocorrência de palavras é uma rede de temas e suas relações, os quais representam o espaço conceitual de um campo”.

Antes da criação dos agrupamentos (1990-1999, 1990-2009 e 1990-2018), as palavras-chave “turismo” e “Brasil” foram extirpadas do conjunto de dados, por terem alta frequência e muito baixo poder descritivo, dado que se estudava o campo de turismo no Brasil. Adicionalmente, palavras-chave pouco frequentes e coocorrências de palavras-chave com baixo valor foram descartadas na análise, por terem baixo poder descritivo – têm pouca relevância para a delimitação e compreensão do campo. Para 1990-1999, foram consideradas as palavras-chave com frequência igual a, pelo menos, três, e/ou que estejam em coocorrência com valor igual a, minimamente, dois. Para 1990-2009 e 1990-2018, os valores foram iguais a cinco e três e a 20 e cinco, respectivamente. Os valores são diferentes para cada período, em virtude do número de artigos publicados ser, também, diferente.

Para cada agrupamento gerado (1990-1999, 1990-2009 e 1990-2018), foram considerados os artigos que cumpriam, pelo menos, um dos seguintes requisitos: a) ter a palavra-chave com mais alta frequência; e b) ter, pelo menos, duas palavras-chave do agrupamento, independentemente de quais sejam elas. Neste segundo caso, como já visto, os pontos de corte para a aresta foram iguais a dois (1990-1999), três (1990-2009) e cinco (1990-2018).

3.4. CÁLCULO DE ÍNDICES E MÉTRICAS

Para os fins do presente artigo, privilegiaram-se a interpretação e a análise qualitativas dos resultados encontrados, em detrimento do cálculo e da apresentação de um conjunto de métricas quantitativas, derivadas da bibliometria e da análise de redes sociais. Para calcular a frequência e magnitude dos dados recolhidos, foi utilizada, sempre, a contagem simples, por meio da qual cada elemento recebeu um ponto por artigo produzido, independentemente de haver ou não coautoria. No caso das citações (impacto), trabalhou-se com as citações reais, as quais consistem nas citações nominais subtraídas de autocitações, erros e redundâncias.

3.5. CONSTRUÇÃO DE REDES DE PALAVRAS-CHAVE

Foram construídas três redes de palavras-chave (1990-1999, 1990-2009 e 1990-2018). Para a construção das redes – e, conseqüentemente, dos gráficos –, foram utilizadas ferramentas computacionais desenvolvidas pelos autores do presente artigo.

As redes geradas têm como nós as palavras-chave, e as arestas representam a relação de coocorrência entre elas, em um determinado artigo. A identificação de coocorrências foi feita por meio de um script próprio, desenvolvido na linguagem de

programação Perl. Os grafos que representam as redes foram criados por meio de uma ferramenta própria, desenvolvida pelos autores, na linguagem de programação Java. A diagramação do grafo foi produzida automaticamente, com base em um algoritmo do tipo force-directed, no qual todos os nós tentam se afastar uns dos outros, ao passo que as arestas entre os nós exercem uma força de aproximação entre eles.

Para fins de visualização, para cada agrupamento, manteve-se, sempre que possível, o padrão de cores, ao longo dos períodos. Foram apresentados os rótulos de todas as palavras-chave de cada agrupamento. As arestas externas (entre palavras-chave de agrupamentos diferentes) têm cor preta.

3.6. ANÁLISE QUALITATIVA DOS DADOS E GRAFOS CRIADOS

Privilegiou-se a análise qualitativa dos resultados, em detrimento da apresentação de uma miríade de índices e métricas. Foi realizada a classificação dos artigos dos cinco agrupamentos, por meio de Tribe (1997, 2010), em estudos de negócios turísticos e em estudos turísticos para além de seus negócios. Contudo, Tribe (1997, 2010) não fornece parâmetros para tal classificação. Logo, foi feita a critério dos autores do presente artigo, com certo grau de subjetividade. Para todo e qualquer artigo, foram lidos o título, o resumo e as palavras-chave, integralmente. Para o restante do texto, houve uma leitura transversal.

Com a metodologia de pesquisa descrita, a próxima seção apresenta e discute os resultados do presente artigo.

4 RESULTADOS

No período 1990-2018, os 16 periódicos brasileiros de turismo publicaram 3.887 artigos, que, em conjunto, apresentam 108.595 referências, das quais 69.022 únicas, e foram citados 10.882 vezes por outros trabalhos. A Tabela 1 traz os dados básicos do objeto de estudo, divididos para os períodos 1990-1999, 1990-2009 e 1990-2018.

TABELA 1 - CAMPO DE TURISMO NO BRASIL – DADOS BÁSICOS (1990-1999, 1990-2009 E 1990-2018)

ITEM	PERÍODO 1990 - 1999		PERÍODO 1990 - 2009		PERÍODO 1990 - 2018	
	TOTAL	%	TOTAL	%	TOTAL	%
Artigos	181		957		3.887	
AUTORIA						
Autores únicos	165		1.166		4.915	
Instituições únicas	67		347		1.012	
Unidades da federação únicas	12		22		26	
Países únicos	8		21		46	
PALAVRAS-CHAVE						
Palavras-Chave	820		3.595		15.269	
Palavras-Chave únicas	575		1.930		6.047	
Artigos sem palavras-chave	5	2,76%	58	6,06%	74	1,90%
Impacto/Citações						
Citações reais totais	984		5.642		10.882	
Média de citações por artigo	5,44		5,90		2,80	
Mediana de citações por artigo	2		3		1	
Artigos sem nenhuma citação	50	27,62%	190	3,37%	1.638	15,05%
CITAC. REAIS TOTAIS (POR TIPO)						
Artigo de periódico (campo turismo)	187	19,00%	1.333	23,63%	3.033	27,87%
Artigo de periódico (outros)	136	13,82%	1.026	18,19%	2.115	19,44%
Livro	40	4,07%	74	1,31%	114	1,05%
Capítulo de livro	16	1,63%	100	1,77%	210	1,93%
Monografia (mestrado/doutorado)	397	40,35%	1.890	33,50%	3.184	29,26%
Comunic. - art. compl. anais event.	133	13,52%	783	13,88%	1.383	12,71%
Outros	75	7,62%	431	7,64%	835	7,67%
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS						
Número de entradas	1.791		17.856		108.595	
Referências bibliográficas únicas	1.621		13.191		69.022	
Média de ref. biblio. por artigo	9,90		18,66		27,94	
Mediana de ref. biblio. por artigo	7		16		25	
REF. BIBLIO. (POR TIPO)						
Artigo de periódico (campo turismo)	142	7,93%	1.275	7,14%	13.394	12,33%
Artigo de periódico (outros)	154	8,60%	2.232	12,50%	19.583	18,03%
Livro	694	38,75%	7.658	42,89%	36.576	33,68%
Capítulo de livro	105	5,86%	1.750	9,80%	9.589	8,83%
Monografia (mestrado/doutorado)	63	3,52%	761	4,26%	4.733	4,36%
Comunic. - art. compl. anais event.	70	3,91%	771	4,32%	4.521	4,16%
Outros	563	31,43%	3.049	19,09%	20.199	18,60%

FONTE: Köhler e Digiampietri (2021d).

