

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

**Revisión Sistemática de la Literatura (RSL) sobre la relación entre turismo y
música popular**

Trabajo de Integración curricular
previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo

Autor:

Adrian David Nieves Nieves

Director:

Freddy Edgar Espinoza Figueroa

ORCID:  0000-0001-9114-2183

Cuenca, Ecuador

2024-09-13

Resumen

Este estudio se enfocó en analizar la relación entre la música popular y el turismo a través de una revisión sistemática de la literatura. El objetivo fue analizar el papel de la música como un factor influyente en la actividad turística. Este estudio empleó un análisis basado en el método PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-Analysis*) para realizar una revisión sistemática de la literatura (RSL) con base en las bases de datos de Scopus. Como resultados se obtuvo una reflexión teórica sobre el estudio, así como un análisis bibliométrico de documentos desde 2003 hasta 2024 y también se identificaron las tendencias de la relación entre música popular y turismo como línea de investigación. Se concluyó que la relación entre estos dos elementos es débil debido a que estos estudios apenas cobran importancia a inicios de los años 2000. Además, se da importancia a la música como atracción y destino turísticos dejando entrever que la música popular es considerada como un elemento de la oferta turística pero no como un elemento de identidad. En efecto, no existen temas actuales sobre este tipo de estudios por lo que sería pertinente que la academia relacionada al turismo considere este vacío. Finalmente, este estudio propone una nueva interrogante: ¿La música le otorga mayor valor al turismo o el turismo le otorga mayor valor a la música popular?

Palabras clave del autor: música popular, turismo, revisión sistemática de la literatura, análisis bibliométrico, PRISMA



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Abstract

This study focused on analyzing the relationship between popular music and tourism through a systematic review of the literature. The objective was to analyze the role of music as an influential factor in tourism activity. This study used an analysis based on PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-Analysis) method to perform a systematic literature review (RSL) based on Scopus databases. As results, a theoretical reflection on the study was obtained, as well as a bibliometric analysis of documents from 2003 to 2024 and trends in the relationship between popular music and tourism were also identified as a line of research. It was concluded that the relationship between these two elements is weak because these studies hardly gained importance in the early 2000s. In addition, importance is given to music as a tourist attraction and destination, suggesting that popular music is considered an element of the tourist offer but not as an element of identity. Indeed, there are no current issues on this type of studies, so it would be pertinent for tourism-related academia to consider this gap. Finally, this study poses a new question: Does music give greater value to tourism or does tourism give greater value to popular music?

Author Keywords: popular music, tourism, systematic literature review, bibliometric analysis, PRISMA

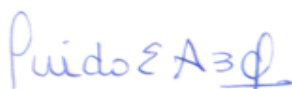
Trabajo de Integración curricular: Revisión Sistemática de la Literatura (RSL) sobre la relación entre turismo y música popular.

Autor: Adrian David Nieves Nieves

Director: Freddy Espinoza Figueroa - ORCID:  0000-0001-9114-2183

Certificado de Precisión FCH-TR-LicTur-459

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.



guido.abad@ucuenca.edu.ec



The content of this work corresponds to the right of expression of the authors and does not compromise the institutional thinking of the University of Cuenca, nor does it release its responsibility before third parties. The authors assume responsibility for the intellectual property and copyrights.

Institutional Repository: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Índice de contenido

Resumen.....	2
Abstract.....	3
Agradecimientos	8
Dedicatoria.....	9
Introducción	10
Metodología	11

Capítulo 1. Relación entre música popular y turismo

1.1 El turismo musical	15
1.2 ¿Qué es la música popular?.....	17
1.3 Música popular como atractivo turístico: Casos internacionales	19
1.4 Revisión sistemática de la literatura	21

Capítulo 2. Métricas de los recursos bibliográficos sobre la relación entre música popular y turismo

2.1 Integridad de los metadatos bibliográficos.....	26
2.2 Información general sobre los datos.....	27
2.3 Panorama general de estudios sobre música y turismo	28
2.4 Producción científica sobre música y turismo	29
2.5 Promedio de citas por año	30
2.6 Producción de artículos por revistas científicas	31
2.7 Contribución de autores	32
2.8 Tipo de afiliación autores.....	33
2.9 Artículos por países.....	34
2.10 Citaciones por países.....	35
2.11 Nube de palabras de términos recurrentes en Scopus	36
2.12 Clústers de colaboración entre autores	37

Capítulo 3. Tendencias de la literatura sobre la relación entre música popular y turismo

3.1 Relación entre los autores, palabras clave y los países sobre la música popular y el turismo.	40
3.2 Tendencias de investigación sobre la relación entre música popular y turismo	41
3.3 Principales tendencias sobre tópicos de investigación	42
3.4 Análisis detallado de la producción científica sobre la relación entre música popular y turismo	44
Conclusiones	59
Recomendaciones	61
Referencias.....	63
Anexo A. Diseño de trabajo de integración curricular.....	68

Índice de figuras

Figura 1. Método PRISMA aplicado al estudio	12
Figura 2. Diagrama de flujo del método PRISMA	22
Figura 3. Resumen grafico del capítulo 1	24
Figura 4. Integridad de los metadatos bibliográficos.....	26
Figura 5. Información general sobre los datos.....	27
Figura 6. Red de concurrencia de palabras clave a partir de la base de datos Scopus	28
Figura 7. Producción científica sobre música popular y turismo (2003-2024)	30
Figura 8. Promedio de citas por año (2003-2024)	31
Figura 9. Producción de artículos por revistas científicas	32
Figura 10. Contribución de autores	33
Figura 11. Tipo de afiliación autores.....	34
Figura 12. Artículos por países (2003-2024)	35
Figura 13. Citaciones por países.....	36
Figura 14. Nube de palabras de términos recurrentes en Scopus	36
Figura 15. Clústers de colaboración entre autores	37
Figura 16. Resumen grafico del capítulo 2	38
Figura 17. Relación entre los autores, palabras clave y los países sobre la música popular y el turismo.	41
Figura 18. Tendencias de investigación sobre la relación entre música popular y turismo	42
Figura 19. Principales tendencias sobre tópicos de investigación	43
Figura 20. Resumen grafico del capítulo 3.....	58

Índice de tablas

Tabla 1. Criterios de inclusión, búsqueda y procesamiento de la literatura.....	11
Tabla 2. Categorías del turismo musical.....	16
Tabla 3. Artículos analizados.....	48

Agradecimientos

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido de alguna manera a la realización de esta tesis. En primer lugar, a mis padres y hermanos, por su amor incondicional, su apoyo constante y su fe inquebrantable en mí. A mis amigos y compañeros, por estar siempre a mi lado, compartiendo alegrías y dificultades. Sus palabras de aliento y su compañía han sido esenciales para mantenerme motivado y enfocado. A mis profesores y mentores, especialmente al Mgtr. Freddy Espinoza, por su paciencia, sabiduría y guía durante todo el proceso. Su dedicación y compromiso han sido fundamentales para el desarrollo de esta investigación. Finalmente, agradezco a Dios, por darme la fuerza, la sabiduría y la determinación para llevar a cabo este proyecto. Su guía y bendición han sido mi sustento a lo largo de este viaje.

A todos ustedes, muchas gracias.

Dedicatoria

A Dios, fuente de toda sabiduría y fortaleza, por su guía y protección en cada paso de este camino. Gracias por iluminar mi mente y mi corazón, por brindarme la perseverancia y el coraje necesarios para enfrentar los desafíos y por derramar bendiciones sobre mi vida. A mis padres Marcelo y Rosa y a mis hermanos Javier y Daniela, por ser la luz y el pilar fundamental en mi vida, por su amor incondicional, su sacrificio y su guía constante. A pesar de tantas adversidades que hemos tenido y luchado durante transcurso de la vida. Gracias por creer en mí incluso en los momentos en que yo dudaba. Este logro es tan suyo como mío. A mis profesores y en especial a mi tutor Mgtr. Freddy Espinoza, por su sabiduría, paciencia y dedicación. Sus enseñanzas y consejos han sido cruciales para mi crecimiento académico y personal. Gracias por inspirarme a siempre dar lo mejor de mí. Finalmente, dedico esta tesis a todos aquellos que creen en el poder de la educación y el conocimiento como herramientas para cambiar el mundo. Que este trabajo sea un pequeño aporte en esa noble misión.

I. Introducción

La música popular es una manifestación artística que abarca una amplia variedad de estilos y géneros, reflejando la rica diversidad cultural de una nación. Es importante destacar que la música es tan diversa como las regiones y los grupos étnicos del país, incorporando influencias indígenas, africanas, europeas y mestizas. Esta diversidad musical juega un papel crucial en el ámbito turístico, ya que sirve como una fuente auténtica y distintiva de atracción cultural (Torres et al., 2018). No obstante, en algunos contextos no se comprende cómo la música popular podría relacionarse con la actividad turística.

En el capítulo 1, se examina la relación entre música popular y turismo. Se establece un marco teórico que define el turismo como un fenómeno multifacético con impacto social, cultural y económico, y se destaca su evolución y relevancia global. Se introduce el turismo musical como una modalidad emergente, explorando sus diversas formas, como festivales, conciertos, y museos. También se analiza cómo la música popular actúa como un atractivo turístico, presentando casos internacionales como el tango en Argentina, el carnaval de Río de Janeiro, los mariachis en México y el flamenco en Andalucía.

En el capítulo 2, se presentan las métricas de los recursos bibliográficos sobre la relación entre música popular y turismo, abarcando un período de 2003 a 2024. Se analizan 52 documentos de 43 fuentes diferentes tomadas de Scopus, las cuales reflejan un crecimiento anual constante. Se exploran diversos aspectos, como la distribución de palabras clave, la colaboración entre autores y las temáticas abordadas. A través de visualizaciones de redes y análisis de clústeres, se identifican las áreas de investigación más relevantes y las conexiones entre los investigadores. También se destaca la producción científica en revistas específicas, el promedio de citas por año y la contribución de autores e instituciones a la literatura existente.

En el capítulo 3, se realizó un análisis cluster con las tendencias de la literatura académica sobre el interés de este estudio y se analizaron las tendencias durante el tiempo. A su vez se construyó una matriz en excel con los siguientes criterios autor, año de publicación, problema, hallazgo principal, categoría de estudio, metodología y objetivo para analizar críticamente la relación entre música popular y turismo desde el año 2003 hasta 2024 con la intención de identificar las tendencias de la literatura sobre el tema.

II. Metodología

La investigación se centró en una revisión sistemática de la literatura (RSL) el cual es un método riguroso y estructurado para recopilar y analizar la literatura disponible el cual se va a vincular la relación entre turismo y música popular. Este estudio tuvo un diseño observacional con enfoque mixto de alcance descriptivo y de corte longitudinal. Para cumplir el primer objetivo se hizo una revisión teórica para comprender la relación entre música popular y turismo recurriendo a la base de datos indexada Scopus.

Para cumplir con el segundo y tercer objetivo se recurrió al método PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-Analysis*), que establece pautas para la correcta revisión de la literatura del tema establecido agregando términos de búsqueda, fuentes de información para incluir y excluir documentos. El método PRISMA desarrollado en este estudio (Figura 1) cumplió con cuatro componentes, tales como identificación, triaje, elegibles e incluidos (Centro Cochrane Iberoamericano, 2012). El componente de identificación se realizó mediante la búsqueda de documentos científicos en la base de datos Scopus usando el siguiente operador booleano (Ver tabla 1).

Tabla 1.
Criterios de inclusión, búsqueda y procesamiento de la literatura

Base de Datos	Rango de análisis	de Resultados	Operador	Procesamiento
Scopus	2003-2024	161	(popular AND music) AND (tourism)	VOS viewer R + Bibliometrix

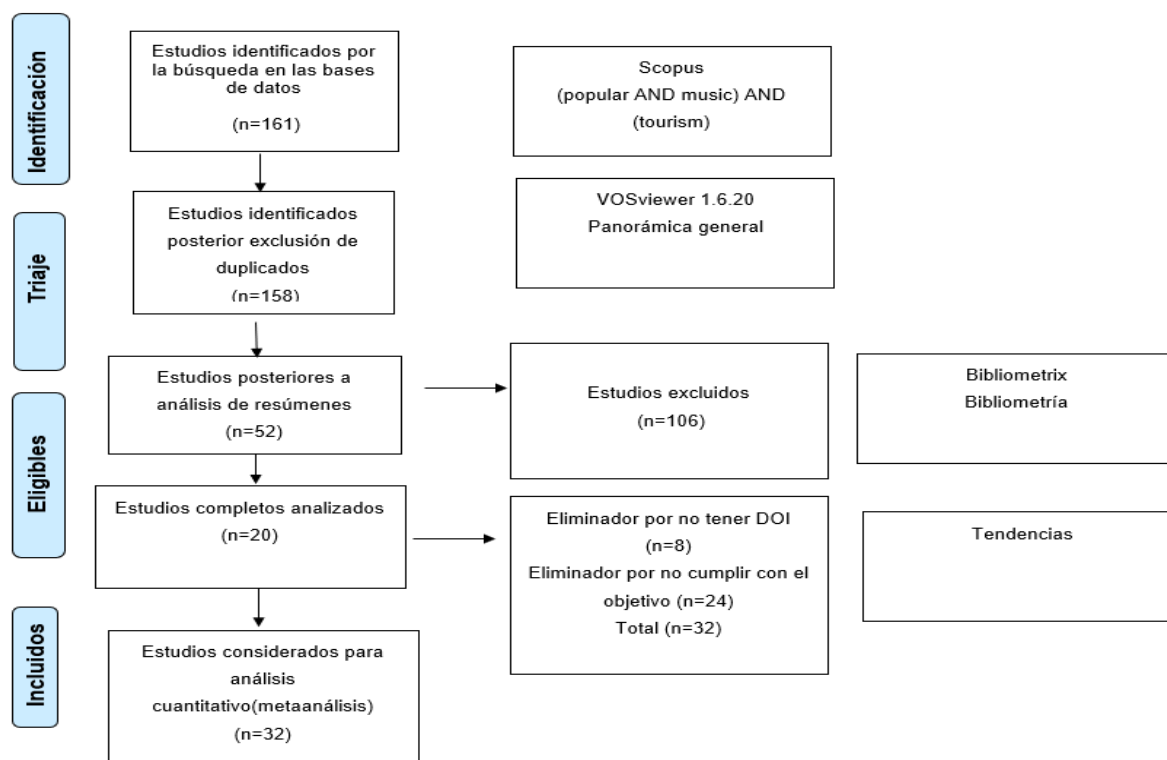
Esta búsqueda logró 161 documentos y luego de excluir los duplicados se obtuvieron 158 documentos. En el segundo componente de ‘traje’ se procedió a identificar los estudios con alta relación según el objetivo de esta investigación, Es decir, luego de leer los títulos y resúmenes se obtuvieron 52 documentos siendo descartados 106 de estos. En el tercer componente de elegibles se analizaron 52 estudios completos (lectura integral de los documentos) y se excluyeron 8 de aquellos que carecían de DOI resultando en un total de 44 artículos. Finalmente, se excluyeron 24 artículos que no cumplían con el objetivo de estudio, dejando un conjunto final de 20 artículos para su análisis (Figura 1).

Específicamente para el segundo objetivo se recurrió al software Vos viewer versión 1.6.20 para construir una red de palabras clave por clústeres (Figura 6) a partir de los 158 documentos identificados con el fin de obtener un panorama general sobre la relación entre música popular y turismo. Posteriormente, se recurrió al *software R* versión 4.4.0 y, a través

de R Studio se instaló y activó la librería *Bibliometrix* y se operó mediante un *shiny* en la web (Aria y Cuccurullo, 2017). El análisis bibliométrico consistió en la construcción de clusters para identificar patrones de investigación, evolución de las temáticas, cantidad de recursos, relaciones entre distintas áreas temáticas, entre otros.

Específicamente para el tercer objetivo se realizó un análisis cluster con las tendencias de la literatura académica sobre el interés de este estudio y se analizaron las tendencias durante el tiempo. A su vez se construyó una matriz en excel con los siguientes criterios autor, año de publicación, problema, hallazgo principal, categoría de estudio, metodología y objetivo para analizar críticamente la relación entre música popular y turismo desde el año 2003 hasta 2024 con la intención de identificar las tendencias de la literatura sobre el tema.

Figura 1.
Método PRISMA aplicado al estudio



Capítulo 1. Relación entre música popular y turismo

Capítulo 1. Relación entre música popular y turismo

1. Marco teórico

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2008), el turismo es un fenómeno multifacético que abarca aspectos sociales, culturales y económicos. Implica el traslado de individuos a destinos fuera de su entorno habitual por razones personales, profesionales o comerciales. El turismo comprende una amplia gama de actividades, muchas de las cuales implican un gasto específico asociado al sector turístico.

Acosta (2022), menciona que el turismo se destaca como una actividad particularmente inclusiva en el ámbito económico, ya que se estructura para optimizar el mercado laboral y, por ende, mejorar la producción destinada a los visitantes. En esencia, busca proporcionar experiencias de descubrimiento que desafíen los límites de supervivencia de los turistas.

A lo largo de décadas de práctica turística, se han forjado imaginarios que han llevado a transformaciones profundas en las sociedades a nivel global. Tanto en los países desarrollados como en los que están en desarrollo, el turismo ha evolucionado de manera extensiva e intensiva, convirtiéndose en un actor decisivo en la evolución de las sociedades modernas (Hiernaux, 2002).

A pesar de que el turismo ha estado intrínsecamente ligado al acto de explorar desde hace tiempo, a partir de la década de 1970, con el desarrollo de la Convención sobre Patrimonio Cultural y Natural por parte de la UNESCO, y su enfoque en la conservación y promoción, el turismo cultural ha experimentado un notable crecimiento en todo el mundo, con énfasis particular en Europa (Acosta, 2022).

Según Espeso (2019), el turismo cultural ha evolucionado de ser un interés de nicho a convertirse en un atractivo poderoso para la demanda turística en general. Según el autor, las tendencias globales de movilidad indican un crecimiento continuo del turismo, especialmente en el ámbito cultural, lo que generará nuevas presiones y expectativas para el sector.