Os dados presentes na Tabela 1 mostram, com particular clareza, o significativo crescimento e amadurecimento do campo de turismo no Brasil, principalmente no caso da autoria e referências. A média e mediana das referências por artigo tiveram crescimentos de 182,3% e 257,1%, respectivamente, de 1990-1999 para 1990-2018, dados que reforçam a noção de um campo com estrutura intelectual crescentemente complexa.

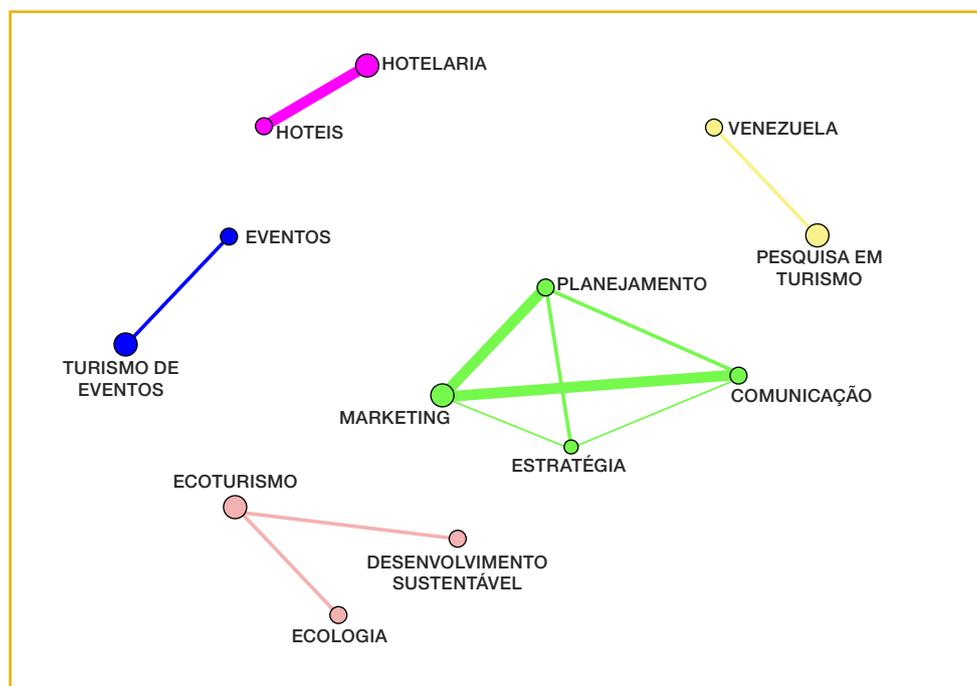
Houve também uma significativa mudança na composição das referências. Em 1990-1999, as do tipo “Livro” e “Outros” respondiam por mais de 70% do total. No caso de “Outros”, havia muitos trabalhos de conclusão de curso e documentos institucionais. No período 1990-2018, verificou-se uma diminuição da importância de “Outros”, ao passo que os artigos de periódico (de turismo e outros) passaram de 16,53% (1990-1999) para 30,37% (1990-2018). Avaliou-se como amadurecimento do campo não apenas o crescimento das supracitadas média e mediana, mas também o aumento da importância das revistas científicas nas referências.

A discussão dos resultados está dividida nas seguintes subseções: a) campo de turismo no Brasil – período 1990-1999; b) campo de turismo no Brasil – período 1990-2009; e c) campo de turismo no Brasil – período 1990-2018. Essa última subseção é a mais extensa, pois parte dos objetivos referiu-se apenas a 1990-2018.

4.1. CAMPO DE TURISMO NO BRASIL – PERÍODO 1990-1999

Em 1990-1999, o campo era composto, majoritariamente, pelo periódico TA e a RTVA, foi criada apenas em 1998. Havia 181 artigos, dos quais cinco não apresentam palavras-chave. Dentro desse quadro, não é de se estranhar que havia agrupamentos com poucas palavras-chave, cada um deles, e nenhuma ligação entre si (ausência de arestas externas). Das 35 palavras-chave que supriam, pelo menos, uma das condições colocadas na metodologia (frequência mínima [3] e aresta [2]), 13 (37,14%) encontravam-se dentro de um agrupamento, ao passo que 22 (62,86%) estavam isoladas. Os agrupamentos do campo para 1990-1999 estão expostos no Gráfico 1.

GRÁFICO 1 – CAMPO DE TURISMO NO BRASIL – AGRUPAMENTOS (1990-1999)



FONTE: O autor baseado em ANTT (2016,2017,2018,2019) e IBGE (2019).

O agrupamento de Venezuela e pesquisa em turismo deriva da publicação de artigos de duas instituições desse país, logo nos primeiros anos da TA. Não se estranha, dessa forma, a formação desse agrupamento, nem sequer que ele desapareça nos períodos seguintes, em virtude do aumento dos pontos de corte (frequência e aresta).

O agrupamento de marketing era, desde o período 1990-1999, o mais denso e consistente, pois todas as palavras-chave ligavam-se entre si. Nos anos 1990, a palavra-chave “marketing” é a mais importante; nos períodos seguintes, o agrupamento mantém-se, mas “marketing” assume papel secundário frente a outras palavras-chave.

O agrupamento de turismo de eventos era relativamente simples, ligando apenas “turismo de eventos” a “eventos”. É interessante reparar como essas palavras-chave eram importantes, nos anos 1990, e foram sendo crescentemente menos utilizadas, ao longo dos anos 2000 e 2010.