Según Delgado (2020), este tipo de turismo se caracteriza por la búsqueda de actividades vinculadas con la cultura, el legado histórico, las tradiciones y las artes de comunidades o regiones específicas. Este fenómeno turístico se nutre del deseo de comprender y experimentar de forma auténtica y significativa las expresiones culturales propias de un lugar.

Dentro de este contexto, según Gelosi (2020), el turismo musical es una de las alternativas más modernas que ha desarrollado el turismo cultural en los últimos tiempos. Ramos y Botella (2013) definen al turismo musical como una actividad o evento asociado a destinos geográficos que tengan una estrecha relación con la música.

1.1 El turismo musical

Existen varios autores que han desarrollado algunas contribuciones sobre esta innovadora modalidad de turismo. Según Gibson y Connell (2007), el turismo en relación con la música está dirigido a un segmento de mercado conformado por turistas más selectivos y con una mayor experiencia que buscan diferentes productos culturales para cumplir con sus demandas. Es así como de cumplir las demandas de los viajeros a partir del uso de la música como elemento turístico nace el turismo musical surgiendo como un mercado naciente en la industria del turismo (Gelosi, 2020).

Dentro del turismo musical Gibson y Connell (2007), incluyeron diversos tipos de destinos turísticos relacionados con la música, desde lugares de nacimiento o sepultura de artistas famosos hasta eventos musicales y museos dedicados a estilos específicos. Además, incluye ejemplos como festivales populares, estudios de grabación famosos y parques temáticos musicales, mostrando cómo la música se integra en la promoción turística y la experiencia de los viajeros (Ver tabla 2).

Tabla 2
Categorías del turismo musical

Tipo de Destino	Ejemplos y Subtipos
Lugares con Significado Lírico	Lugares inspirados en canciones como Mull of Kintyre, Montañas de Mourne, La chica de Ipanema y Ruta 66
Lugares de Nacimiento o Sepultura	Sitios relacionados con el nacimiento o muerte de artistas famosos, como Tupelo, Misisipi y Graceland, Memphis (Elvis Presley), o el Cementerio de Père Lachaise, París (Jim Morrison, Chopin, Edith Piaf)
Centros de Producción Musical	Estudios de grabación de renombre como Hansa Studios en Berlín, Hitsville USA en Detroit y Sun Studios en Memphis
Escenarios de Actuación	Ciudades conocidas por su escena musical como Nueva Orleans y Austin, teatros de ópera en Viena y Sídney, así como lugares icónicos como el Moulin Rouge en París y el Radio City Music Hall en Nueva York
Espacios de Entretenimiento	Lugares donde se puede disfrutar de música callejera, bandas en quioscos y noches temáticas
Eventos Musicales	Festivales populares como el Love Parade de Berlín, Roskilde, Bayreuth y Montreux
Museos Musicales	Museos dedicados a artistas y estilos específicos, como The Beatles en Liverpool, Roy Orbison en Wink, Texas y el Salón de la Fama del Rock 'n' Roll en Cleveland, Ohio
Promoción Turística a través de la Música	Inclusión de música en campañas de turismo nacional, como en Irlanda, Cuba, Jamaica y Nueva Zelanda
Entretenimiento Musical en Destinos Turísticos	Clubes de música en vivo y baile, así como clubes de karaoke en ciudades turísticas
Parques Temáticos Musicales	Ejemplos notables incluyen Dollywood en Pigeon Forge, Tennessee
Actuaciones Indígenas	Experiencias culturales auténticas como danzas aborígenes en Australia y aldeas personalizadas en Vanuatu

Fuente: Gibson y Connell (2007)

El turismo musical está siendo considerado una actividad de alto potencial tanto para las grandes urbes y territorios pequeños, se ha evidenciado que se utiliza este tipo de turismo a través de los festivales para intentar diversificar el producto que está en una etapa de madurez en su ciclo evolutivo (Prat y Cánoves, 2014).

El turismo musical no se limita únicamente a la evocación del pasado. Aunque la nostalgia desempeña un papel significativo al atraer a visitantes en busca de recuerdos de épocas pasadas a través de festivales, museos y sitios históricos de música, el espectro es mucho más amplio. Este tipo de turismo abarca desde majestuosas casas de ópera hasta enérgicas fiestas en la playa. Los turistas musicales son igualmente diversos: algunos buscan un viaje nostálgico, mientras que otros persiguen la emoción del momento, impulsando así el auge del turismo de rave y club centrado en experimentar el presente (Brennan-Horley et al., 2007).

Dentro del turismo musical, Gravari et al. (2023), destacan la música como una de las formas de expresión cultural más universalmente emotivas, actuando como un potente imán que atrae a individuos de diversos orígenes para explorar nuevos destinos. Al sumergirse en la riqueza de las tradiciones locales y participar en eventos que celebran la diversidad sonora del mundo, la música moldea significativamente las construcciones mentales que contienen percepciones y expectativas sobre un destino. Sirve como un vehículo para narrativas culturales y emocionales, capaz de evocar imágenes de lugares exóticos, despertar nostalgia o inspirar la exploración de culturas desconocidas. En consecuencia, la música juega un papel crucial tanto en la decisión de viajar como en la experiencia de viaje misma.

En definitiva, el turismo musical es una modalidad de turismo cultural que se enfoca en la exploración y disfrute de la música en diversos destinos. Involucra actividades como asistir a festivales, conciertos, y visitar lugares icónicos relacionados con la música, como museos o casas de músicos notables. Este tipo de turismo no solo busca entretenimiento, sino que también fomenta la apreciación cultural y el desarrollo económico local a través de la promoción del patrimonio musical y el desarrollo del turismo.

1.2 ¿Qué es la música popular?

Según Silgado y Ramos (2017), la música rompe barreras sociales y permite desarrollar un pensamiento tanto en el aspecto religioso, como social y cultural lo que da lugar a los distintos géneros musicales como los que conocemos en la actualidad.

En el ámbito de la música, se encuentra una categoría denominada ‘música popular’. Aunque no existe una definición exacta hay autores que han logrado identificar ciertas particularidades o características, las cuales expresan en los siguientes párrafos.

Según Del Val (2022), la música popular en varias ocasiones puede verse como un reflejo de legado cultural de un lugar, atrayendo a turistas interesados en experiencias auténticas y en la inmersión cultural.

Según Payá (2011), la música popular es dinámica, pues con el pasar del tiempo puede adaptarse a diferentes avances técnicos y variaciones estéticas fusionando diferentes estilos o ritmos musicales. El mismo autor refiere a aquella música que puede ser disfrutada sin necesidad de haber recibido formación.

Fischerman (2004), destaca que, con el desarrollo de la incipiente industria discográfica, el término música popular adquirió un significado más amplio. Ya no se limitaba a ser una característica de la música de ciertos estratos sociales, sino que se convirtió en una representación del cambio de época que redefinió cómo se difundió la música. Antes de la era del disco y la radio, la música popular se refería principalmente a lo que se escuchaba, se tocaba y se bailaba en los entornos populares, tanto urbanos como rurales. Esta definición destacaba la relación de estas prácticas musicales con una función social más significativa que su estética específica.

Según Pascual (2011), el origen de la música popular, es el punto crucial que marca el crecimiento de la música popular ocurre en el siglo XX con el surgimiento del Jazz y el Rock en Estados Unidos, dos géneros profundamente influenciados por la comunidad afroamericana. A partir de este momento, con la aparición de los medios de comunicación modernos como la radio y la televisión, la música popular adquiere una relevancia equiparable o incluso superior a la música clásica. Además, por primera vez, la música popular se concentra en una región geográfica distinta de Europa.

Romero (2015), afirma que, el surgimiento del rock en los años 50 es otro punto clave en el desarrollo de la música popular. Este género, influenciado por el blues, pero simplificado, fue mayormente interpretado por músicos blancos y se convirtió en una tendencia dominante, representando por primera vez a la juventud en la escena musical.

En este sentido, existe una gran relación entre la música popular y el turismo, uno de ellos es el trabajo propuesto por Chierichetti (2012) en España, quién se adentra en la dinámica de interacción entre los festivales musicales y las plataformas de redes sociales,

específicamente Facebook, en el contexto del turismo musical. El principal objetivo de esta investigación fue explorar cómo se promocionan los festivales musicales dentro de las redes sociales. Dentro de este estudio se puede destacar la importancia de las comunidades virtuales en torno a los festivales de música, donde se mezclan la promoción turística con la interacción social. Este entorno permite a los usuarios compartir experiencias, opiniones y contenido relacionado con los eventos, generando así una experiencia colectiva que trasciende las barreras físicas y temporales.

1.3 Música popular como atractivo turístico: Casos internacionales

Dentro de este contexto, en un estudio de Castiglione y Viladrich, (2014), analiza la producción del tango como industria cultural puesto que, esta tendencia genera la llegada de una gran cantidad de visitantes anuales especialmente en los barrios del tango como Abasto y San Telmo, desarrollando de manera simultánea la creación de escuelas de bailarines de tango, enfocándose en la difusión a nivel global. Los mismos autores sostienen que el tango, más allá de ser un arte, se convierte en un negocio transnacional y un elemento clave para el desarrollo turístico en Argentina, atrayendo turistas y generando ingresos. Esto respalda Pagano (2007), quien señala que el 72% del turismo que llega a Argentina lo hace con el propósito de disfrutar del producto tango.

Por otra parte, Houtet et al. (2023) explora la influencia del carnaval en el turismo y la economía de Río de Janeiro que contribuye con miles de millones a la economía brasileña, impulsando sectores como la hostelería y el comercio. El mismo autor sostiene que este evento es famoso por su vibrante música como es la samba, trajes coloridos y desfiles espectaculares, lo que lo convierte en un ícono cultural reconocido internacionalmente. Por otro lado, Lourenço, (2015), manifiesta que su impacto tiene tanta relevancia que existe un Sambódromo, el cual es una obra arquitectónica diseñada para disfrutar los desfiles de las escuelas de samba de Río generando experiencias únicas y memorables en los turistas. En 2023, Río de Janeiro se erige como el epicentro de la celebración, renaciendo con una nueva edición que se espera ponga a bailar a unos 46 millones de personas en todo el país (Mercurio, 2023).

Por otra parte, según Christofolletti (2022) uno de los íconos con mayor reconocimiento a nivel global, son los mariachis como representantes de la cultura mexicana desempeñando un papel clave en el turismo. Esta tradición musical atrae a visitantes de todo el mundo, siendo un fuerte imán turístico en lugares como Guadalajara, cuna del mariachi. El mismo autor sostiene que los mariachis enriquecen experiencias culturales y turísticas, ofreciendo

actuaciones en eventos, restaurantes y plazas públicas en algunos lugares de México. Su influencia trasciende fronteras, representando a México globalmente y siendo inscritos en la lista representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO, destacando su importancia cultural y turística.

El número total de visitantes a Xochimilco es considerable, alcanzando la cifra de un millón 200 mil personas al año, incluyendo tanto turistas como recreacionistas que disfrutaban de paseos en trajineras acompañados de mariachis (Caraballo, 2018).

Según Ruiz (2022), el flamenco es una de las expresiones culturales más importantes de Andalucía, ha sido fundamental para atraer turistas a la región. En 2021, eventos como la Bienal de Flamenco en Sevilla y el Festival Internacional de Música y Danza en Granada atrajeron a numerosos visitantes nacionales e internacionales. Según datos del Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA), aproximadamente el 15% de los turistas que visitaron Andalucía en 2021 participaron en actividades relacionadas con el flamenco. Esta tendencia continuó en el primer trimestre de 2022, destacando a Sevilla como un destino clave para el turismo flamenco, reflejando su creciente popularidad.

Según Espinosa y Juez (2016) el barrio Alfama ubicado en Lisboa en Portugal es un lugar muy visitado por turistas locales y extranjeros en donde el fado, música popular portuguesa caracterizada por su melodía melancólica y nostalgia es un elemento sensorial para los turistas especialmente en sus calles donde se encuentran artistas interpretando esta música por lo que es inevitable no escuchar. El mismo autor sostiene que este lugar posee una riqueza cultural y arquitectónica pues existen las famosas casas de fado y el museo *Do Fado*, atractivos emblema en donde el turista puede percibir un ambiente de tranquilidad entre la arquitectura y el sonido de la música fado.

Según Martina (2023) en la región Apulia en Italia la tarantela es una expresión popular que entrelaza la danza y la música en el sur de Italia. El mismo autor sostiene que el evento *La Notte della taranta* es un evento que cubre una escena fundamental en el ámbito turístico pues muestra en su máximo esplendor todas las formas y tradiciones musicales de la tarantela siendo un elemento clave de la oferta turística y una experiencia auténtica para los turistas en Italia.

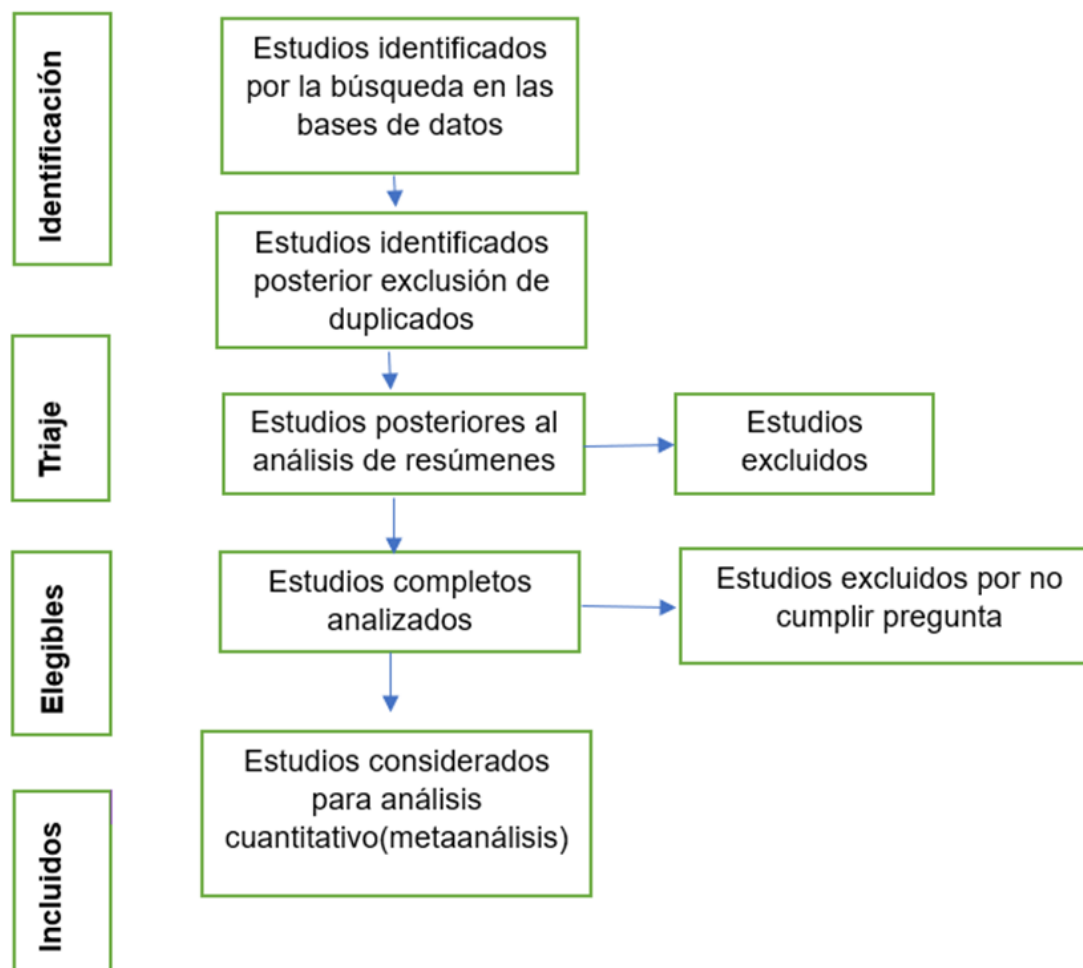
1.4 Revisión sistemática de la literatura

Una revisión sistemática de la literatura (RSL), según Pardal-Refoyo y Pardal-Peláez (2020) es un proceso riguroso y estructurado de síntesis de investigaciones relacionadas con una pregunta específica de investigación. Este método implica una búsqueda exhaustiva y predefinida de literatura, la evaluación crítica de la calidad de los estudios incluidos, y la síntesis de los resultados para ofrecer una visión comprensiva y equilibrada de la evidencia disponible. Las características distintivas incluyen la definición clara de criterios de inclusión y exclusión, el uso de procedimientos metodológicos explícitos para minimizar el sesgo, y la presentación detallada de los métodos y hallazgos. Este enfoque sistemático asegura la confiabilidad y la validez de las conclusiones, facilitando la toma de decisiones basadas en evidencia en la práctica clínica y la formulación de políticas. De hecho, este tipo de enfoque de investigación surgió en el campo de la medicina (Centro Cochrane Iberoamericano, 2012).

Este método es un tipo de investigación que busca recopilar, evaluar y sintetizar toda la evidencia disponible sobre una pregunta de investigación específica. Se caracteriza por seguir un protocolo predefinido y transparente, que incluye la identificación exhaustiva de estudios relevantes, la evaluación de su calidad metodológica y la extracción de datos pertinentes. El objetivo final de una RSL es proporcionar una síntesis imparcial y basada en evidencia de los hallazgos relevantes en un campo de estudio determinado (Tebes et al., 2020).

Un enfoque usado para este tipo de procedimiento es el método PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses*), expuesto en el 2009. Es un estándar de presentación diseñado para permitir a los autores documentar de forma transparente el motivo de su revisión sistemática, que hicieron y sus hallazgos. Durante el transcurso del tiempo, se ha realizado nuevas actualizaciones en la metodología y terminología de las revisiones sistemáticas. Por lo tanto, las nuevas pautas de publicaciones reflejan los avances en cómo se identifica, selecciona, evalúa y sintetiza los estudios, se cambió la estructura y presentación para facilitar la implementación. (Page et al., 2021). A continuación, en la figura 2, se expone un diagrama de flujo del método PRISMA.

Figura 2.
Diagrama de flujo del método PRISMA



Nota: Desarrollo propio basado en información de Moher et al. (2010)

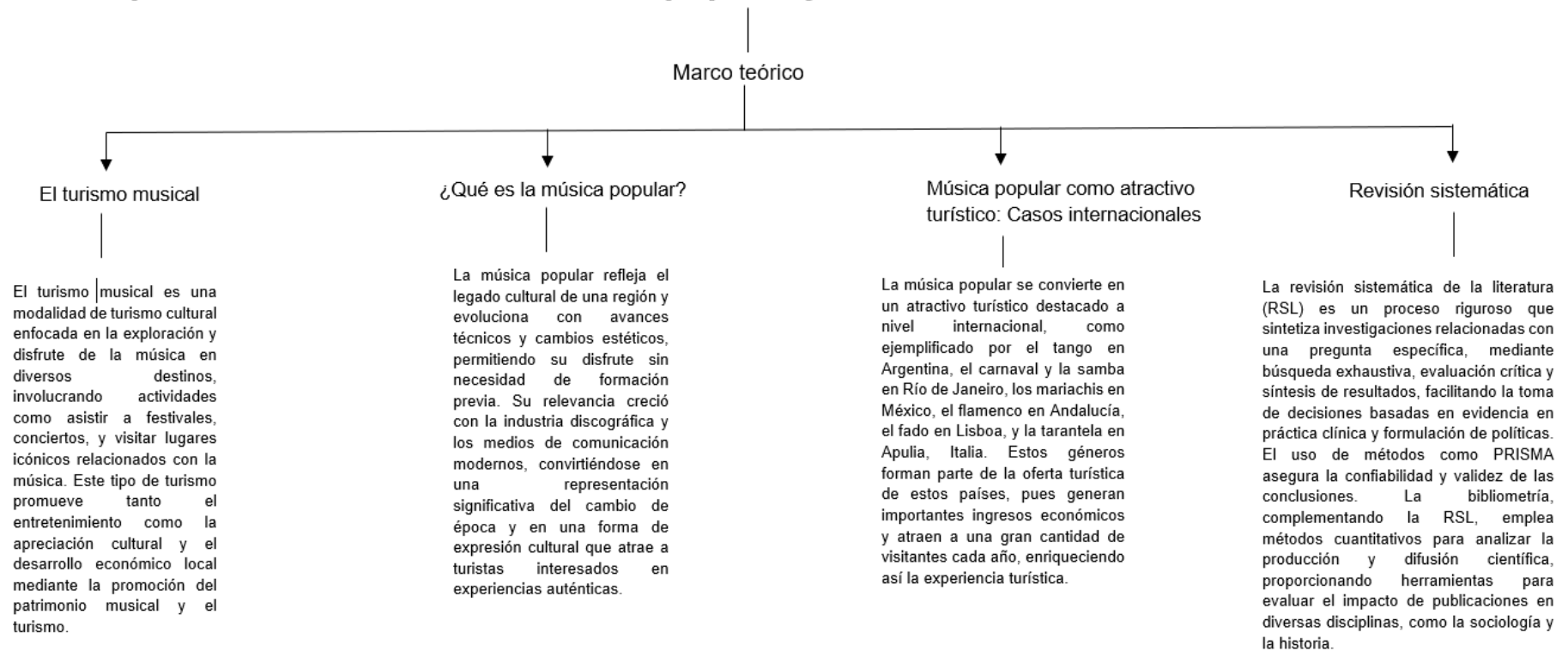
De forma complementaria, se utilizan softwares de bibliometría para analizar grandes volúmenes de datos y sus relaciones, así como para mejorar la visualización de información (Aria y Cuccurullo, 2017; Soliz y Espinoza-Figueroa, 2023). Por su parte, Sanz (2022) manifiesta que la bibliometría tuvo sus orígenes a finales del siglo XIX y fue conocida inicialmente como bibliografía estadística, teniendo como fundamento el recuento de las publicaciones. El término bibliometría fue acuñado por primera vez por Paul Otlet, en 1924, mediante su obra *Traité de Documentation*.

La bibliometría es una disciplina científica que utiliza métodos cuantitativos para analizar la literatura escrita, especialmente en el campo de la investigación. Se enfoca en medir la producción, difusión y el impacto de las publicaciones científicas a través de indicadores como el número de publicaciones, citas, coautorías, y la distribución de artículos en diferentes

campos o disciplinas. Según la bibliometría es una herramienta analítica que se ha empleado para evaluar la producción y difusión científica, vinculando históricamente no solo con la sociología sino también con disciplinas como la historia (Morales, 2017).

Figura 3.
Resumen grafico del capítulo 1

Capítulo 1. Relación entre música popular y turismo



Capítulo 2. Métricas de los recursos bibliográficos sobre la relación entre música popular y turismo

Capítulo 2. Métricas de los recursos bibliográficos sobre la relación entre música popular y turismo

2. Métricas de los recursos bibliográficos

2.1 Integridad de los metadatos bibliográficos

La figura 4, revela la integridad de los metadatos esenciales como Resumen (AB), Autor (AU), Tipo de Documento (DT), Revista (SO), Idioma (LA), Año de Publicación (PY), Título (TI) y Citas Totales (TC) es excelente, con un 0% de datos faltantes. La integridad de las Referencias Citadas (CR) es buena, con un 7.69% de datos faltantes. La integridad de la Afiliación (C1) y el DOI (DI) es aceptable, con un 11.54% y un 17.31% de datos faltantes respectivamente. La integridad de las Palabras Clave (DE) es pobre, con un 36.54% de datos faltantes. La integridad del Autor Correspondiente (RP) y las Palabras Clave Plus (ID) es crítica, con un 53.85% y un 80.77% de datos faltantes respectivamente. La integridad de las Categorías de Ciencias (WC) es completamente inexistente, con un 100% de datos faltantes.

Figura 4.

Integridad de los metadatos bibliográficos

Metadata	Description	Missing Counts	Missing %	Status
AB	Abstract	0	0.00	Excellent
AU	Author	0	0.00	Excellent
DT	Document Type	0	0.00	Excellent
SO	Journal	0	0.00	Excellent
LA	Language	0	0.00	Excellent
PY	Publication Year	0	0.00	Excellent
TI	Title	0	0.00	Excellent
TC	Total Citation	0	0.00	Excellent
CR	Cited References	4	7.69	Good
C1	Affiliation	6	11.54	Acceptable
DI	DOI	9	17.31	Acceptable
DE	Keywords	19	36.54	Poor
RP	Corresponding Author	28	53.85	Critical
ID	Keywords Plus	42	80.77	Critical
WC	Science Categories	52	100.00	Completely missing

2.2 Información general sobre los datos

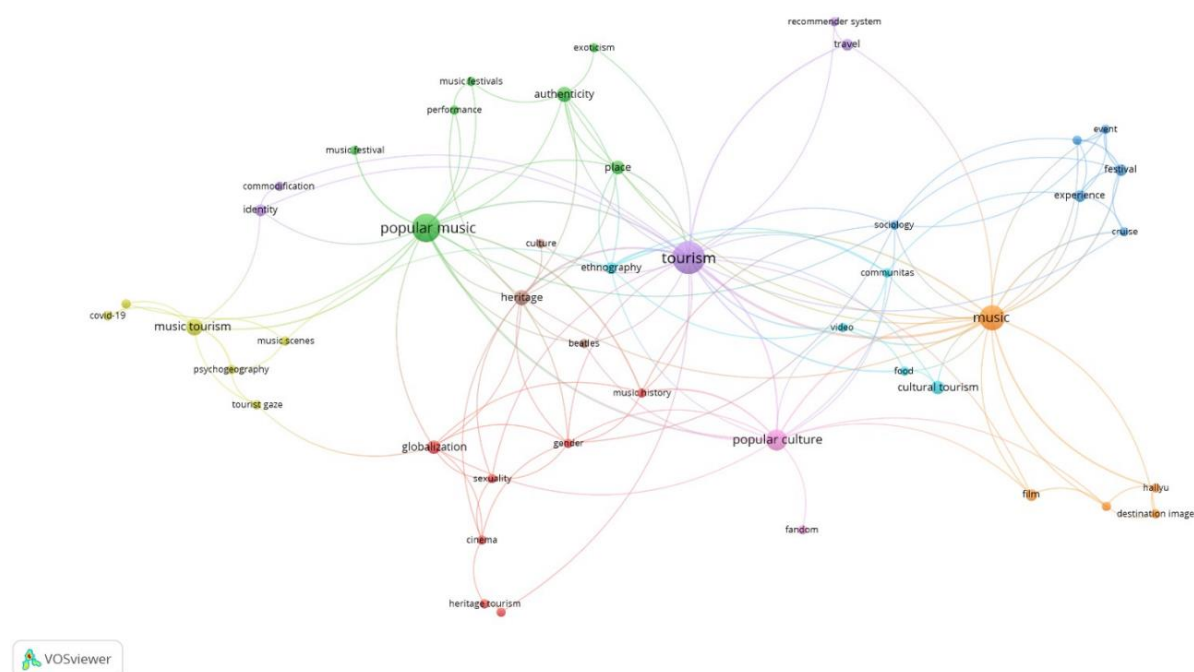
La Figura 5, revela información general sobre los datos analizados. El período de análisis abarca desde 2003 hasta 2024, habiéndose considerado un total de 43 fuentes (revistas, libros, etc.). Se han analizado 52 documentos en total. La tasa de crecimiento anual de los documentos es del 0%. La edad promedio de los documentos es de 7.44 años. Cada documento recibe, en promedio, 26.63 citas. Se han registrado un total de 3560 referencias. En cuanto al contenido de los documentos, se han identificado 56 Palabras Clave Plus (ID). Asimismo, los autores han proporcionado 165 palabras clave (DE). Se contabilizaron 85 autores diferentes, siendo 21 de los documentos de autoría única. En relación a la colaboración entre autores, 24 documentos son de un solo autor, mientras que el promedio de co-autores por documento es de 1.92. Además, el 7.692% de los documentos tienen co-autores internacionales. Finalmente, en cuanto a los tipos de documentos, se tienen 27 artículos de revista, 11 libros completos, 13 capítulos de libros y 1 revisión.

Figura 5.
Información general sobre los datos

Descripción	Resultados
INFORMACIÓN PRINCIPAL SOBRE LOS DATOS	
Intervalo de tiempo	2003:2024
Fuentes (revistas, libros, etc.)	43
Documentos	52
Tasa de crecimiento anual %	0
Edad media del documento	7.44
Promedio de citas por doc	26.63
Referencias	3560
CONTENIDO DEL DOCUMENTO	
Palabras clave Plus (ID)	56
Palabras clave del autor (DE)	165
AUTORES	
Autores	85
Autores de documentos de un solo autor	21
COLABORACIÓN DE LOS AUTORES	
Documentos de un solo autor	24
Coautores por doc	1.92
Coautorías internacionales %	7.692
TIPOS DE DOCUMENTOS	
Artículo	27
Libro	11

La visualización de redes proporcionada por VOSviewer ofrece una perspectiva multidimensional sobre los temas interconectados dentro de los dominios de la música popular y el turismo. Al examinar los clústeres y la intensidad de las conexiones, como se indica por el grosor de las líneas y el tamaño de los nodos; así se puede entender la fuerza y frecuencia de estas relaciones (Figura 6).

Figura 6.
Red de concurrencia de palabras clave a partir de la base de datos Scopus



El Clúster 1 (color rojo), abarca temas que se alinean con los aspectos culturales e identitarios de la música en el contexto del turismo. La intersección del cine, el género y la sexualidad con la historia de la música y el branding nacional sugiere una exploración de cómo la música sirve como embajadora cultural, influyendo en las percepciones y encarnando la herencia dentro del relato turístico.

El Clúster 2 (color verde), destaca los elementos de los festivales de música, donde la autenticidad y el exotismo juegan roles críticos. El énfasis aquí está en los aspectos performativos y de localización de los festivales de música como impulsores significativos de las actividades turísticas, donde se buscan experiencias auténticas y el atractivo exótico puede ser comercializado.

Los Clusters 3 y 4 (colores azul y amarillo), parecen relacionarse con las facetas operativas y de impacto del turismo musical, particularmente en el contexto del COVID-19. Esto refleja una investigación sobre las estrategias adaptativas dentro del sector del turismo musical en respuesta a las disrupciones globales, así como la exploración de la herencia musical y las escenas como recursos para el desarrollo turístico sostenible.

El Clúster 5 (color violeta), profundiza en la mercantilización y la sistematización de la música dentro del turismo, con el 'sistema de recomendación' sugiriendo un aspecto tecnológico, probablemente el uso de algoritmos para personalizar y mejorar la experiencia turística a través de la música.

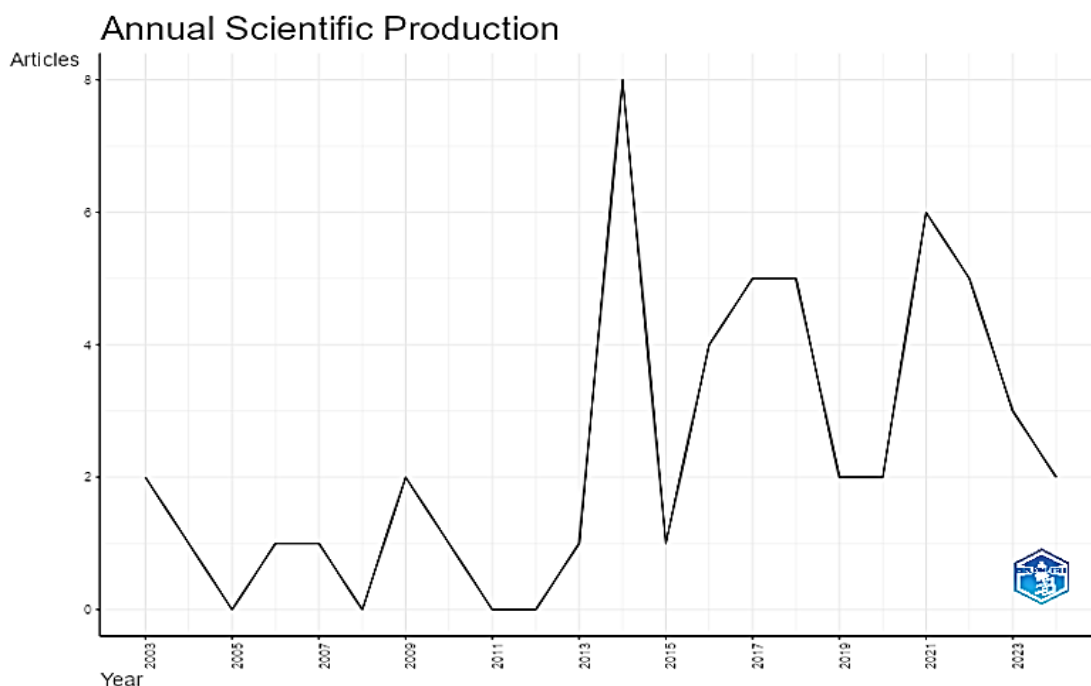
Los Clústeres 6 al 9 (color celeste, tomate, café y rosado), introducen conceptos como *communitas* y *hallyu* (la ola coreana), que señalan los efectos de difusión comunitaria y transcultural de la música popular en el turismo. Estos clústeres elaboran aún más el papel de la música como medio para los intercambios culturales y como piedra angular para los mercados turísticos de nicho, como aquellos impulsados por la popularidad global de fenómenos musicales específicos como los Beatles o la música pop coreana.

La centralidad de los nodos música popular y turismo indica su influencia general en los clústeres. El fuerte vínculo entre estos nodos subraya la capacidad de la música popular para actuar como un imán para los turistas, ofreciendo simultáneamente una plataforma para el intercambio cultural y una oportunidad económica. Además, la frecuencia de la ocurrencia de estos términos en la investigación o discusiones ilumina su papel central en los diálogos académicos y de la industria.

2.4 Producción científica sobre música y turismo

La figura 7, presenta una producción científica de artículos que abarca un período desde 2003 hasta 2024, con fluctuaciones en la cantidad de publicaciones por año. Se observa una mayor producción en 2014, con un total de 8 artículos, seguido de un promedio relativamente estable de alrededor de 4 a 6 artículos por año en los últimos años. Los años con menor número de publicaciones son 2005, 2008, 2011 y 2012, en los cuales no se encontraron artículos relacionados con la búsqueda realizada.

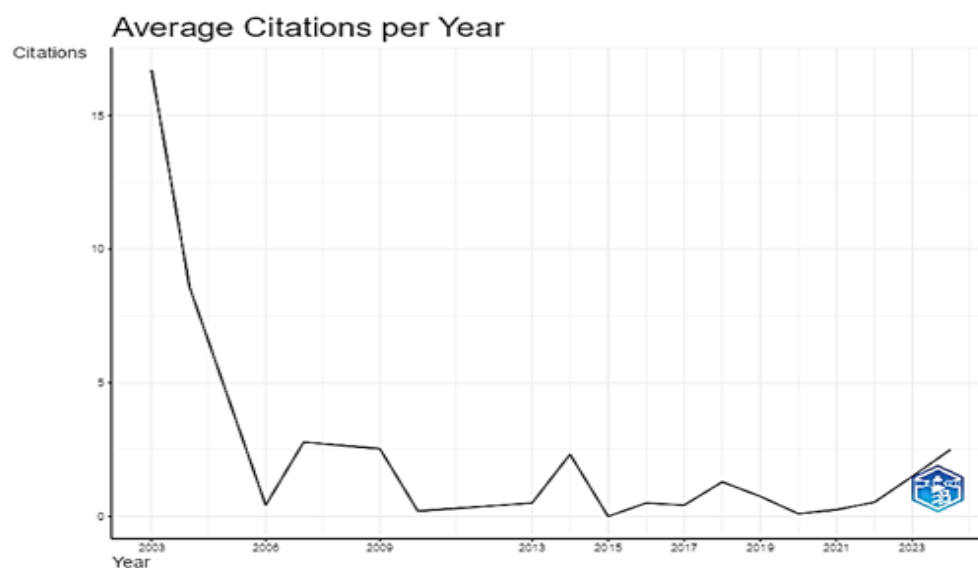
Figura 7.
Producción científica sobre música popular y turismo (2003-2024)



2.5 Promedio de citaciones por año

La figura 8, presenta el promedio de citas por año. El análisis de los datos revela una variación considerable en el número medio de citas por artículo a lo largo de los años, con valores que oscilan desde 0 hasta 367,5. Además, se observa que el número de artículos publicados (N) por año también varía, con picos en algunos años como 2014, donde se encontraron 8 artículos. Sin embargo, al calcular el número medio de citas por año se puede apreciar una perspectiva diferente, mostrando cómo el impacto de las publicaciones varía a lo largo del tiempo. Por ejemplo, aunque 2014 tuvo la mayor cantidad de artículos publicados, el promedio de citas por año es relativamente bajo en comparación con otros años, indicando que las publicaciones de otros años tuvieron un mayor impacto. Además, el número de años citables proporciona información sobre la longevidad y relevancia continua de las publicaciones a lo largo del tiempo.