O agrupamento de ecoturismo trazia a palavra-chave com a mais alta frequência para todos os períodos, “ecoturismo” (12). Apresentava já uma característica presente nos outros períodos, a saber: o agrupamento centrava-se em “ecoturismo”, palavra-chave que o dominava e centralizava, tendo baixa densidade (número de arestas dentre as possíveis).

Por fim, o agrupamento de hotelaria ligava “hotelaria” a “hotéis”. Sem que “hotelaria” tenha perdido certa importância, a palavra-chave “hospitalidade” une-se a esse agrupamento, em 1990-2009, e se torna a mais importante para 1990-2018. Percebe-se, por meio da leitura dos artigos desse agrupamento, que, nos anos 1990, o foco era em estudos ligados a negócios turísticos, o que pode explicar a ausência da palavra-chave “hospitalidade”.

Os agrupamentos de marketing, de turismo de eventos e de hotelaria mostravam a força de uma orientação mais aplicada a negócios, nos anos 1990. Vários artigos são de indivíduos que trabalhavam, na época, em firmas privadas, a exemplo de organizações de eventos, agências de viagem e hotéis. Sem abandonar de todo essa orientação, o campo, nas décadas seguintes, passou a ter sua autoria formada, principalmente, por autores afiliados a instituições de ensino superior, o que pode ser percebido pelas palavras-chave e novos agrupamentos formados.

A questão do desenvolvimento dividia-se, dentre as palavras-chave mais utilizadas, em três – “desenvolvimento regional” (5), “desenvolvimento” (3) e “desenvolvimento sustentável” (4). Apenas com a consolidação do agrupamento de sustentabilidade, em 1990-2018, foi que a questão do desenvolvimento se concentrou em torno de um tema, dentro do campo.

A sustentabilidade não era ainda uma questão importante, nos anos 1990. A palavra-chave encontrava-se isolada, com frequência igual a quatro. Segundo Garrigos-Simon, Narangajavana-Kaosiri e Lengua-Lengua (2018), houve um vertiginoso crescimento da sustentabilidade, a partir dos anos 1990. Contudo, no campo de turismo no Brasil, esse fenômeno só foi verificado nos anos 2010. O agrupamento de Venezuela e pesquisa em turismo deriva da publicação de artigos de duas instituições desse país, logo nos primeiros anos da TA. Não se estranha, dessa forma, a formação desse agrupamento, nem sequer que ele desapareça nos períodos seguintes, em virtude do aumento dos pontos de corte (frequência e aresta).

O agrupamento de marketing era, desde o período 1990-1999, o mais denso e consistente, pois todas as palavras-chave ligavam-se entre si. Nos anos 1990, a palavra-chave “marketing” é a mais importante; nos períodos seguintes, o agrupamento mantém-se, mas “marketing” assume papel secundário frente a outras palavras-chave.

O agrupamento de turismo de eventos era relativamente simples, ligando apenas “turismo de eventos” a “eventos”. É interessante reparar como essas palavras-chave eram importantes, nos anos 1990, e foram sendo crescentemente menos utilizadas, ao longo dos anos 2000 e 2010.

O agrupamento de ecoturismo trazia a palavra-chave com a mais alta frequência para todos os períodos, “ecoturismo” (12). Apresentava já uma característica presente nos outros períodos, a saber: o agrupamento centrava-se em “ecoturismo”, palavra-chave que o dominava e centralizava, tendo baixa densidade (número de arestas dentre as possíveis).

Por fim, o agrupamento de hotelaria ligava “hotelaria” a “hotéis”. Sem que “hotelaria” tenha perdido certa importância, a palavra-chave “hospitalidade” une-se a esse agrupamento, em 1990-2009, e se torna a mais importante para 1990-2018. Percebe-se, por meio da leitura dos artigos desse agrupamento, que, nos anos 1990, o foco era em estudos ligados a negócios turísticos, o que pode explicar a ausência da palavra-chave “hospitalidade”.

Os agrupamentos de marketing, de turismo de eventos e de hotelaria mostravam a força de uma orientação mais aplicada a negócios, nos anos 1990. Vários artigos são de indivíduos que trabalhavam, na época, em firmas privadas, a exemplo de organizações de eventos, agências de viagem e hotéis. Sem abandonar de todo essa orientação, o campo, nas décadas seguintes, passou a ter sua autoria formada, principalmente, por autores afiliados a instituições de ensino superior, o que pode ser percebido pelas palavras-chave e novos agrupamentos formados.

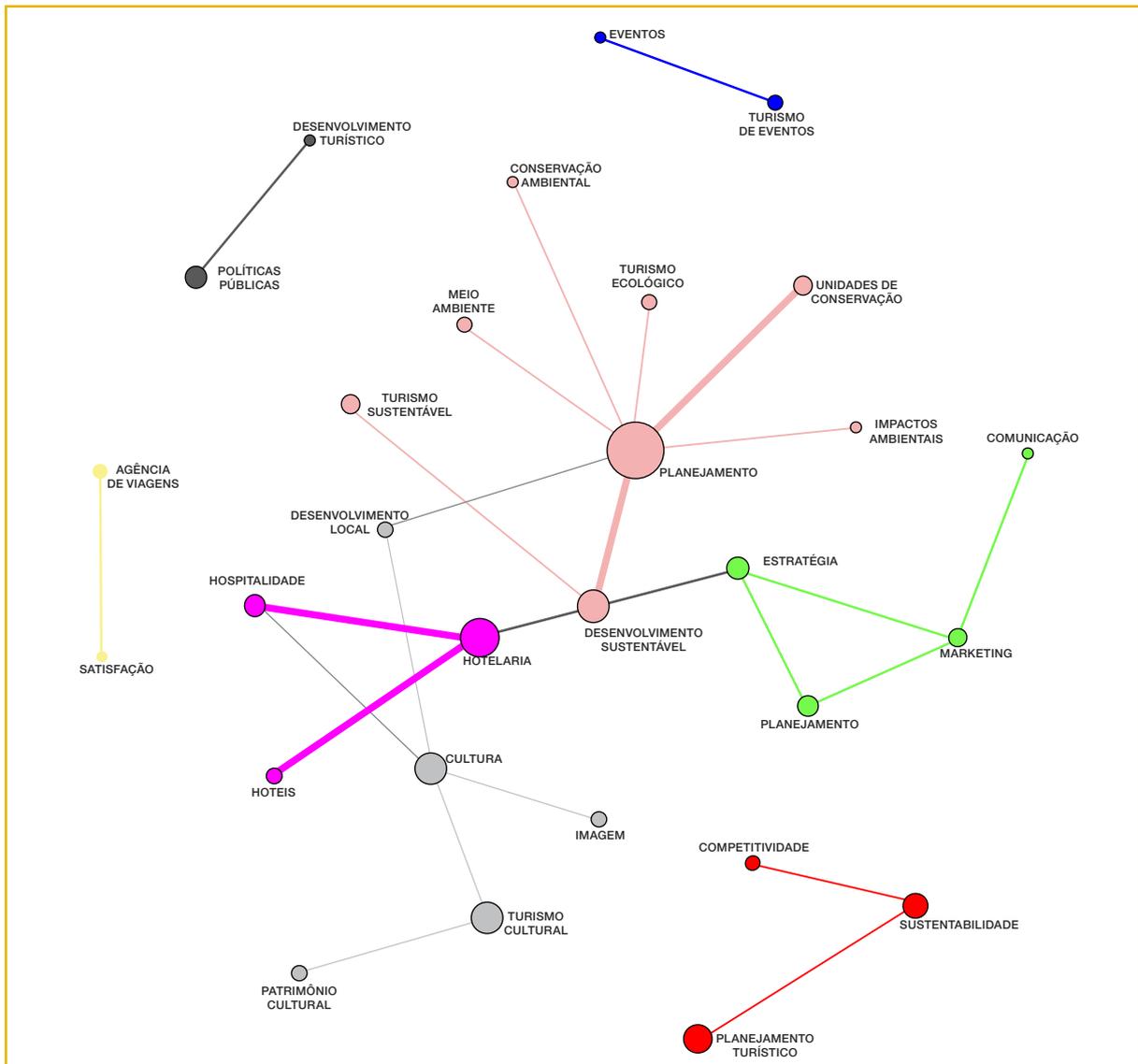
A questão do desenvolvimento dividia-se, dentre as palavras-chave mais utilizadas, em três – “desenvolvimento regional” (5), “desenvolvimento” (3) e “desenvolvimento sustentável” (4). Apenas com a consolidação do agrupamento de sustentabilidade, em 1990-2018, foi que a questão do desenvolvimento se concentrou em torno de um tema, dentro do campo.

A sustentabilidade não era ainda uma questão importante, nos anos 1990. A palavra-chave encontrava-se isolada, com frequência igual a quatro. Segundo Garrigos-Simon, Narangajavana-Kaosiri e Lengua-Lengua (2018), houve um vertiginoso crescimento da sustentabilidade, a partir dos anos 1990. Contudo, no campo de turismo no Brasil, esse fenômeno só foi verificado nos anos 2010.

4.2. CAMPO DE TURISMO NO BRASIL – PERÍODO 1990-2009

No período 1990-2009, havia 957 artigos, distribuídos por nove periódicos (CULTUR, CVT, RAOIT, RBE, RBPT, RRV, RTVA, TA e TS). Das 86 palavras-chave que supriam, pelo menos, uma das condições colocadas na metodologia (frequência mínima [5] e aresta [3]), 29 (33,72%) encontravam-se dentro de um agrupamento, ao passo que 57 (66,28%) estavam isoladas. No Gráfico 2 constam os agrupamentos do campo para 1990-2009 estão expostos no Gráfico 2.

GRÁFICO 2 – CAMPO DE TURISMO NO BRASIL – AGRUPAMENTOS (1990-2009)



FONTE: Os autores (2021).

Como ilustrado no gráfico acima, o agrupamento de agências de viagens ligava “agências de viagens” e “satisfação”. Ele restringe-se a esse período. Em 1990-2018, ambas ficam isoladas, apesar de terem, cada uma, alta frequência.

O agrupamento de ecoturismo trazia a primeira (“ecoturismo”) e a terceira (“desenvolvimento sustentável”) palavras-chave mais citadas. Tratava-se do agrupamento com mais alto número de artigos. Continuava pouco denso, centrado em “ecoturismo”, apesar de “turismo sustentável” e “turismo ecológico” não se ligarem diretamente a ela. Possuía arestas externas apenas com o agrupamento de turismo cultural e cultura, mas isso não se manteve para 1990-2018.

O agrupamento de estratégia e planejamento continuava como o mais denso, por mais que tivesse perdido densidade. As quatro palavras-chave continuavam as mesmas. Apesar de “marketing” não ter a mais alta frequência, ela era a única que se ligava, ainda, a todas as outras.

Em relação a 1990-1999, o agrupamento de hotelaria agregou a palavra-chave “hospitalidade”, por mais que ela não se ligasse a “hotéis”, ainda. Possuía arestas externas com dois outros agrupamentos, as quais faziam sentido (“cultura”-“hospitalidade” [afeita a estudos turísticos para além de seus negócios] e “estratégia”-“hotelaria” [afeita a estudos de negócios turísticos]).

O agrupamento de turismo cultural e cultura tinha, como principais palavras-chave, “turismo cultural” e “cultura”, as quais estavam anteriormente isoladas (1990-1999). Tratava-se de um agrupamento pouco denso; nenhuma palavra-chave liga-se a todas as outras. É difícil explicar a presença de “imagem” – ela ligava-se apenas à “cultura”, com aresta de valor igual a três. Não por acaso, ela migrou para outro agrupamento, em 1990-2018.

O agrupamento de políticas públicas ligava “desenvolvimento turístico” e “políticas públicas”, sem apresentar nenhuma aresta externa. No período 1990-2018, ele foi absorvido pelo agrupamento de sustentabilidade, o qual passou a concentrar a maior parte das palavras-chave ligadas à questão do desenvolvimento.