Figura 8.
Promedio de citaciones por año (2003-2024)



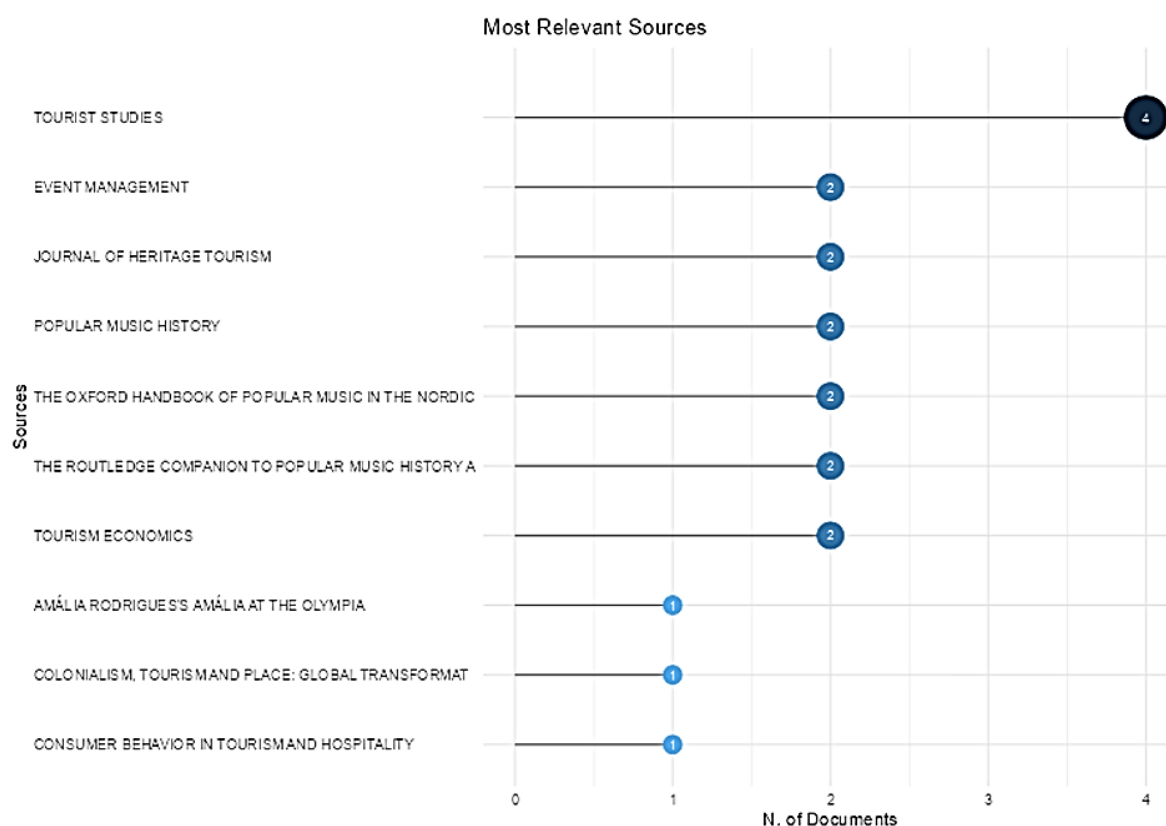
Año	Promedio de citas por artículo	N	Promedio de citas por año	Años citables
2003	367,5	2	16,7	22
2004	180	1	8,57	21
2006	8	1	0,42	19
2007	50	1	2,78	18
2009	40,5	2	2,53	16
2010	3	1	0,2	15
2013	6	1	0,5	12
2014	25,5	8	2,32	11
2015	0	1	0	10
2016	4,5	4	0,5	9
2017	3,4	5	0,42	8
2018	9	5	1,29	7
2019	4,5	2	0,75	6
2020	0,5	2	0,1	5
2021	1	6	0,25	4
2022	1,6	5	0,53	3
2023	3	3	1,5	2
2024	2,5	2	2,5	1

2.6 Producción de artículos por revistas científicas

La figura 9, evidencia las revistas científicas en donde se publican con mayor frecuencia artículos con la temática sobre música y turismo. De hecho, la principal revista científica en la que se ha publicado es estudios turísticos (*Tourist Studies*) del Reino Unido (H Index: 57, Q2, SJR 0.92) con un total de 4 artículos. Asimismo, se destaca un mayor enfoque en áreas como la gestión de eventos (*Event Management*) de Estados Unidos (H Index: 41, Q3, SRJ 0.34), revista de turismo patrimonial (*Journal of Heritage Tourism*) de Reino Unido (H Index: 47, Q2, SRJ 0.83), la historia de la música popular (*Popular History Music*) de Reino Unido

(H Index: 3, Q4, SRJ 0.10) y economía del turismo (*Tourism Economics*) de Estados Unidos (H Index: 73, Q1, SRJ 1.25) con 2 artículos cada uno. Además, se identifican dos publicaciones específicas que abordan la música popular en los países nórdicos, tanto en el *Handbook Oxford* como *Routledge*. Esta distribución refleja la atención y el interés variados dentro de los campos del turismo y la música, con otros temas representados por un único artículo cada uno. Este análisis subraya la riqueza de temas tratados en los artículos y sugiere posibles áreas de enfoque para investigaciones futuras en estos campos.

Figura 9.
Producción de artículos por revistas científicas



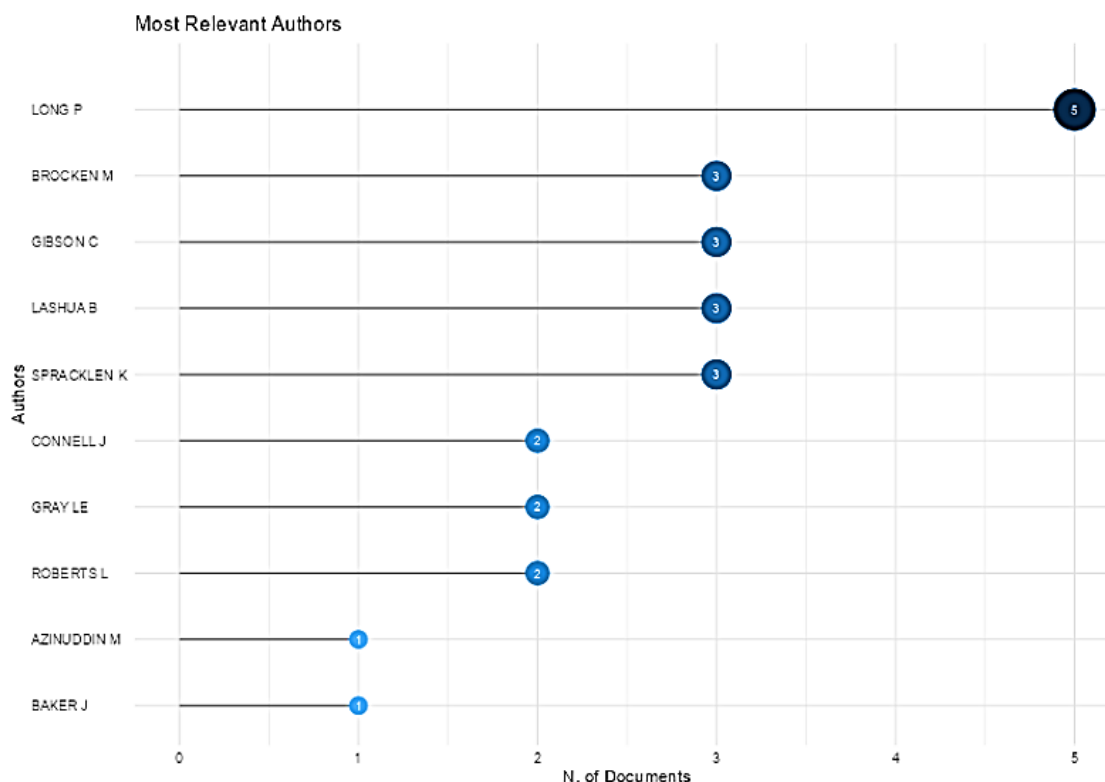
2.7 Contribución de autores

La figura 10, presenta una lista de autores junto con el número de artículos que han contribuido y la métrica de 'Artículos Fraccionalizados'. Esta métrica se utiliza para representar la fracción del crédito de autoría que se atribuye a cada autor en caso de colaboraciones. Al observar la tabla, se puede notar una variación considerable en el número de artículos entre los autores, con algunos autores contribuyendo a varios artículos (por ejemplo, Long, P. (2014) con 5 artículos) y otros contribuyendo solo a uno. Además, la métrica de artículos fraccionalizados indica cómo se distribuye el crédito de autoría en caso de

colaboraciones. Por ejemplo, un valor de 1 indica que el autor es el único responsable del artículo, mientras que valores menores que 1 indican contribuciones fraccionadas

Figura 10.

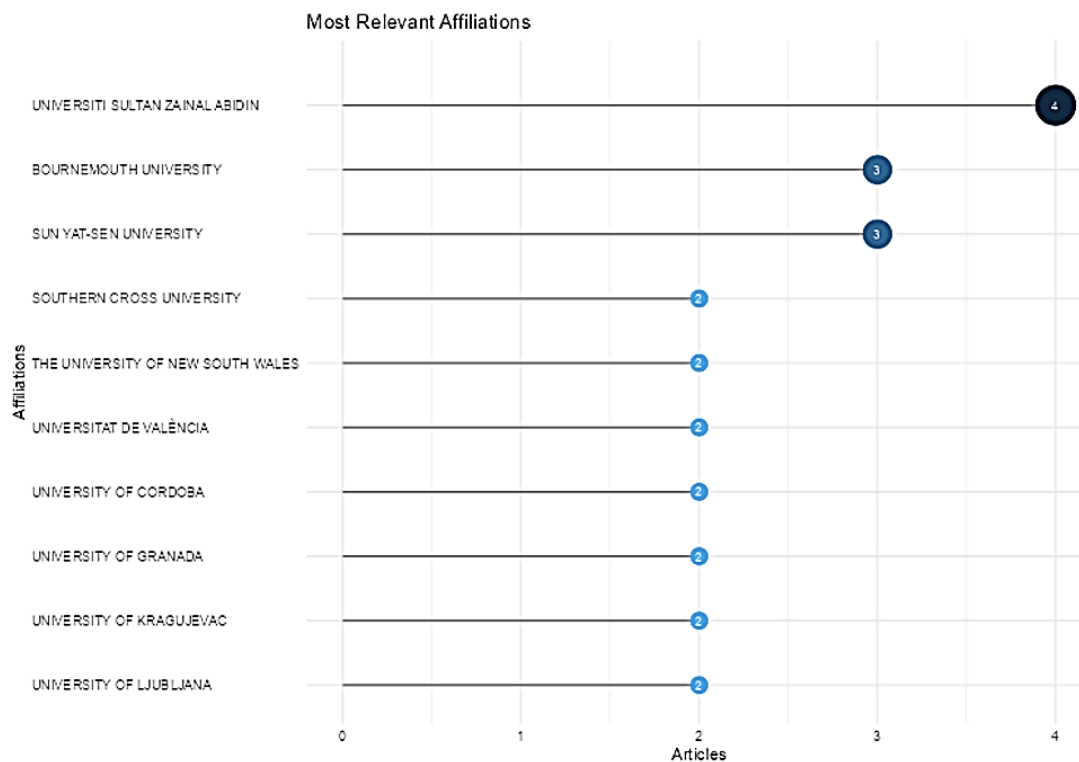
Contribución de autores



2.8 Tipo de afiliación autores

La figura 11, muestra una variedad de instituciones académicas representadas, cada una con un número diferente de artículos asociados. Algunas instituciones, como la Universidad de Granada, la Universidad de Valencia y la Universidad Sultán Zainal Abidin, tienen múltiples artículos asociados, lo que sugiere una actividad investigadora más exhaustiva sobre la temática música y turismo. Por otro lado, hay muchas instituciones con solo un artículo asociado, lo que podría indicar una contribución más puntual o menos frecuente sobre la temática música y turismo. Este análisis refleja la diversidad de contribuciones de diferentes instituciones académicas sobre la temática música y turismo.

Figura 11.
Tipo de afiliación autores

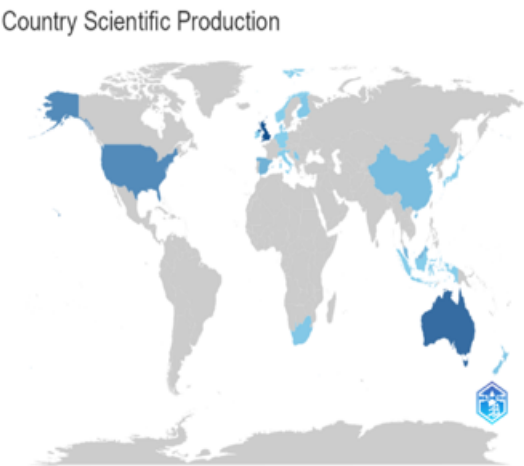


2.9 Artículos por países

En la figura 12, se observa que el Reino Unido tiene la mayor frecuencia de aparición en los artículos revisados, seguido de Australia y Estados Unidos. Esto sugiere que estas regiones tienen una fuerte presencia en la investigación sobre el tema en cuestión. Por otro lado, hay varias regiones con una frecuencia de aparición más baja, con solo una o dos contribuciones, lo que indica una menor representación en el conjunto de artículos revisados. Esta distribución puede reflejar la distribución geográfica de la investigación sobre música y turismo

Figura 12.
Artículos por países (2003-2024)

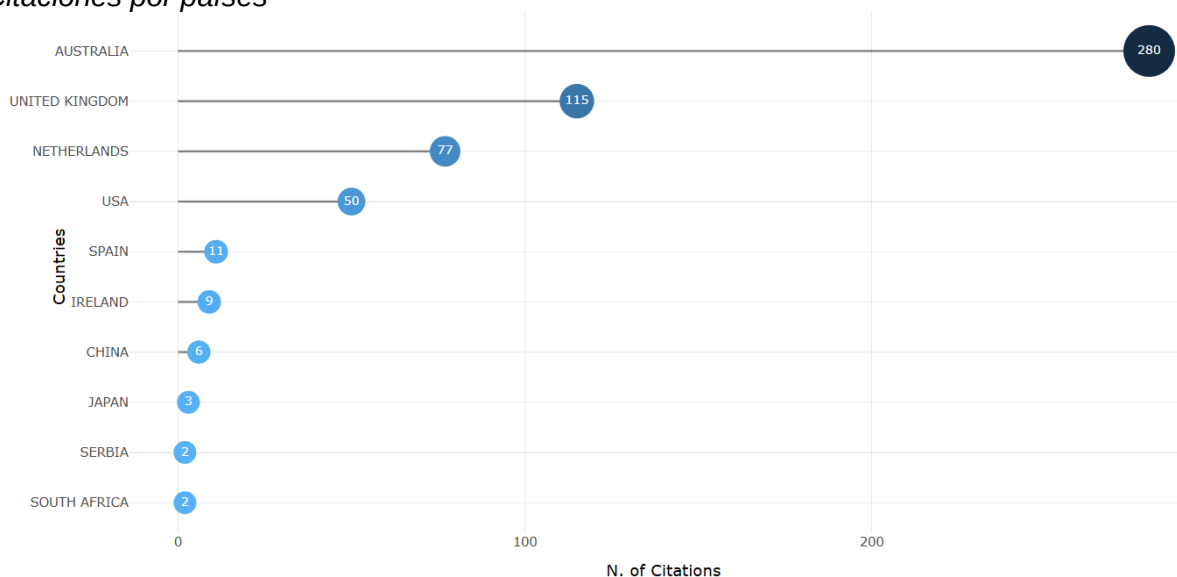
Región	Frecuencia
Reino Unido	25
Australia	19
Estados Unidos	13
España	6
Malasia	5
China	4
Dinamarca	2
Finlandia	2
Países Bajos	2
Nueva Zelanda	2
Serbia	2
Eslovenia	2
Sudáfrica	2
Alemania	1
Indonesia	1
Irlanda	1
Italia	1
Japón	1
Noruega	1



2.10 Citaciones por países

La figura 13, revela el número de citaciones por países donde se destacan ciertos países por su prominente producción científica. Australia lidera con un total de 280 citas, lo cual representa una contribución sobresaliente a la literatura existente. Reino Unido con un total de 115 citas. Los Países Bajos alcanzan 77 citas, seguidos de cerca por Estados Unidos, con 60 citas. Por otro lado, España e Irlanda presentan una contribución relativamente limitada, con 13 y 9 citas respectivamente. Asimismo, China y Japón revelan una presencia muy baja con 3 citas cada uno. Finalmente, Serbia y Sudáfrica evidencian la menor cantidad de citas, con 2 cada uno. Esta distribución de citas sugiere que la investigación en el área de estudio se concentra predominantemente en los países de habla inglesa, como Australia, el Reino Unido y Estados Unidos, así como en algunos países europeos como los Países Bajos y España. Por el contrario, los países asiáticos y africanos representados en estos datos muestran una contribución relativamente baja en términos de citas.

Figura 13.
Citaciones por países



2.11 Nube de palabras de términos recurrentes en Scopus

En la figura 14, al analizar los términos más frecuentes, se observa que ‘música’, ‘atracción turística’ y ‘destino turístico’ son los términos más comunes en los artículos revisados. Esto sugiere que la relación entre la música y el turismo, así como la atracción de turistas a destinos específicos, son temas importantes en la investigación revisada. Otros términos frecuentes incluyen ‘turismo patrimonial’, ‘percepción’, ‘desarrollo turístico’ y ‘economía del turismo’, lo que indica una diversidad de temas relacionados con el turismo abordados en los artículos. Por otro lado, hay términos menos frecuentes que pueden representar áreas específicas de investigación o enfoques menos comunes en el campo del turismo y la música.