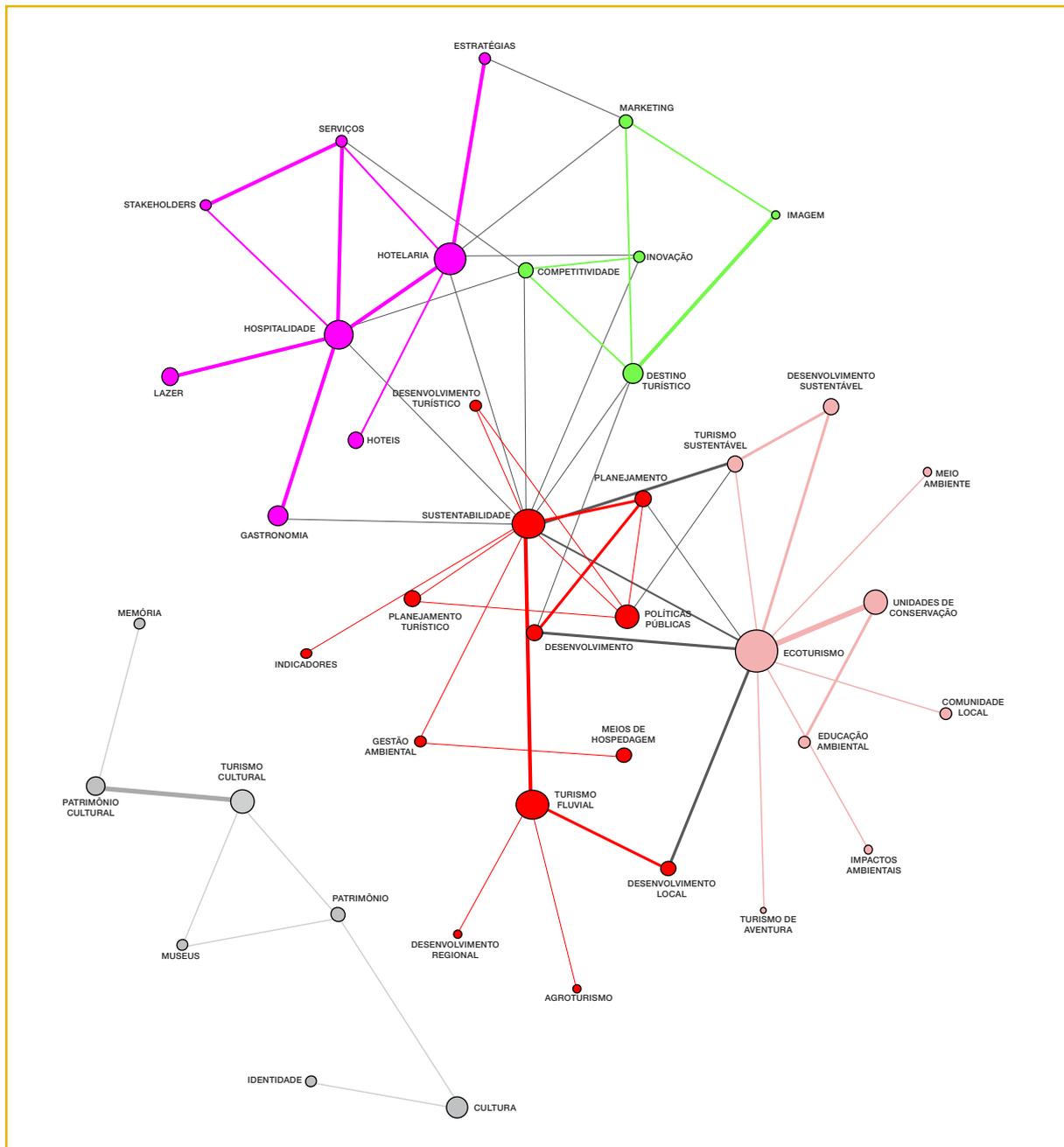
O agrupamento de turismo de eventos ligava “turismo de eventos” e “eventos”. Havia já a perda de importância dessas palavras-chave, no campo. Como será observado a seguir, em 1990-2018, ele desapareceu; ambas se tornaram palavras-chave isoladas.

O agrupamento de planejamento turístico era novo – suas três palavras-chave encontravam-se isoladas, em 1990-1999. Tratava-se de um agrupamento sem nenhuma ligação com qualquer outro. Além disso, apenas “sustentabilidade” ligava-se as outras duas palavras-chave do próprio agrupamento.

4.3. CAMPO DE TURISMO NO BRASIL – PERÍODO 1990-2018

No período 1990-2018, havia 3.887 artigos, distribuídos por 16 periódicos. Das 77 palavras-chave que supriam, pelo menos, uma das condições colocadas na metodologia (frequência mínima [20] e aresta [5]), 42 (54,55%) encontravam-se dentro de um agrupamento, ao passo que 35 (45,45%) estavam isoladas. Os agrupamentos do campo para 1990-2018 estão expostos no Gráfico 3.

GRÁFICO 3 – CAMPO DE TURISMO NO BRASIL – AGRUPAMENTOS (1990-2018)



FONTE: Os autores (2021).

Há duas palavras-chave isoladas com alta frequência – “turismo de base comunitária” e “enoturismo” – as quais eram pouco utilizadas nos periódicos brasileiros de turismo, no período 1990-2009. Nos anos 2010, ambas experimentaram crescimento expressivo em sua utilização, constituindo-se em tópicos emergentes de pesquisa. Contudo, o fato de elas terem permanecido isoladas (sem nenhuma aresta)

indica que essas palavras-chave não foram, ainda, incorporadas aos principais temas de pesquisa do campo. Isso não era esperado para “turismo de base comunitária”, dado que há várias palavras-chave ligadas à questão do desenvolvimento, para ficar na relação esperada mais óbvia.

Em relação a 1990-2009, dois agrupamentos desapareceram. O primeiro é o que unia “agência de viagens” a “satisfação”, o que indica que a pesquisa em torno desses pontos distanciou-se, nos anos 2010. O segundo é o que ligava “turismo de eventos” e “eventos”. Nesse caso, não é possível saber se houve um distanciamento da pesquisa, e/ou se os autores passaram a avaliar que a utilização conjunta dessas palavras-chave era redundante.

O agrupamento de ecoturismo continua centrado em “ecoturismo”. Há quatro pontos que chamam a atenção. Primeiro, há nítida mudança na composição de seu segundo escalão. As palavras-chave “turismo ecológico” e “conservação ambiental” saem do agrupamento e mesmo da lista daquelas com mais alta frequência – acontece com “turismo ecológico” algo similar ao que tinha acontecido à “ecologia”, em 1990-2009. Isso está em desacordo com o observado na literatura internacional sobre sustentabilidade e ecoturismo, nas últimas décadas, como apontam Garrigos-Simon, Narangajavana-Kaosiri e Lengua-Lengua (2018), os quais mostram a grande importância da conservação ambiental e ecologia. Por outro lado, entram no agrupamento as palavras-chave “educação ambiental”, “comunidade local” e “turismo de aventura”, as quais estavam isoladas (1990-2009).

Segundo, havia seis arestas externas, mas todas elas com o agrupamento de sustentabilidade. No campo, as arestas externas costumavam ter baixo valor. A exceção à regra era a que ligava “sustentabilidade” e “ecoturismo”, com 11 artigos. Terceiro, as duas arestas internas com valores mais altos do campo estavam dentro desse agrupamento – “educação ambiental” e “ecoturismo” (17) e “unidades de conservação” e “ecoturismo” (25). Quarto, o agrupamento continuava pouco denso, com a dominância e centralidade de “ecoturismo”.

Isso fazia com que o agrupamento tivesse um conjunto de artigos (208) muito parecido com aqueles que contém a palavra-chave “ecoturismo” (183). Destaca-se que é o agrupamento com produção mais concentrada em um periódico, no caso a RBE (110 de 208 artigos – 52,88% do total).

O agrupamento de destino turístico era o com mais baixo número de artigos – apenas 98. Com a ampliação do período em análise – de 1990-1999 para 1990-2018 – tem perdido densidade. Nesse último, nenhuma palavra-chave ligava-se a todas as outras. Tem nove arestas externas com dois outros agrupamentos, sempre com valores iguais a cinco ou seis. Dentre as 18 arestas externas do Gráfico 3, metade tinha esse agrupamento como uma de suas pontas.

Chama a atenção a quantidade de palavras-chave com alta frequência e com proximidade a marketing, as quais se encontravam isoladas – “satisfação”, “comportamento do consumidor” e “imagem de destino”. Isso se explica pelo fato de “destino turístico” ser a palavra-chave principal, mas também pelo fato de “marketing”

ser mais utilizada, provavelmente, em sentido gerencial.

O agrupamento de turismo cultural era o único isolado dos demais; isso foi contra nossas expectativas, dada a presença de “cultura” e “turismo cultural”. Com sete palavras-chave, nenhuma consegue ligar-se com mais de três outras – o agrupamento tem baixa densidade. Foi possível perceber, por meio da frequência absoluta e formação dos agrupamentos, que houve a perda de importância relativa do turismo cultural no campo, frente a temáticas ligadas à natureza, ao rural e à sustentabilidade.

Esse agrupamento tinha a predominância de estudos turísticos para além de seus negócios – 89 dos 139 (64,03% do total). Apenas o agrupamento de ecoturismo tinha essa porcentagem mais alta (147 de 208 – 70,67% do total). Dado que nenhum dos outros quatro tinha uma orientação de ciências sociais, e que a maior parte das palavras-chave esteja muito vinculada ao estudo da cultura e patrimônio cultural, considerou-se compreensível que o agrupamento de turismo cultural se encontrasse isolado, em 1990-2018.

O agrupamento de hospitalidade era afeito a dois campos próximos ao de turismo – o de lazer e o de hospitalidade. As palavras-chave “hospitalidade” e “hotelaria” tiveram expressivo crescimento, nos anos 2010, tornando-se as principais. O agrupamento de hospitalidade passou de três palavras-chave, em 1990-2009, para oito (1990-2018).

No caso das arestas internas e externas, “hotelaria” (mais ligada a negócios turísticos) está muito próxima do agrupamento de destino turístico, assim como “estratégia”. Suas arestas internas refletem também um direcionamento aos negócios turísticos. Já “hospitalidade” liga-se mais a palavras-chave com maior proximidade com estudos turísticos para além de seus negócios, a exemplo de “lazer”. Chama a atenção o valor da aresta entre “stakeholders” e “hospitalidade” (10), dado que a primeira tem frequência igual a 22. O termo “stakeholder” tem ampla utilização no campo da administração; no de turismo, ele está intensamente ligado ao estudo da hospitalidade. Esperava-se que “hospitalidade” apresentasse mais arestas externas, principalmente com os agrupamentos de turismo cultural e de destino turístico, fato que não ocorreu.

Nesse agrupamento destacam-se a importância e centralidade de uma instituição, em escala sem paralelo nos outros quatro agrupamentos. A Universidade Anhembi Morumbi destacava-se tanto na autoria quanto nas referências dos artigos. Destacava-se também a centralidade da Revista Hospitalidade, editada pela Universidade Anhembi Morumbi, nas referências.

O agrupamento de sustentabilidade era o que contava com o mais alto número de artigos. Várias de suas palavras-chave tiveram expressivo crescimento, ao longo dos anos 2010. O mais bem-acabado exemplo disso é “sustentabilidade”, que passou de 26 (1990-2009) para 141 artigos (1990-2018). O agrupamento foi resultado da fusão de dois existentes (1990-2009) e da agregação de várias outras palavras-chave.

A palavra-chave “sustentabilidade” ligava-se a outras oito, dentro do agrupamento; com quatro palavras-chave, não havia ligação. Ela é seguida por “turismo rural”, com cinco arestas internas. Ao invés de ter uma palavra-chave dominante, como “ecoturismo”, esse agrupamento tinha mais de uma palavra-chave com muitas ligações, o que o tornava mais denso.

A terceira palavra-chave com mais alta frequência do agrupamento de sustentabilidade é “políticas públicas”. Ela não aparece no grafo do período 1990-1999 (Gráfico 1), e se encontra em um agrupamento isolado em 1990-2009 (Gráfico 2), em coocorrência relevante com “desenvolvimento turístico”, apenas. Em 1990-2018 (Gráfico 3), “políticas públicas” ocupa uma posição mais central; suas arestas mostram que essa palavra-chave se liga às questões do desenvolvimento, do planejamento e da sustentabilidade.

O agrupamento de sustentabilidade é o que apresenta a mais alta média de citações por artigo. Dos cinco agrupamentos, é aquele com mais artigos no conjunto dos 41 mais citados do campo (primeiro centil) – Irving et al. (2005), Castrillón et al. (2011), Pires (1998) e Beni (1999). Nenhum dos outros agrupamentos tem mais de dois trabalhos nesse conjunto.

Foi possível verificar algumas das grandes diferenças que existiam entre os cinco agrupamentos. A média de citações por artigo e a porcentagem de artigos sem nenhuma citação mostraram que alguns agrupamentos têm impacto acima do verificado para o campo, notadamente o de ecoturismo, o de destino turístico e o de sustentabilidade, ao passo que os de turismo cultural e de hospitalidade tinham desempenho baixo nesse quesito.