Figura 14.
Nube de palabras de términos recurrentes en Scopus



2.12 Clústers de colaboración entre autores

En la figura 15, se observan los clústers de las redes de colaboración en la producción científica sobre turismo a nivel mundial revelan la existencia de 10 clústeres interconectados. Estos clústeres representan diversos grupos de investigación que colaboran entre sí, por ejemplo, el clúster azul muestra la colaboración de autores como Gibson, Connell y Davidson. Asimismo, el cluster verde la colaboración entre Lashua b. y Long p autores que investigan y escriben sobre la temática música y turismo. Dicha colaboración se produce a través de programas de doctorado o el desarrollo conjunto de proyectos.

Figura 15.
Clústers de colaboración entre autores

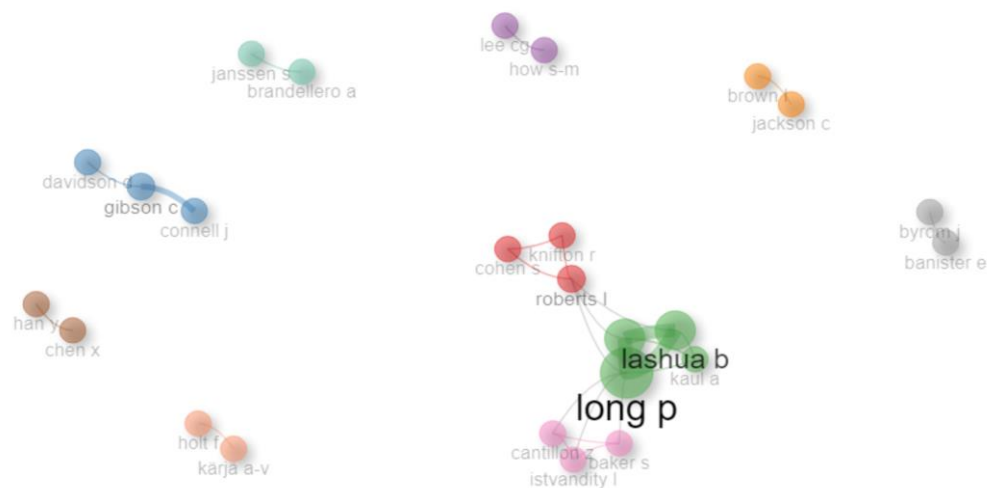
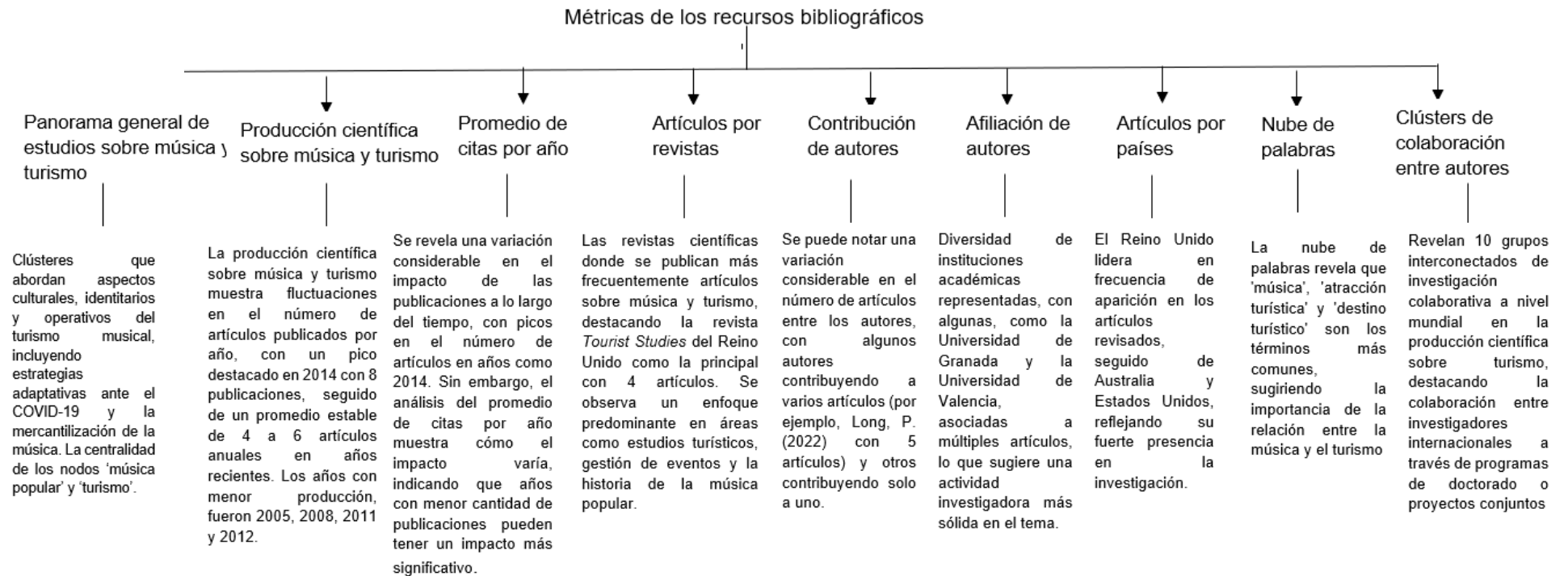


Figura 16.
Resumen grafico del capítulo 2

Capítulo 2. Métricas de los recursos bibliográficos sobre la relación entre música popular y turismo



Capítulo 3. Tendencias de la literatura sobre la relación entre música popular y turismo

Capítulo 3. Tendencias de la literatura sobre la relación entre música popular y turismo

3. Tendencias de la literatura sobre turismo y música popular

3.1 Relación entre los autores, palabras clave y los países sobre la música popular y el turismo.

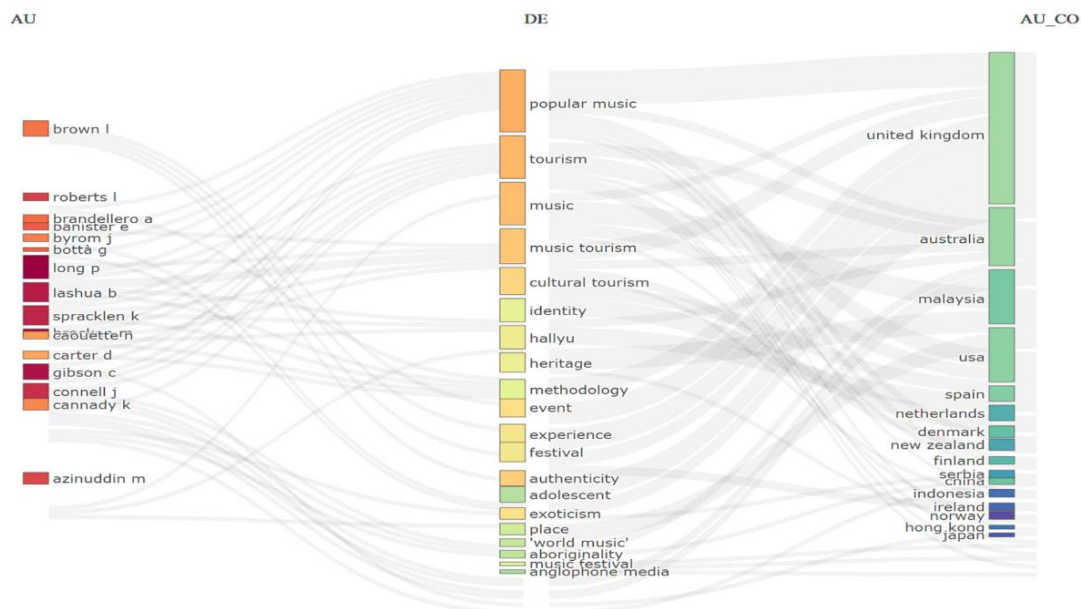
La figura 17, presenta un gráfico de tres campos que analiza la relación entre los autores (AU), las palabras clave (DE) y los países (AU_CO) en el contexto de la investigación sobre la música popular y el turismo.

Los autores listados en el primer campo son fundamentales en la literatura sobre música popular y turismo. Por ejemplo, autores como 'Brown L', 'Roberts L', 'Connell J' y 'Gibson C' están destacados, lo cual sugiere que tienen una contribución significativa en esta área de investigación. El segundo campo muestra las palabras clave asociadas con los trabajos de los autores. Las palabras clave 'música popular' y 'turismo' son las más recurrentes, lo que confirma que la intersección entre estos dos temas es un área de interés clave. Otras palabras clave importantes incluyen 'turismo musical' y 'turismo cultural' lo que sugiere que los estudios no solo se centran en la música y el turismo de manera aislada, sino también en cómo la música influye en la identidad cultural y la experiencia turística.

También, se muestran las conexiones entre los autores, las palabras clave y los países. Por ejemplo, autores como 'Brown L' y 'Roberts L' tienen conexiones fuertes con las palabras clave 'música popular' y 'turismo', y estos términos a su vez están asociados con el Reino Unido y Australia. Asimismo, se muestran palabras clave como música popular, turismo musical, festivales y eventos que tienen conexiones muy fuertes con Reino Unido y Australia. Esto indica que los autores de estos países tienen un interés significativo y contribuyen con investigaciones sobre en estos campos de la música popular y el turismo.

Figura 17.

Relación entre los autores, palabras clave y los países sobre la música popular y el turismo.

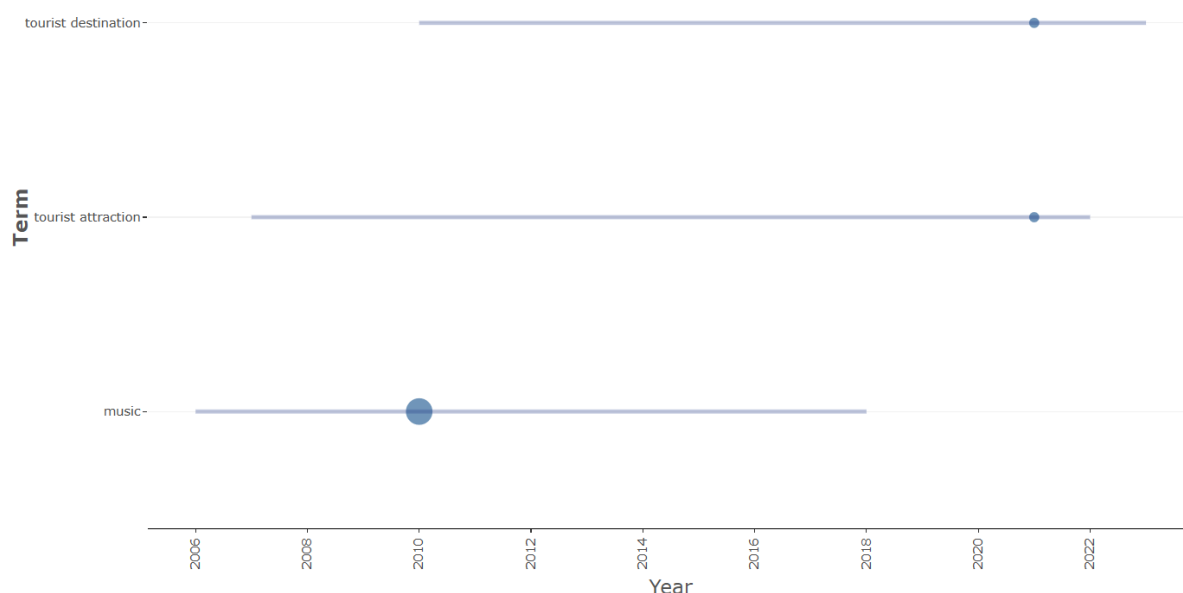


3.2 Tendencias de investigación sobre la relación entre música popular y turismo

La figura 18, muestra las tendencias de investigación sobre la relación entre música popular. se puede observar una evolución en la relación entre los términos 'música', 'atracción turística' y 'destino turístico' a lo largo del tiempo. En los primeros años representados, alrededor de 2005-2007, el término 'música' parece estar desconectado de los otros dos términos, lo que sugiere que las investigaciones se centraban principalmente en la música como un campo de estudio independiente. Sin embargo, desde aproximadamente 2007, el término 'atracción turística' comienza a aparecer y se acerca gradualmente al término 'música'. Esto indica que las investigaciones empezaron a explorar la conexión entre la música y su potencial como atracción turística. Posteriormente, alrededor de 2010-2018, el término 'destino turístico' también emerge y se aproxima a los otros dos términos. Esto sugiere que las investigaciones han evolucionado para examinar cómo la música y las atracciones turísticas relacionadas con ella pueden contribuir al desarrollo de destinos turísticos.

Figura 18.

Tendencias de investigación sobre la relación entre música popular y turismo



3.3 Principales tendencias sobre tópicos de investigación

La figura 19, muestra un gráfico de mapa temático que permite analizar los clústeres temáticos dentro del campo de la relación entre música popular y turismo. Con respecto a los temas motores, no se observan clústeres, lo cual sugiere que actualmente no hay temas que sean altamente desarrollados y relevantes dentro del campo de la relación entre música popular y turismo, lo cual podría indicar un área potencial para futuras investigaciones. Aunque también aquello exhibe cierta debilidad sobre este tópico de investigaciones.

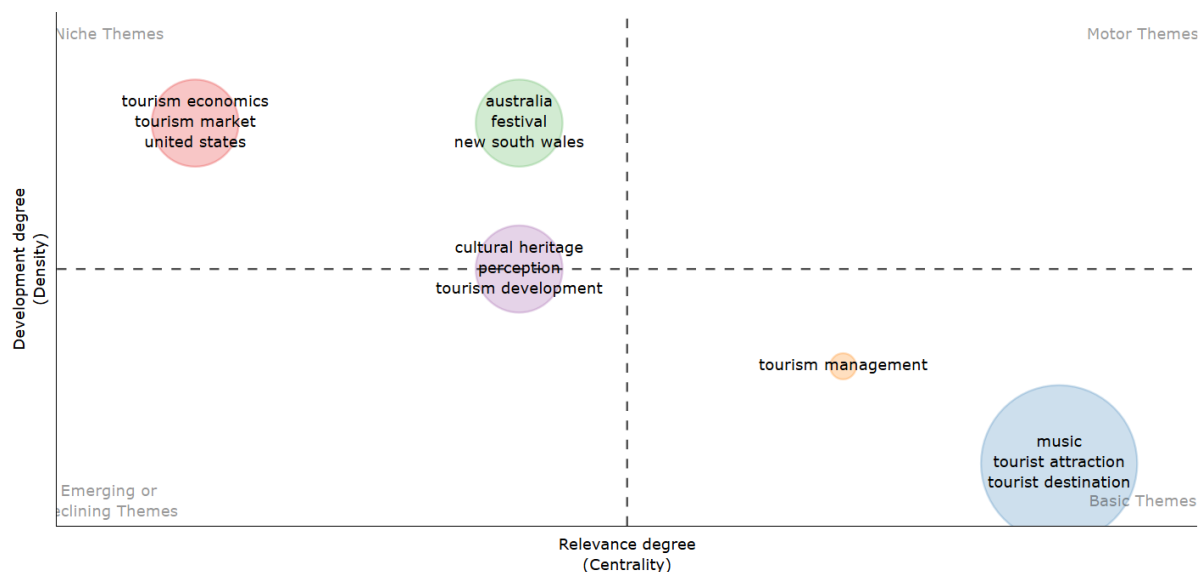
En lo que se refiere a los temas de nicho, economía del turismo y mercado turístico en Estados Unidos, la relación entre la economía del turismo y la música popular puede estar bien documentada en estudios específicos. La fenomenología, aplicada al estudio de la experiencia vivida de los asistentes, ofrece una perspectiva profunda y holística que captura la esencia de lo que estos eventos representan para los individuos, los cuales analizan los impactos económicos de festivales y eventos musicales en regiones como los Estados Unidos. Jackson et al. (2018), presenta un área de estudio que revela tanto el impacto económico como las dinámicas culturales en juego. Los festivales de música como *Summerfest* (uno de los festivales más antiguos del mundo) en Milwaukee que no solamente atraen a millones de asistentes, sino que también generan significativos ingresos para las

economías locales mediante el turismo en el país. En efecto, la relación entre música popular y turismo probablemente pone en relevancia el aspecto de la oferta y la demanda por los festivales. Los documentos sobre Australia aparecen como relevantes en esta sección debido a la cantidad de estudios en ese país, pero especialmente por la cantidad de estudios que citan a los australianos. Eventualmente parece que en los países anglosajones hay mucho interés en esta temática.

Por su parte, en los temas emergentes o en declive, la herencia cultural musical y cómo se percibe su desarrollo turístico son áreas que están comenzando a recibir atención. Esto incluye cómo los destinos utilizan su patrimonio musical para atraer turistas, y cómo los turistas perciben estos esfuerzos. Asimismo, el desarrollo del turismo incluye estudios sobre la evolución de destinos turísticos que capitalizan su herencia musical, pero aún es un área emergente que necesita más investigación. Dentro de los resultados se pueden destacar autores como Brocken (2016), el cual examina cómo la herencia musical y cultural de los Beatles ha influido en el turismo y la economía de Liverpool.

Con lo que respecta a los temas básicos, como la gestión del turismo, involucra la planificación y gestión de recursos turísticos relacionados con la música popular, como la organización de festivales y la promoción de destinos musicales. Dentro de los resultados se pueden destacar autores como Gelder et al. (2019) quien evalúa las motivaciones de los asistentes a diferentes festivales de música en el Reino Unido y su influencia en la satisfacción y toma de decisiones.

Figura 19.
Principales tendencias sobre tópicos de investigación



3.4 Análisis detallado de la producción científica sobre la relación entre música popular y turismo

El objetivo principal de este trabajo fue investigar la relación de la música popular y el turismo, dentro de los resultados se pueden destacar autores como Brocken (2016), el cual examina cómo la herencia musical y cultural de los Beatles ha influido en el turismo y la economía de Liverpool. La ciudad ha tenido que adaptarse a lo largo de medio siglo para aceptar y capitalizar el legado de la banda, que no siempre fue bien visto por las autoridades locales debido a las asociaciones con imágenes de sexo y drogas. Sin embargo, en la actualidad, el turismo relacionado con los Beatles se ha convertido en una importante fuente de empleo y ha redefinido la identidad cultural y económica de Liverpool. Este proceso ha involucrado tanto el turismo popular como el tradicional, contribuyendo a la revitalización económica de la ciudad.