A economia (do turismo) nunca formou um agrupamento. No período 1990-2018, não houve rigorosamente nenhuma palavra-chave dentre as mais citadas. Xiao e Smith (2006) atestam a queda de conteúdos vinculados à economia do turismo e à indústria do turismo, a exemplo de emprego, balanço de pagamentos e inflação, tendo como objeto de estudo os *Annals of Tourism Research*, por mais que eles sejam ainda importantes.

O presente artigo possibilita a descrição e análise da trajetória dos principais temas e tópicos de pesquisa do campo de turismo no Brasil (1990-2018). A próxima seção traz as considerações finais.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo permitiu mostrar a trajetória e crescimento do campo de turismo no Brasil, de 1990-1999 para 1990-2009 e 1990-2018. Tratava-se de um campo em expansão e maturação, com crescimento do número de revistas científicas e programas de pós-graduação *stricto sensu*. O período 1990-2018 trazia cinco agrupamentos bem definidos, cuja formação remontava, em alguns casos, a 1990-1999. Contudo, notou-se a baixa densidade encontrada em todos eles, com mais ou menos intensidade.

Houve alguns pontos que chamaram a atenção. Das cinco palavras-chave com frequência igual ou mais alta do que 20, ligadas à questão do desenvolvimento, havia uma no agrupamento de ecoturismo (“desenvolvimento sustentável”), ao passo que as outras quatro encontravam-se no de sustentabilidade (“desenvolvimento local”, “desenvolvimento”, “desenvolvimento turístico” e “desenvolvimento regional”). Por mais que o termo “desenvolvimento” e suas variantes sejam de significado complexo e uso polissêmico, seu estudo está intimamente ligado à sustentabilidade, ao segmento de turismo rural e ao ecoturismo. Foi preocupante constatar que os agrupamentos de destino turístico, de turismo cultural e de hospitalidade parecem não se ligar, pelo menos com intensidade, à discussão acerca do desenvolvimento, o que indicou uma lacuna no campo.

Por exemplo, McKercher e Du Cros (2002) são um dos manuais mais populares acerca do turismo cultural; a vinculação desse segmento de mercado ao desenvolvimento de destinos turísticos, inclusive geração de emprego e renda, permeia todo o volume. No Brasil, o agrupamento de turismo cultural mostra que há, ainda, pouco interesse em pesquisar a relação entre turismo e cultura, sob a perspectiva de negócios turísticos.

Estranhou-se a baixa frequência e/ou isolamento de palavras-chave importantes, principalmente se tendo em vista o que ocorre na literatura internacional. Apesar do grande crescimento, ao longo dos anos 2010, “turismo de base comunitária” e “enoturismo” permaneceram isoladas. Já palavras-chave com frequência alta, desde 1990-1999, como “eventos” e “agências de viagens”, têm tido crescimento mais baixo, deixando de fazer parte de agrupamentos, por mais que, para o público em geral, sejam associadas facilmente ao campo de turismo. Isso apontou a queda no interesse e na pesquisa, à medida que elas rumaram à periferia do campo. As palavras-chave “impactos ambientais” e “impactos” têm baixa frequência, quando vista sua importância na literatura internacional de turismo – ver, por exemplo, Xiao e Smith (2006) e Benckendorff e Zehrer (2013) –, por mais que a primeira esteja dentro do agrupamento de ecoturismo.

A lista das palavras-chave com mais alta frequência e/ou pertencentes a um agrupamento revelaram várias lacunas e silêncios no campo. Palavras-Chave ligadas à antropologia, ciência política, filosofia e religião encontravam-se ausentes, assim como aquelas relacionadas à tecnologia, redes sociais e sistemas de informação. Notou-se, também, que as pesquisas que trabalham com movimentos de resistência e antagonismo ao turismo não estavam presentes. Por exemplo, “turismofobia” tem sido crescentemente utilizada na literatura internacional. No conjunto de 3.887 artigos coletados, não há nem sequer cinco que tragam essa palavra-chave. O quanto dessas lacunas e silêncios derivou da falta de pesquisas sobre esses temas e questões, e o quanto da ausência foi resultado da utilização de termos muito específicos são ainda objeto de discussão, estando além do objetivo e metodologia do presente artigo.

Ficou claro que a economia não teve um espaço importante no campo de turismo no Brasil. E a tendência verificada por Xiao e Smith (2006) para os *Annals of Tourism Research*, acerca do crescimento do conteúdo ligado à teoria e metodologia,

não se verificou no país, para nenhum período.

Diante do exposto, o presente artigo fornece um panorama geral dos principais temas e tópicos de pesquisa do campo de turismo no Brasil (1990-2018). Há uma interessante janela de oportunidades para pesquisadores com atuação em bibliometria e análises de redes sociais, a saber: aplicar a metodologia de pesquisa para outros tipos de produção científica de turismo no Brasil, a exemplo de monografias (mestrado/doutorado) e de comunicações (trabalhos completos publicados em anais de eventos técnico-científicos).

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, E. R.; ANDALÉCIO, A. M. L. Empreendedorismo e hotelaria como tema de pesquisa: um estudo bibliométrico das publicações do EnAnpad de 2005 a 2011. **Turismo e Sociedade**, v. 5, n. 2, p. 527-544, 2012.

BENCKENDORFF, P. Themes and trends in Australian and New Zealand tourism research: a social network analysis of citations in two leading journals (1994-2007). **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 16, n. 1, p. 1-15, 2009.

BENCKENDORFF, P.; ZEHRER, A. A network analysis of tourism research. **Annals of Tourism Research**, v. 43, p. 121-149, 2013.

BENI, M. C. Política e estratégia do desenvolvimento regional: planejamento integrado e sustentável do turismo. **Turismo em Análise**, v. 10, n. 1, p. 7-17, 1999.

CASTRILLÓN, I. D.; CANTO, A. G.; CANTORNA, A. S.; CERRADELO, L. B. Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. **CULTUR – Revista de Cultura e Turismo**, v. 5, n. 2, p. 101-124, 2011.

GARRIGOS-SIMON, F. J.; NARANGAJAVANA-KAOSIRI, Y.; LENGUA-LENGUA, I. Tourism and sustainability: a bibliometric and visualization analysis. **Sustainability**, v. 10, n. 6, p. 1-23, 2018.

GRACIANO, P. F.; HOLANDA, L. A. Análise bibliométrica da produção científica sobre turismo de base comunitária de 2013 a 2018. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 14, n. 1, p. 161-179, 2020.