Así también, Connell y Gibson (2003), y Montoro-Pons y Cuadrado-García (2021), argumentan que el lugar no es simplemente un espacio físico, sino también una construcción social y cultural. La música popular puede ayudar a crear una sensación de lugar al evocar imágenes y sonidos asociados con un lugar en particular. Por ejemplo, la música country a menudo se asocia con el oeste rural de los Estados Unidos, mientras que la música reggae se asocia con Jamaica. Además, mencionan que los destinos turísticos a menudo emplean la música popular en sus campañas de marketing para crear una imagen atractiva del lugar y atraer a los visitantes. Los eventos musicales y festivales también pueden ser poderosos impulsores del turismo.

La intersección entre la música popular y el turismo, ejemplificada a través de los festivales de música, por ejemplo, Jackson et al. (2018), presenta un área de estudio que revela tanto el impacto económico como las dinámicas culturales en juego. Los festivales de música como *Summerfest* en Milwaukee y *Donauinselfest* en Viena no solo atraen a millones de asistentes, sino que también generan significativos ingresos para las economías locales mediante el turismo. La fenomenología, aplicada al estudio de la experiencia vivida de los asistentes, ofrece una perspectiva profunda y holística que captura la esencia de lo que estos eventos representan para los individuos. A través de la identificación de elementos invariantes en la experiencia de los festivaleros, se logra una comprensión más generalizada y precisa de estos fenómenos culturales. Esta comprensión es crucial no solo para los académicos, sino también para los organizadores y responsables de políticas turísticas, quienes pueden utilizar

estos conocimientos para mejorar la experiencia del visitante y optimizar los beneficios económicos y sociales derivados de tales eventos.

De igual manera, Skandalis et al. (2024), hace referencia que los festivales no solo son eventos culturales, sino también destinos turísticos que atraen a personas de todo el mundo. Los autores exploran la experiencia de los asistentes a través de un enfoque etnográfico, centrándose en la ansiedad experimentada al moverse entre diferentes escenarios para ver a las bandas actuar. Esta ansiedad se interpreta como una manifestación de la experiencia encarnada de la alienación, donde los asistentes se sienten absorbidos por la rutina musical del festival. Además, se destaca la búsqueda de placeres estéticos continuos a lo largo del festival, lo que sugiere que la autenticidad se realiza incluso en medio de la interacción con las estructuras cotidianas del evento. Este enfoque etnográfico revela cómo la autenticidad espacial se logra a través de la interacción con las características mundanas del festival, proporcionando una comprensión más profunda de la naturaleza cotidiana de los destinos turísticos y las experiencias extraordinarias en el contexto de los festivales de música popular.

Autores como Rickly-Boyd (2012), subrayan cómo el turismo puede servir como un medio para restablecer conexiones sociales en un mundo cada vez más alienado. Además, se hace referencia a teorizaciones de la experiencia turística fundamentadas en la distinción entre turismo y vida cotidiana (Uriely, 2005). Así como en las dicotomías de estructura/antiestructura y ordinaria/extraordinaria para comprender la naturaleza escapista de los festivales. Asimismo, se discute cómo los festivales de música adquieren un estatus extraordinario para los asistentes, transportándolos a un universo paralelo desconectado del presente lo que resulta en experiencias hedónicas, transformadoras y memorables (Goulding y Saren, 2016).

Investigadores como Xie et al. (2007), destaca cómo el turismo Hip-Hop no solo implica la visita a lugares emblemáticos asociados con este género musical, sino que también abarca experiencias que van desde la exploración de la historia y los orígenes del Hip-Hop hasta la participación en eventos y festivales relacionados. Esto demuestra cómo el turismo se convierte en una forma de inmersión cultural, donde los turistas buscan no solo consumir la música, sino también comprender su contexto cultural más amplio. Por otro lado, Baker et al., (2022), a intersección entre la música popular y el turismo, centrándose en las instituciones de música popular DIY (Do It Yourself). Estas instituciones, aunque inicialmente no tenían como objetivo convertirse en destinos turísticos, se han encontrado envueltas en expectativas turísticas a medida que han sido reconocidas y visitadas por un público más amplio. La noción

de valor cultural es clave en este análisis, ya que se reconoce que está moldeada por relaciones de poder y se convierte en un sitio para luchas sobre el significado y el reconocimiento. Esto sugiere que la forma en que se valora y se legitima la música popular en el turismo está influenciada por las dinámicas de poder predominantes en la sociedad.

Fitzgerald y Reis (2016), menciona sobre la música popular y el turismo en la isla de Fernando de Noronha se entrelazan de manera compleja. Inicialmente, muchos residentes adoptan la música del continente, lo que refleja una falta de identidad musical propia en la isla. El turismo influye en la escena musical al dictar las demandas de los turistas, limitando la creatividad de los músicos locales. A pesar de esto, el género local de *maracatu* ha logrado mantenerse en la isla debido al interés de los turistas y a eventos culturales patrocinados por la industria turística. Además, un proyecto gubernamental-comunitario ha promovido la difusión musical local a través de un CD compilatorio. Este proyecto proporcionó a los músicos una oportunidad para expresarse creativamente y ser reconocidos como artistas en lugar de meros entretenedores turísticos.

De acuerdo con Brandellero y Janssen (2014), las instituciones públicas de patrimonio desempeñan un papel importante en la preservación y exhibición del material cultural de la música popular, a través de museos y archivos. Sin embargo, las colecciones permanentes tienden a enfocarse en la música 'seria' y contemporánea, dejando de lado la música popular. A pesar de ello, existen ejemplos de colecciones de música popular en museos públicos, aunque con resultados mixtos. Además de las instituciones públicas, existen numerosas iniciativas privadas para la preservación y promoción del patrimonio musical popular. Estas iniciativas, iniciadas por individuos comprometidos con la música, han evolucionado para abarcar la preservación, el cabildeo político y la investigación.

En conjunto, estos estudios ofrecen una visión holística de la relación dinámica entre la música popular, el turismo y el patrimonio cultural, subrayando la importancia de comprender estas interacciones para optimizar los beneficios económicos, sociales y culturales derivados de la música popular y su relación con el turismo.

A nivel metodológico, el análisis cualitativo es el enfoque predominante en la mayoría de los estudios revisados, reflejando su eficacia para explorar y comprender las dinámicas culturales y sociales del turismo musical. Autores como Brocken (2016), Connell y Gibson (2003), y Lashua (2018), han utilizado esta metodología para profundizar en cómo el legado musical en las identidades urbanas y turísticas. Esta metodología permite una exploración rica y

detallada de las percepciones, experiencias y significados atribuidos a los fenómenos musicales, ofreciendo una visión integral de los contextos en los que se desarrollan.

Diversos estudios se han centrado en los desafíos y oportunidades en la gestión del turismo musical. Brocken (2016), examina cómo Liverpool ha transformado el legado de los Beatles en una industria turística que redefine la ciudad simbólicamente, mientras que Kaul et al. (2014), analizan los conflictos entre músicos tradicionales y autoridades turísticas en los Acantilados de Moher, Irlanda. Estos estudios subrayan la importancia de una gestión adecuada que equilibre la autenticidad cultural con las demandas turísticas, destacando la necesidad de estrategias que promocionen la música como herramienta de marketing (Kay, 2006), y que comprendan tanto el legado musical como la participación de músicos contemporáneos (Long et al., 2014).

La metodología etnográfica ha sido empleada por autores como Gray (2018), y Skandalis et al. (2024), para examinar las prácticas culturales y las experiencias musicales en contextos urbanos y turísticos. Gray (2018), se centra en la escena del fado en Lisboa, explorando cómo las prácticas de creación y recepción de música amateur están siendo transformadas por la creciente industria turística global. Por otro lado, Skandalis et al. (2024), utilizan esta metodología para investigar las interrelaciones entre autenticidad, experiencias extraordinarias y la vida cotidiana en el festival Primavera Sound. La etnografía proporciona una comprensión profunda y contextualizada de cómo los entornos musicales y las experiencias de los participantes se moldean y evolucionan en respuesta a las influencias externas.

El método fenomenológico descriptivo, empleado por Jackson et al. (2018), ofrece una perspectiva detallada y profunda sobre las experiencias de hospitalidad, turismo y eventos musicales. Este enfoque se centra en comprender las vivencias subjetivas de los individuos, proporcionando insights valiosos sobre cómo los festivales de música pueden ser percibidos y experimentados por los asistentes. En su estudio sobre un festival de música, Jackson y sus colegas destacan la subutilización y los malentendidos sobre este método en la investigación del turismo musical, proponiendo que la fenomenología descriptiva puede ofrecer una comprensión más rica y matizada de estas experiencias, crucial para mejorar la gestión y promoción de eventos musicales. Finalmente, en la tabla 3, se puede constatar la literatura revisada de forma sistemática.

Tabla 3.
Artículos analizados

ID	Autor	Año	Problema	Hallazgo Principal	Categoría de estudio	Metodología	Objetivo
1	Brocken M.	2016	El problema del estudio es la compleja y a veces problemática relación de Liverpool con el legado musical y cultural de los Beatles, y la estrategia consiste en reinterpretar y reconfigurar este legado para promover el turismo en la ciudad.	Los resultados revelaron que la herencia musical de los Beatles ha generado tanto oportunidades como desafíos para Liverpool. Por un lado, ha contribuido al desarrollo del turismo musical y la creación de empleo en la ciudad, pero, por otro lado, ha generado tensiones en torno a la representación cultural de Liverpool	Gestión del turismo musical y cultural en Liverpool	Análisis cualitativo que incluyó la revisión de literatura pertinente, así como la recopilación y análisis de datos provenientes de entrevistas con músicos y otros actores clave en la escena musical de Liverpool.	Analizar el proceso de aceptación y comprensión por parte de Liverpool de la herencia musical, cultural y económica de los Beatles y la música popular, así como explorar las implicaciones de esta herencia en la percepción de la ciudad
2	Connell J.; Gibson C.	2003	Comprensión de las complejas relaciones entre lugares y música en un mundo globalizado	El estudio revela que los vínculos entre espacio y música siguen siendo significativos en el turismo musical, a pesar de la globalización. Destaca cómo la música se relaciona con los lugares, siendo percibida como un símbolo de originalidad y tradición, además de una herramienta de marketing. Además, ofrece nuevas perspectivas sobre estas relaciones y su	Geografía musical	Metodología interdisciplinaria que combina enfoques de geografía cultural, sociología y estudios culturales. Se utilizan técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas	Proporcionar una visión integral de la nueva geografía de la música popular, explorando los complejos vínculos entre lugares y música

				impacto en la industria turística.			
3	Gray L.E.	2018	Impacto de la creciente industria turística global y prácticas de patrimonio en la escena del fado de Lisboa.	Revela que los cambios en la industria turística global y las prácticas culturales urbanas están transformando significativamente las experiencias de la música popular urbana y las ciudades donde se desarrollan, tanto para residentes locales como para turistas	Etnografía urbana en música.	Metodología etnográfica que involucra una investigación prolongada en las escenas de fado de Lisboa. Se recopilan datos a través de observaciones participantes, entrevistas en profundidad y análisis de documentos relevantes.	Examinar las prácticas de creación y recepción de música amateur en las escenas de fado de Lisboa.

4	Jackson C.; Vaughan D.R.; Brown L.	2018	Subutilización y malentendidos sobre la fenomenología descriptiva (FD) en la investigación del turismo musical.	Las fortalezas filosóficas subyacentes a la FD permiten una comprensión más profunda del fenómeno estudiado, resaltando la complejidad del debate y asegurando que sean las experiencias de los participantes las que identifiquen la estructura del fenómeno.	Turismo musical: Fenomenología.	Basado en un estudio sobre la experiencia de asistentes a festivales de música, discute las filosofías fenomenológicas de Husserl y el método descriptivo de Giorgi, identificando desafíos y fortalezas de la FD en la investigación científica.	Explorar por qué la fenomenología descriptiva puede proporcionar una mejor comprensión de experiencias en hospitalidad, turismo y eventos, revelando las complejidades filosóficas y ofreciendo un método práctico y riguroso.
5	Skandalis A.; Banister E.; Byrom J.	2024	Limitación en la investigación sobre la relación entre autenticidad y experiencias extraordinarias en destinos turísticos cotidianos.	Las categorías temáticas emergentes sugieren que el festival se posiciona firmemente dentro de la industria musical indie y la vida urbana cotidiana, mientras los asistentes buscan autenticidad espacial al interactuar con las características de los destinos turísticos	Relación autenticidad/exp eriencias en el festival Primavera Sound.	Se basa en una etnografía de 3 años, incluyendo notas de campo, fotos/videos y material de artefactos, además de entrevistas con asistentes al festival	Explorar las interrelaciones entre autenticidad y experiencias extraordinarias en el contexto del festival de música Primavera Sound, considerando la naturaleza cotidiana de los destinos turísticos y su impacto en los asistentes.
6	Xie P.F.; Osumare H.; Ibrahim A.	2007	Definición y análisis de Hip-Hop tourism en relación con la construcción de la otredad y la autenticidad.	El estudio revela que el turismo de Hip-Hop puede ser visto a través de tres tecnologías de miradas: la inicial, la masiva y la auténtica. Estas tecnologías reflejan la evolución del Hip-Hop desde una cultura de nicho a una cultura de masas, así como la búsqueda de autenticidad por parte de los turistas.	Hip-Hop tourism y tecnologías de la mirada.	Se propone analizar el turismo de Hip-Hop a través de tres tecnologías de miradas: la mirada inicial, la mirada masiva y la mirada auténtica, examinando las dinámicas de voyeurismo, apropiación cultural y búsqueda de autenticidad por parte de los turistas.	Contextualizar el turismo de Hip-Hop mediante una problematización de las interrelaciones entre cultura, turistas y atracciones, situando la discusión dentro de los discursos más amplios de la mirada y la autenticidad.

7	Baker S.; Cantillon Z.; Istvandity L.; Long P.	2022	Tensión entre valor cultural y expectativas de los visitantes en instituciones DIY de patrimonio musical popular.	Las instituciones DIY enfrentan desafíos para competir con las autorizadas en términos de presupuesto, pero ofrecen acceso a experiencias auténticas, destacando la co-creación de experiencias de patrimonio.	Evaluación de instituciones DIY de patrimonio musical popular a través de reseñas de usuarios en Tripadvisor.	Se examinaron tensiones entre la producción de valor cultural y las expectativas de los visitantes en instituciones de patrimonio musical DIY, centrándose en la co-creación de experiencias en línea y físicas.	Analizar reseñas de usuarios en Tripadvisor sobre 11 instituciones de patrimonio musical DIY para comprender cómo se percibe su valor cultural y la experiencia del usuario
8	Lashua B.D.	2018	Contraste entre la fabricación del patrimonio musical popular en Winslow y la consideración del patrimonio oficial en el Rock and Roll Hall of Fame en Cleveland.	En Winslow, el turismo musical se basa en una referencia cultural popularizada por una canción, mientras que, en Cleveland, el patrimonio oficial y tangible se convierte en una atracción turística que contribuye a la regeneración cultural y económica de la ciudad.	Análisis comparativo de los procesos de fabricación del patrimonio musical en dos contextos contrastantes: Winslow, Arizona, y Cleveland, Ohio.	Se analizan los procesos de fabricación del patrimonio musical en Winslow, Arizona, y la influencia del Rock and Roll Hall of Fame en Cleveland, Ohio, utilizando enfoques cualitativos que examinan discursos y prácticas relacionadas con el turismo y el patrimonio de la música.	Explorar debates teóricos sobre el turismo y el patrimonio de la música popular mediante dos estudios de caso contrastantes: la fabricación del patrimonio musical en Winslow, Arizona, y la consideración del patrimonio oficial en el Rock and Roll Hall of Fame en Cleveland, Ohio.

9	Wissmann T.	2016	Consideración del sonido como elemento constitutivo en la ciudad y su impacto en la experiencia ciudadana.	Revela el potencial socio-científico del sonido en el entorno urbano, destacando su papel como elemento constitutivo de la ciudad y subrayando la importancia de considerarlo en la planificación urbana.	Impacto del sonido en la experiencia urbana de la ciudad.	Se emplea una perspectiva geográfica social para investigar cómo el sonido afecta al individuo y su relación con la ciudad, utilizando métodos diversos como mediciones en el lugar, análisis de medios y estudios de casos.	Analizar cómo el sonido contribuye a la experiencia urbana de la ciudad, utilizando estudios de caso para explorar su impacto en la planificación urbana, el turismo y la vida cotidiana.
10	O'Flynn J.; Mangaoang A.	2019	Percepciones sobre el sonido de Dublín y su relación con diversos géneros musicales.	Se identificaron asociaciones específicas de Dublín en varios géneros musicales, revelando una diversidad de perspectivas sobre el sonido de la ciudad.	Asociaciones musicales con Dublín y sus implicaciones en las narrativas sobre el sonido urbano.	Analizar respuestas de participantes de MPMiD sobre la música y sonidos asociados a Dublín, identificando asociaciones específicas de la ciudad en varios géneros musicales.	Examinar las percepciones sobre el sonido típico de Dublín y cómo desafían o confirman las narrativas convencionales, utilizando datos del proyecto MPMiD.
11	García-García L.; Solano-Sanchez M.Á.; Muñoz-Fernández G.A.; Moral-Cuadra S.	2021	Relación entre el perfil sociodemográfico de los visitantes y sus preferencias de espectáculos de flamenco en Córdoba, España.	Se encontró que la edad y el nivel educativo son factores determinantes en el perfil del visitante, y que a medida que aumenta el nivel de ingresos, también lo hace el interés por el flamenco. Estos hallazgos pueden ayudar a identificar el público objetivo para este tipo de espectáculos.	Perfil y preferencias de visitantes en espectáculos de flamenco mediante análisis de datos con red neuronal.	Se empleó una red neuronal artificial utilizando un perceptrón multicapa para analizar los datos recopilados sobre el perfil de los visitantes y sus preferencias en relación al flamenco.	Investigar la posible relación entre el perfil sociodemográfico de los visitantes motivados por espectáculos de flamenco en Córdoba (España) y sus preferencias y sensaciones respecto a estas experiencias.

12	Montoro-Pons J.D.; Cuadrado-García M.	2021	Patrones de búsqueda en línea de asistentes potenciales a festivales de música.	Los festivales de música inducen consultas de planificación y viaje en los motores de búsqueda en línea, mostrando flujos de información mediados por estos eventos culturales. Se identifican diferencias según las características de cada festival en cuanto a los temas de búsqueda más relevantes.	Análisis de datos de consultas en Google Trends para identificar patrones de comportamiento de turistas culturales que planean asistir a festivales de música.	Se utiliza información de Google Trends sobre consultas relacionadas con festivales de música para construir una red de temas de búsqueda. Se estiman modelos de grafo aleatorio exponencial para analizar los patrones de búsqueda.	Analizar el comportamiento de búsqueda en línea de posibles asistentes a festivales de música para identificar patrones de comportamiento de turistas culturales que planean asistir a estos eventos.
13	Gibson C.; Davidson D.	2004	Contraste entre las representaciones dominantes y las diversas identidades rurales en Tamworth, Australia.	Las representaciones dominantes de ruralidad y país en Tamworth están influenciadas por normas de género, raza, clase y nacionalismo, reflejadas en la estrategia de marketing de la ciudad y en la imagen del festival de música country. Sin embargo, estas construcciones contrastan con las diversas identidades rurales presentes en Australia y con las experiencias vividas por los residentes.	Representaciones de ruralidad y música country en Tamworth, Australia.	Se emplea un análisis textual de materiales promocionales y paisajes construidos para revelar las representaciones de ruralidad en Tamworth, especialmente en relación con la música country. Además, se incluyen resultados de una encuesta a residentes para explorar sus reacciones a estas construcciones.	Analizar la transición de Tamworth a la "capital de la música country" de Australia y las construcciones sociales que la rodean, examinando cómo se han formado y promovido estas representaciones a través de estrategias de marketing de lugar.

14	Fitzgerald J.; Reis A.C.	2016	Interacciones complejas entre el turismo y la actividad musical en la isla de Fernando de Noronha, Brasil, donde la industria turística obstaculiza el desarrollo de la música original.	El turismo se presenta como la principal fuente de ingresos para los residentes de la isla, y la actividad musical está ampliamente orientada hacia la industria turística. Se identifican complejas interacciones entre el turismo y la actividad musical, donde la industria turística actúa como un obstáculo para el desarrollo de la música original.	Interacciones entre turismo y actividad musical en Fernando de Noronha, Brasil.	Se basa en investigaciones de campo realizadas por los autores en 2012 y 2014, explorando patrones de conectividad entre el turismo y la actividad musical en áreas como la selección de géneros musicales, prácticas de actuación en vivo y grabaciones musicales.	Examinar las intersecciones entre prácticas musicales y turismo en la isla de Fernando de Noronha, Brasil, y analizar cómo estas interacciones afectan el desarrollo de la música original en el contexto de la industria turística.
15	Kaul A; Lashua B.; Spracklen K.; Long P.	2014	Conflictos entre músicos tradicionales y autoridades turísticas locales en los Acantilados de Moher, Irlanda.	Se identifican conflictos entre los músicos tradicionales y las autoridades turísticas locales debido a la construcción del centro interpretativo, que ha afectado las prácticas musicales y la experiencia turística en los Acantilados de Moher.	Relación entre identidad irlandesa, música y turismo en los Acantilados de Moher.	El artículo utiliza análisis cualitativo para examinar las tensiones y conflictos surgidos entre los músicos tradicionales y las autoridades turísticas locales en relación con la construcción de un centro interpretativo en los Acantilados de Moher.	Explorar la relación compleja y cambiante entre la identidad irlandesa, la música y el turismo en los Acantilados de Moher, analizando conflictos recientes entre músicos y autoridades turísticas locales.

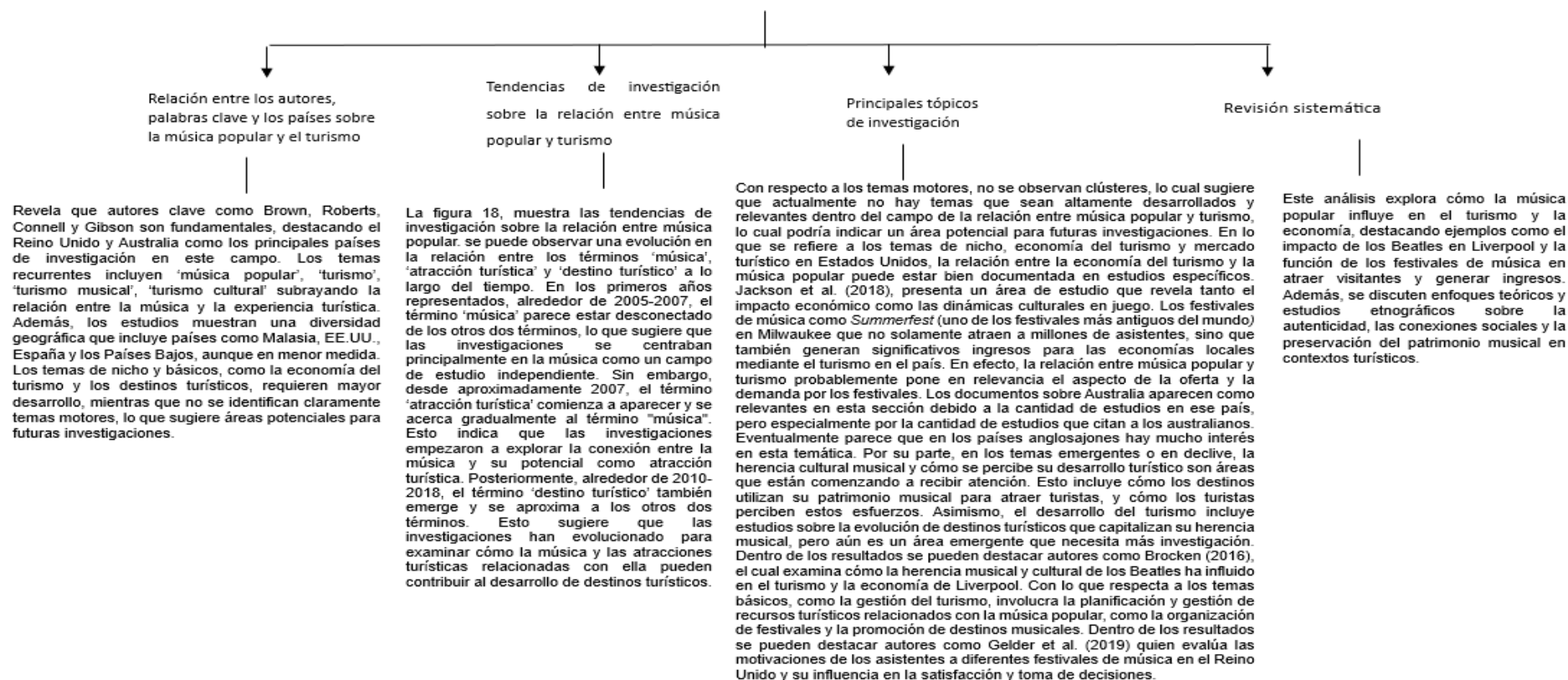
16	Kay A.	2006	El uso de técnicas de <i>'product placement'</i> en la música plantea la necesidad de investigar su efectividad en la promoción de atracciones turísticas y su impacto en la percepción de los destinos turísticos por parte del público objetivo.	Se sugiere que el uso de técnicas de <i>'product placement'</i> en la música podría ser una herramienta efectiva para promover atracciones turísticas, especialmente entre grupos demográficos específicos, aprovechando la popularidad y el alcance global de la música.	Relación entre identidad irlandesa, música y turismo en los Acantilados de Moher.	Se plantea la idea de utilizar técnicas de marketing de productos en la industria musical para promover atracciones turísticas, analizando cómo estas estrategias podrían influir en la percepción y la elección de destinos turísticos por parte del público.	Explorar el potencial de utilizar técnicas de <i>'product placement'</i> o <i>'embedding'</i> en la industria musical para promover atracciones turísticas, aprovechando la influencia de la música en la popularización de destinos turísticos.
17	Brandellero A.; Janssen S.	2014	Análisis de prácticas y discursos sobre la música popular como patrimonio cultural en varios países europeos.	Se identifica la presencia del patrimonio de la música popular en instituciones y prácticas de patrimonio público en varios países, evidenciando una diversidad de iniciativas que van desde la preservación material en museos y archivos hasta iniciativas comunitarias que valoran lugares emblemáticos vinculados a músicos o escenas musicales.	Exploración de iniciativas de preservación del patrimonio musical popular en Austria, Inglaterra, Francia y los Países Bajos	Se examinan prácticas y discursos relacionados con la música popular como patrimonio cultural en los cuatro países mencionados, a través de análisis documental y estudio de casos de iniciativas públicas y privadas de preservación del patrimonio musical.	Profundizar en la relación entre la música popular y el patrimonio cultural, y delinear las prácticas de la música popular como patrimonio cultural en Austria, Inglaterra, Francia y los Países Bajos, explorando cómo se moviliza el término por diversos actores para justificar la preservación y difusión de manifestaciones musicales populares.

18	Gelder G.; Robinson P.	2009	Evaluación de las motivaciones de los asistentes a festivales de música en el Reino Unido y su influencia en la satisfacción y toma de decisiones.	La investigación mostró que socializar con amigos y familiares era un motivo primordial para asistir a los festivales de música, desafiando la idea de que la temática del evento en sí mismo es el único factor motivador. Se destacó la importancia de crear una atmósfera festiva y divertida que ofrezca oportunidades para socializar y tener experiencias nuevas y no musicales.	Motivaciones de asistentes a festivales de música en el Reino Unido y su impacto en la experiencia del festival.	Revisión de literatura y análisis cualitativo de resultados.	Comparar motivaciones de asistentes a festivales de música en el Reino Unido, explorando cómo afectan a la satisfacción y toma de decisiones.
19	Long P; Lashua B.; Spracklen K	2014	Investigar la promoción del patrimonio musical de Sheffield por parte de agencias de turismo y cultura para atraer visitantes.	Las agencias están utilizando el patrimonio musical de Sheffield para atraer turistas, destacando lugares icónicos y festivales. Los músicos contribuyen a la identidad y al "paisaje sonoro" de la ciudad.	Análisis de estrategias de promoción del patrimonio musical y músicos contemporáneos en ciudades provinciales inglesas, como Sheffield, para el turismo cultural.	Entrevistas con artistas, promotores, productores y gerentes de locales, junto con datos observacionales y documentales. Se realizan reflexiones teóricas sobre las representaciones de músicos populares en estrategias, programas y productos de turismo cultural.	Explorar cómo las agencias de turismo y cultura en ciudades provinciales inglesas, como Sheffield, están promoviendo su "patrimonio" de música popular y músicos contemporáneos para atraer turistas.

20	Cohen, S., Knifton, R., Leonard, M., y Roberts, L.	2014	Examinar cómo los espacios y lugares influyen en la creación del patrimonio de la música popular.	Ofrece nuevas perspectivas sobre cómo los espacios y lugares influyen en nuestra relación con la historia y los legados de la música popular, y destaca la importancia de estos sitios en la creación del patrimonio de la música popular.	Análisis de la relación entre lugares físicos y virtuales en la construcción de la memoria y la historia de la música popular.	Los autores provienen de diversas disciplinas y utilizan una variedad de enfoques, desde estudios de archivo hasta estudios culturales, sociología y estudios de museos, combinando investigación de campo extensiva con reflexiones basadas en la práctica.	Explorar las diferentes "lugares" en los que se puede situar la memoria y la historia de la música popular, desde el sitio físico local hasta los archivos digitales en línea, y reevaluar su función y significado en la producción del patrimonio de la música popular.
----	--	------	---	--	--	--	---

Figura 20.
Resumen grafico del capítulo 3

Capítulo 3. Tendencias de la literatura sobre la relación entre música popular y turismo



Conclusiones

- La relación entre la música popular y el turismo se manifiesta en múltiples dimensiones que enriquecen tanto el ámbito cultural como económico de las regiones involucradas. En efecto, el turismo musical facilita la exploración y disfrute de la música a través de actividades como festivales y conciertos, promoviendo la apreciación del patrimonio cultural y el desarrollo económico local.
- El análisis de las métricas bibliográficas sobre la relación entre música popular y turismo revela la complejidad y riqueza de este campo de estudio. La evidencia destaca la centralidad de los temas culturales y económicos, así como la adaptación a fenómenos recientes como la COVID-19. La producción científica ha mostrado fluctuaciones anuales, con picos significativos (2014) y una estabilización reciente. Las revistas más influyentes y la contribución de autores principales reflejan un enfoque predominante en estudios turísticos y la historia de la música. El Reino Unido, Australia y Estados Unidos lideran en producción científica, indicando una fuerte presencia internacional en la investigación. Se debe destacar la importancia de la música como atractivo turístico y la colaboración interdisciplinaria a nivel global.
- La revisión sistemática de la literatura sobre la relación entre turismo y música popular revela una complejidad en la distribución de temas en términos de desarrollo y centralidad. Los temas de economía del turismo y el mercado turístico en Estados Unidos están bien desarrollados, pero carecen de una conexión amplia con otros temas clave. Áreas como la herencia cultural y la percepción del desarrollo turístico emergen con un potencial significativo, requiriendo más investigación para su completa maduración. Asimismo, la gestión del turismo y la relación entre música, atracciones y destinos turísticos, aunque fundamentales, necesitan un desarrollo adicional y estrategias más robustas relacionadas con la identidad, ya que la música se está viendo solo desde la óptica económica cuando surge la relación con el turismo. Por lo que, es necesario continuar investigando estas áreas para mejorar la comprensión y práctica en la intersección entre turismo y música popular, destacando especialmente la experiencia que existe entre la relación cultura y turismo abogando por la sostenibilidad y evitando que el turismo solamente se sirva de la cultura por temas económicos.
- A partir de 2007, se observa una creciente integración de términos como 'atracción turística' y 'destino turístico', indicando un interés en la música como un componente

vital del turismo. Sin embargo, la RSL demuestra que la investigación en este campo es aún débil y en consecuencia existen tendencias solamente ancladas a la atracción turística y desarrollo de destinos turísticos. De tal modo que surge la oportunidad de establecer una línea de investigación sobre este estudio para llenar los vacíos existentes. De hecho, una gran duda que ha dejado este trabajo es: ¿La música le otorga mayor valor al turismo o el turismo le otorga mayor valor a la música popular?

Recomendaciones

- Las autoridades turísticas y los planificadores deben trabajar estrechamente con la industria musical para desarrollar festivales y eventos que resalten la identidad cultural local. Este enfoque no solo atraerá a turistas interesados en experiencias auténticas, sino que también contribuirá significativamente a la revitalización cultural y económica de las regiones. La colaboración intersectorial es clave para maximizar el impacto de estos eventos y asegurar su sostenibilidad a largo plazo.
- Para comprender plenamente el impacto del turismo musical, se recomienda emplear metodologías cualitativas y etnográficas en futuras investigaciones. Estos enfoques permiten una exploración profunda de las experiencias subjetivas de los turistas y la autenticidad de las ofertas musicales. Además, se deben considerar estudios de caso que aborden diversos géneros y contextos culturales, como el tango en Argentina y el fado en Portugal, para obtener una visión más completa y diversa de cómo la música popular puede influir en el turismo y viceversa.
- Es crucial desarrollar políticas y estrategias que faciliten la colaboración internacional en la investigación sobre música popular y turismo. Instituciones académicas y centros de investigación deben incentivar programas de intercambio y proyectos conjuntos para compartir conocimientos y metodologías. Países como el Reino Unido, Australia y Estados Unidos, que lideran en producción científica, pueden desempeñar un papel central en la creación de redes globales de investigación. Estas colaboraciones pueden fortalecer la calidad y el alcance de los estudios, promoviendo un entendimiento más profundo y holístico de este campo.
- Se debe prestar especial atención al desarrollo de temas menos explorados, pero con alto potencial, como la economía del turismo y la gestión de destinos turísticos. La investigación futura debe enfocarse en cómo la música popular puede integrarse de manera efectiva en la oferta turística para diversificar y enriquecer las experiencias de los visitantes. Es esencial desarrollar modelos económicos que cuantifiquen el impacto de eventos musicales y estrategias de gestión que aseguren la sostenibilidad de los destinos turísticos. Asimismo, la

formulación de políticas debe considerar estos aspectos para maximizar los beneficios culturales y económicos del turismo musical.