GRAUWIN, S.; JENSEN, P. Mapping scientific institutions. **Scientometrics**, v. 89, p. 943, 2011.

HALL, C. M. Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. **Tourism Management**, v. 32, n. 1, p. 16-27, 2011.

IRVING, M. A.; BURSZTYN, I.; SANCHO, A.; MELO, G. M. Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 5, n. 4, p. 1-7, 2005.

JAMAL, T.; SMITH, B.; WATSON, E. Ranking, rating and scoring of tourism journals: interdisciplinary challenges and innovations. **Tourism Management**, v. 29, n. 1, p. 66-78, 2008.

KESSLER, M. M. Bibliographic coupling between scientific papers. **American Documentation**, v. 24, p. 123-131, 1963.

KIRILENKO, A. P.; STEPCHENKOVA, S. Tourism research from its inception to present day: subject area, geography, and gender distributions. **PLOS ONE**, v. 13, n. 11, e0206820, 2018.

KOC, E.; BOZ, H. Triangulation in tourism research: a bibliometric study of top three tourism journals. **Tourism Management Perspectives**, v. 12, p. 9-14, 2014.

KÖHLER, A. F.; DIGIAMPIETRI, L. A. Periódicos brasileiros de turismo (1990-2018): avaliação e classificação por meio de métricas de impacto e híbridas. **Turismo em Análise**, v. 31, n. 2, p. 200-226, 2020.

KÖHLER, A. F.; DIGIAMPIETRI, L. A. Classificação de autores, instituições e países, por meio de métricas de produção, centralidade e impacto: o campo de turismo no Brasil (periódicos), 1990-2018. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, n. 3, p. 1-21, 2021a.

KÖHLER, A. F.; DIGIAMPIETRI, L. A. O campo de turismo no Brasil: caracterização e análise da rede de pesquisadores e sua dinâmica regional. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 26, n. 2, p. 58-82, 2021b.

KÖHLER, A. F.; DIGIAMPIETRI, L. A. Turismo cultural: análise bibliométrica e de redes sociais do campo de turismo no Brasil, 1990 -2018. Pasos. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 19, n. 4, p. 825-844, 2021c.

KÖHLER, A. F.; DIGIAMPIETRI, L. A. Estudos de hospitalidade: análise bibliométrica e de redes sociais do campo de turismo no Brasil, 1990-2018. **Revista Hospitalidade**, v. 18, n. 1, p. 104-135, 2021d.

KOSEOGLU, M. A.; RAHIMI, R.; OKUMUS, F.; LIU, J. Bibliometric studies in tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 61, p. 180-198, 2016.

KUMAR, S.; SUREKA, R.; VASHISHTHA, A. The Journal of Heritage Tourism: a bibliometric overview since its inception. **Journal of Heritage Tourism**, v. 15, n. 4, p. 365-380, 2020.

LAW, R.; VEEN, R. The popularity of prestigious hospitality journals: a Google Scholar approach. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 20, n. 2, p. 113-125, 2008.

LETA, J.; LEWISON, G. The contribution of women in Brazilian science: a case study in astronomy, immunology and oceanography. **Scientometrics**, v. 57, n. 3, p. 339-353, 2003.

MARTINS, C.; FIATES, G. G. S.; PINTO, A. L. A relação entre os clusters de turismo e tecnologia e seus impactos para o desenvolvimento local: um estudo bibliométrico da produção científica. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, n. 1, p. 65-88, 2016.

MCKERCHER, B.; DU CROS, H. **Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management**. Binghamton: Haworth, 2002.

MCKERCHER, B. A case for ranking tourism journals. **Tourism Management**, v. 26, n. 5, p. 649-651, 2005.

MCKERCHER, B. A citation analysis of tourism scholars. **Tourism Management**, v. 29, n. 6, p. 1.226-1.232, 2008.

MIRANDA, A. C. C.; CARVALHO, E. M. R.; COSTA, M. I. O impacto dos periódicos na comunicação científica. **Biblos: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 32, n. 1, p. 1-22, 2018.

MIRANDA, E. C. P.; REJOWSKI, M. Turismo e hospitalidade no cenário da comunicação científica: avaliação de periódicos científicos eletrônicos. **Revista Rosa dos Ventos**, v. 5, n. 4, p. 559-576, 2013.

MIRANDA JÚNIOR, N. S.; SOUSA, P. H. R.; DEMO, G. Análise do composto de marketing em empresas de turismo: um estudo bibliométrico. **Revista Turismo: Visão e Ação**, v. 20, n. 2, p. 324-342, 2018.

PIRES, P. S. A dimensão conceitual do ecoturismo. **Revista Turismo: Visão e Ação**, v. 1, n. 1, p. 75-91, 1998.

POBLACION, D.; MUGNAINI, R.; RAMOS, L. **Redes sociais e colaborativas em**

informação científica. São Paulo: Angellara, 2009.

RIBEIRO-MARTINS, C. S.; SILVEIRA-MARTINS, E. Turismo gastronômico: uma pesquisa bibliométrica em bases de dados nacionais e internacionais. **Revista Turismo: Visão e Ação**, v. 20, n. 1, p. 184-197, 2018.

SANTOS, G. E. O.; PANOSSO NETTO, A.; WANG, X. Análise de citações de periódicos científicos de turismo no Brasil: subsídios para a estimação de indicadores de impacto. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 11, n. 1, p. 61-88, 2017.

STRANDBERG, C.; NATH, A.; HEMMATDAR, H.; JAHWASH, M. Tourism research in the new millennium: A bibliometric review of literature in Tourism and Hospitality Research. **Tourism and Hospitality Research**, v. 18, n. 3, p. 269-285, 2018.

TRIBE, J. The indiscipline of tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 24, n. 3, p. 638-657, 1997.

TRIBE, J. Tribes, territories and networks in the tourism academy. **Annals of Tourism Research**, v. 37, n. 1, p. 7-33, 2010.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social Network Analysis: methods and applications**. 19. ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

WEINER, G. The academic journal: has it a future? **Education Policy Analysis Archives**, v. 9, n. 9, p. 1-19, 2001.

XIAO, H.; SMITH, S. L. J. The making of tourism research: insights from a social sciences journal. **Annals of Tourism Research**, v. 33, n. 2, p. 490-507, 2006.

Recebido em: 12-02-2021.

Aprovado em: 01-12-2021.

TS