Referencias

- Acosta, J. W. (2022). *El Museo Municipal de música popular de Julio Jaramillo como atractivo turístico de la ciudad de Guayaquil* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Babahoyo]. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/13383>
- Ahijado, S. R., y Nicolás, A. M. B. (2013). Turismo musical y patrimonio cultural como recursos educativos. *Carta del director*. <https://roderic.uv.es/items/05993dea-5437-4edf-875a-688ea26d91ad>
- Aria, M., y Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-Tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Infometrics*, 11(4), 959-975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Baker, S., Cantillon, Z., Istvandy, L., y Long, P. (2022). The values and value of community heritage: Visitor evaluation of do-it-yourself museums and archives of popular music in Europe, Australasia and the United States of America. *Journal of Heritage Tourism*, 17(2), 190-203. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2021.1888957>
- Brandellero, A., y Janssen, S. (2014). Popular music as cultural heritage: Scoping out the field of practice. *International Journal of Heritage Studies*, 20(3), 224-240. <https://doi.org/10.1080/13527258.2013.779294>
- Brennan-Horley, C., Gibson, C., y Connell, J. (2007). The Parkes Elvis Revival Festival: Economic Development and Contested Place Identities in Rural Australia. *Geographical Research*, 45(1), 71-84. <https://doi.org/10.1111/j.1745-5871.2007.00429.x>
- Brocken, M. (2016). *The Twenty-First-Century Legacy of the Beatles: Liverpool and Popular Music Heritage Tourism*. <https://doi.org/10.4324/9781315551869>
- Caraballo, C. (2018). *Xochimilco: ¿un atractivo turístico con destino saludable?* Patrimonio Cultural y Turismo. <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf14/articulo9.pdf>
- Castiglione, C., y Viladrich, A. (2014). "Y aunque no quise el regreso..." *La industria cultural del tango y su impacto en la movilidad territorial de los artistas argentinos de tango*. XI Congreso Argentino de Antropología Social. <https://www.aacademica.org/000-081/67>
- Centro Cochrane Iberoamericano (2012). Manual Cochrane de Revisiones Sistemáticas de Intervenciones. *Centro Cochrane Iberoamericano*. <http://www.cochrane.es/?q=es/node/269>
- Chierichetti, L. (2012). La promoción del turismo musical: los festivales de música en Facebook. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 10(4), 49-58. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.052>
- Christofolletti, R. (2022). Patrimonio Inmaterial y Turismo: Discusiones Contemporáneas entre Brasil y México. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 12, 1-16. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5826482>
- Cohen, S., Knifton, R., Leonard, M., y Roberts, L. (2014). *Sites of Popular Music Heritage: Memories, Histories, Places*. *Ethnomusicology Forum*. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17411912.2015.1082433>

- Connell, J., y Gibson, C. (2003). *Sound Tracks: Popular Music Identity and Place*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203448397>
- Delgado, P. (2020). Las políticas Turísticas en la Promoción del turismo cultural, 2019. *Centro Sur*, 4(1). https://www.researchgate.net/profile/Peggy-Delgado-Del-Carpio/publication/342588643_Las_politicas_Turisticas_en_la_Promocion_del_turismo_cultural_2019_-_Tourist_policies_in_the_Promotion_of_cultural_tourism_2019_Centro_sur/links/5efc1643299bf18816f609c2/Las-politicas-Turisticas-en-la-Promocion-del-turismo-cultural-2019-Tourist-policies-in-the-Promotion-of-cultural-tourism-2019-Centro-sur.pdf
- Del Val, F. (2022). De la sociología de la música a la sociología musical. Nuevos paradigmas en los estudios sobre música y sociedad. *Revista internacional de sociología*, 80(2), e204-e204. <https://doi.org/10.3989/RIS.2022.80.2.20.135>
- Espeso, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), 1101-1114. <https://www.redalyc.org/journal/881/88165960001/html/>
- Espinosa, A. P., y Juez, L. P. (2016). *Museo DO FADO Lisboa Portugal: hábitat y desarrollo urbano regional* [Tesis de pregrado, Universidad Santo Tomás]. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/34274>
- Fischerman, D. (2004). *Efecto Beethoven: Complejidad y valor en la música de tradición popular*. Paidós. <https://www.ojs.aamusicologia.ar/index.php/ram/article/download/194/187>
- Fitzgerald, J., y Reis, A. (2016). Island intersections: Music and tourism on Fernando de Noronha, Brazil-Southern Cross University. *Tourist Studies*, 16(2), 170-191. <https://doi.org/10.1177/1468797615594738>
- García-García, L., Solano-Sanchez, M. Á., Muñoz-Fernández, G. A., y Moral-Cuadra, S. (2021). Flamenco experience in Córdoba, Spain: Estimating tourist profiles by multilayer perceptron's artificial neural networks. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 13(4), 609-624. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-06-2021-0109>
- Gelder, G., y Robinson, P. (2009). A Critical Comparative Study of Visitor Motivations for Attending Music Festivals: A Case Study of Glastonbury and V Festival. *Event Management*, 13(3), 181-196. <https://doi.org/10.3727/152599509790029792>
- Gelosi, F. (2020). *Turismo musical* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de La Plata). https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/116642/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gibson, C., y Connell, J. (2007). Music, Tourism and the Transformation of Memphis. *Tourism Geographies*, 9(2), 160-190. <https://doi.org/10.1080/14616680701278505>
- Gibson, C., y Davidson, D. (2004). Tamworth, Australia's 'country music capital': Place marketing, rurality, and resident reactions. *Journal of Rural Studies*, 20(4), 387-404. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2004.03.001>
- Goulding, C., y Saren, M. (2016). Transformation, transcendence, and temporality in theatrical consumption. *Journal of Business Research*, 69(1), 216-223. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.07.034>

- Gravari-Barbas, M., Graburn, N., & Staszak, J. F. (2023). Turismo e imaginários musicais. *Via. Tourism Review*, (23). <https://doi.org/10.4000/viatourism.10163>
- Gray, L. E. (2018). Listening Low-Cost: Ethnography, the City, and the Tourist Ear. En *The Routledge Companion to the Study of Local Musicking*. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315687353-37/listening-low-cost-lila-ellen-gray>
- Hiernaux, D. (2002). ¿Cómo definir el turismo? Un repaso disciplinario. *Aportes y Transferencias*, 6(2), Article 2. <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/258/>
- Houtet, V., Zouain, D. M., Bittencourt, F. T. R., y Duarte, A. L. F. (2023). Escolas de samba do Rio de Janeiro como indutor econômico para o turismo. *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, 17(1), Article 1. <https://doi.org/10.36113/cultur.v17i1.3348>
- Jackson, C., Vaughan, D. R., y Brown, L. (2018). Discovering lived experiences through descriptive phenomenology. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(11), 3309-3325. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2017-0707>
- Kaul, A. (2014). Music on the edge: Busking at the Cliffs of Moher and the commodification of a musical landscape. *Tourist Studies*, 14(1), 30-47. <https://doi.org/10.1177/1468797613511684>
- Kay, A. (2006). Promoting Tourism Through Popular Music. *Tourism Culture and Communication*, 6(3), 209-213. <https://doi.org/10.3727/109830406778134126>
- Lashua, B. D. (2018). Popular music heritage and tourism. En *The Routledge Companion to Popular Music History and Heritage*. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315299310-15/popular-music-heritage-tourism-brett-lashua>
- Long, P., Lashua, B., y Spracklen, K. (2014). Introduction to the special issue: Music and Tourism. *Tourist Studies*, 14(1), 3-9. <https://doi.org/10.1177/1468797613511682>
- Lourenço, J. P. S. de Q. (2015). *Sambódromo do Rio de Janeiro como atrativo turístico: A percepção dos visitantes* [Tesis de pregrado, Universidad Federal Fluminense]. <http://app.uff.br/riuff/handle/1/1731>
- Martina, V. (2023). *La Pizzica y La Notte Della Taranta: Entre tradición e innovación* [Tesis de maestría, Universidad de Sevilla]. <https://idus.us.es/handle/11441/153504>
- Mercurio, R. E. (2023). *Carnaval en Brasil pondrá a bailar a 46 millones* -. <https://ec2-44-215-200-71.compute-1.amazonaws.com/2023/02/17/carnaval-brasil-bailar-poblacion>
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, DG y Prisma Group. (2010). Elementos de informes preferidos para revisiones sistemáticas y metaanálisis: la declaración PRISMA. *Revista internacional de cirugía*, 8 (5), 336-341. <https://doi.org/10.1016/j.ijsu.2010.02.007>
- Montoro-Pons, J. D., y Cuadrado-García, M. (2021). Analyzing online search patterns of music festival tourists. *Tourism Economics*, 27(6), 1276-1300. <https://doi.org/10.1177/1354816620945440>
- Morales, R. W. (2017). *Participación y contribución de mujeres científicas al campo de la química colombiana: El caso del Departamento de Química de la Universidad Nacional de Colombia (1939-1999)* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Colombia]. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/59678>

- O'Flynn, J., y Mangaoang, Á. (2019). Sounding Dublin: Mapping Popular Music Experience in the City. *Journal of World Popular Music*, 6(1), 32-61. <https://doi.org/10.1558/jwpm.34372>
- OMT. (2008). *Glosario de términos de turismo*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Pagano. (2007). *El tango, una industria multimillonaria con pies de barro: Es sólo para turistas*. <https://www.ambito.com/informacion-general/el-tango-una-industria-multimillonaria-pies-barro-es-solo-turistas-n3435651>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Alonso-Fernández, S. (2021). Declaración PRISMA 2020: Una guía actualizada para la publicación de revisiones sistemáticas. *Revista Española de Cardiología*, 74(9), 790-799. <https://doi.org/10.1016/j.recesp.2021.06.016>
- Pardal-Refoyo, J. L., y Pardal-Peláez, B. (2020). Anotaciones para estructurar una revisión sistemática. *Revista ORL*, 11(2). <https://doi.org/10.14201/orl.22882>
- Pascual, M. (2011). *Escuchar música del siglo xx En las aulas de secundaria: Un estudio del repertorio, los criterios Para seleccionarlo y una aportación Didáctica* [Tesis doctoral, Universidad Nacional de Educación a Distancia]. <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:Educacion-Mppascual/Documento.pdf>
- Payá, E. (2011). La música popular. *Revista chilena de infectología*, 28(1), 40-40. <https://www.scielo.cl/pdf/rci/v28n1/art07.pdf>
- Prat Forga, J. M., y Cànoves Valiente, G. (2014). Dinámica relacional y los festivales de música en los destinos turísticos de litoral: El caso del Alt Empordà-España. *Estudios y perspectivas en turismo*, 23(1), 81-100. <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v23n1/v23n1a05.pdf>
- Rickly-Boyd, J. M. (2012). Authenticity and aura: A Benjaminian Approach to Tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 269-289. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.003>
- Romero, R. R. (2015). *Música Popular y Sociedad en el Perú Contemporáneo*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Instituto de Etnomusicología. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/134538>
- Ruiz, A. (2022). *Ruta flamenca en Andalucía para el turista francés* [Tesis de pregrado, Universidad de Sevilla]. <https://hdl.handle.net/11441/141148>
- Sanz, J. (2022). Bibliometría: Origen y evolución. *Hospital a Domicilio*, 6(3). <https://doi.org/10.22585/hospdomic.v6i3.168>
- Silgado, A. L., y Ramos, L. M. (2017). *Sistematización de los procesos de formación como estrategia de intervención que permiten la construcción de identidad y transformación social, a través de herramientas culturales que vinculan a niñas, niños y adolescentes de ciudad del bicentenario y villas de Aranjuez*. [Tesis de pregrado, Universidad de Cartagena]. <https://hdl.handle.net/11227/7587>
- Skandalis, A., Banister, E., y Byrom, J. (2024). Spatial Authenticity and Extraordinary Experiences: Music Festivals and the Everyday Nature of Tourism Destinations.

Journal of Travel Research, 63(2), 357-370.
<https://doi.org/10.1177/00472875231159054>

Solíz y Espinoza-Figueroa (2023). La producción científica sobre el turismo en el Ecuador. *Universidad-Verdad*, 1(82), 62-79. Universidad-Verdad, 1(82), 62-79.
<https://doi.org/10.33324/uv.v1i82.641>

Tebes, G., Peppino, D., Becker, P., y Olsina, L. (2020). Proceso para Revisión Sistemática de Literatura y Mapeo Sistemático. *Electronic Journal of SADIO (EJS)*, 19(2).
<https://ojs.sadio.org.ar/index.php/EJS/article/view/170>

Torres, G., Ullauri, N., y Lalangui, J. (2018). Las celebraciones andinas y fiestas populares como identidad ancestral del Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 289-293.
<http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>

Uriely, N. (2005). The tourist experience: Conceptual Developments. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199-216. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.008>

Wissmann, T. (2016). *Geographies of Urban Sound*. Oxford University Press.
<https://www.routledge.com/Geographies-of-Urban-Sound/Wissmann/p/book/9781138270145>

Xie, P. F., Osumare, H., y Ibrahim, A. (2007). Gazing the hood: Hip-Hop as tourism attraction. *Tourism Management*, 28(2), 452-460.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.03.009>

Anexos

Anexo A. Diseño de trabajo de integración curricular

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 1 de 13
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano



Carrera de Turismo

Diseño de Proyecto de Investigación:

Revisión Sistemática de la Literatura (RSL) sobre la relación entre turismo y música popular

Línea de Investigación: Educación y Turismo

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo

Autor: Adrian David Nieves Nieves

Correo electrónico: adriand.nieves@ucuenca.edu.ec

Director: Mg. Freddy Espinoza Figueroa

ORCID: 0000-0001-9114-2183

Cuenca, Ecuador

28 de noviembre del 2023

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 2 de 13
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

Índice

1. Título del proyecto de investigación	1
2. Nombre del estudiante.....	1
3. Resumen del proyecto de investigación	1
4. Planteamiento y justificación del proyecto de investigación	1
5. Marco teórico.....	2
6. Hipótesis / pregunta de investigación	4
7. Objetivos	5
8. Metodología de investigación	5
9. Plan de trabajo	7
10. Cronograma	8
11. Presupuesto y financiamiento.....	8
12. Referencias bibliográficas.....	9
13. Anexos	11

Descripción

El proyecto de investigación tiene como finalidad desarrollar conocimiento, a partir de una teoría, generando resultados y respuestas a objetivos propuestos. Los resultados alcanzados conllevan soluciones que deben ser realizadas por las personas que tienen las atribuciones para hacerlo, en la investigación. El proyecto de investigación debe plantear un plan detallado que establece los objetivos, el alcance, la metodología, el cronograma, entre otros elementos para llevar a cabo un estudio de investigación en un área específica de conocimiento. Este proyecto es desarrollado por un estudiante de nivel pregrado de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad como trabajo de integración curricular.

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 1 de 13
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1. Título del proyecto de investigación

Revisión Sistemática de la Literatura (RSL) sobre la relación entre turismo y música popular.

2. Nombre(s) del estudiante

Adrián David Nieves Nieves

adriand.nieves@ucuenca.edu.ec

3. Resumen del proyecto de investigación

La investigación tiene como objetivo analizar la relación entre música popular y turismo mediante un proceso de revisión sistemática de la literatura. La metodología aplicada en la investigación tendrá un enfoque cuantitativo de alcance analítico y un diseño observacional longitudinal. El estudio seguirá un protocolo PRISMA para la correcta revisión de la literatura agregando términos de búsqueda, fuentes de información para incluir y excluir documentos. El método de búsqueda se realizará en dos fases. La primera se realizará una búsqueda general en Scopus aplicando algunos operadores booleanos con el fin de recopilar documentos. En la segunda fase se realizará algunas búsquedas más específicas utilizando algunos operadores booleanos para precisar los resultados encontrados. Finalmente se usará la herramienta llamada VOSviewer versión 1.6.7 y bibliometrix de Rstudio. Se espera obtener una mejor comprensión de la relación entre música y turismo a partir de las métricas de publicaciones a nivel mundial con el fin de encontrar tendencias en el fenómeno de estudio.

Palabras clave: turismo, música popular, revisión sistemática, métricas bibliométricas

4. Planteamiento y justificación del proyecto de investigación

La música popular es una expresión artística que posee muchos estilos y géneros musicales que reflejan la diversidad cultural de un país. Esta es comprendida como popular en el sentido de que pertenece al pueblo, siendo parte integral de su patrimonio cultural y cotidianidad (Ercolani y Seguí, 2021). Vale la pena mencionar que la música es tan variada como las regiones del país y sus grupos étnicos, incluyendo influencias indígenas, africanas, europeas y mestizas, este desempeña un papel significativo en el contexto turístico debido a su capacidad para actuar como una fuente de atracción cultural auténtica y distintiva (Torres y Ullauri, 2018).

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 2 de 13
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

En todo el mundo, la música popular es un imán cultural para los turistas, como es el caso de Brasil, en donde la samba anima el Carnaval, atrayendo a multitudes globales, por otra parte, en Estados Unidos, el jazz y el blues son la esencia de ciudades como Nueva Orleans, mientras que, en la India, Bollywood entrelaza música y cine, creando experiencias vibrantes que son cruciales para el turismo, a su vez se puede ver como países como Argentina, que se ha caracterizado con el tango (Yera Barchi, 2020).

No obstante, no se comprende en algunos contextos como la música popular podría relacionarse con el sector turístico. De hecho, en muchas partes del mundo la música es un elemento que refleja la identidad de cada pueblo, factor que el turismo podría considerar para su desarrollo respetando la autenticidad de las expresiones musicales. Por lo tanto, este estudio pretende analizar la relación entre música popular y turismo mediante un proceso de revisión sistemática de la literatura. Para aquello, será necesario comprender la relación entre música popular y turismo desde una perspectiva teórica. Así como describir las métricas de los recursos bibliográficos sobre la relación entre música popular y turismo. Finalmente será necesario identificar las tendencias sobre la relación entre música popular y turismo.

5. Marco teórico y revisión de la literatura

5.1 Relación entre música popular y turismo

El turismo es una actividad fundamental para el desarrollo económico y social de un país (Bravo y Macías, 2021). En América Latina esta actividad se consolidado como uno de los destinos con mayor relevancia, cuya popularidad se ha mantenido a través de las décadas, esto se debe a la amplia gama de atractivos de índole cultural, histórica y natural con un impacto significativo hacia los visitantes internacionales. En este contexto, la región ha presenciado un crecimiento en el sector turístico, mejorando las inversiones y el desarrollo de infraestructura turísticas (Ledhesma, 2018). Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), América Latina y el Caribe registraron la llegada de 95.5 millones de turistas internacionales en 2019, cifra que representa un incremento del 1.9% en comparación con el año precedente (Gómez, 2017).

En este sentido, el turismo cultural, se ha establecido como una modalidad de viaje prominente en la contemporaneidad, generando interés de un alto porcentaje de individuos deseosos tener una experiencia de viaje mediante el descubrimiento y aproximación a las manifestaciones culturales e históricas de distintos lugares (Martin y Ombroní, 2023). Dicho turismo se caracteriza por la búsqueda de actividades vinculadas con la cultura, el legado histórico, las tradiciones y las artes de comunidades o regiones específicas. Este fenómeno turístico se nutre del deseo de comprender y experimentar de forma auténtica y significativa las expresiones culturales propias de un lugar (Delgado, 2020).

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 3 de 13
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

El desarrollo turístico basado en la identidad cultural es una actividad de gran relevancia debido a su potencial para impulsar el crecimiento económico local, fomentar la preservación del patrimonio cultural y fortalecer el sentido de pertenencia y orgullo en la comunidad. Esta premisa ha generado una atención creciente en la comprensión de los beneficios y desafíos asociados con el fomento de la identidad cultural en el turismo (Pesantez et al., 2020).

Dentro de este contexto, la música popular en varias ocasiones puede verse como un reflejo de la identidad cultural de un lugar, atrayendo a turistas interesados en experiencias auténticas y en la inmersión cultural (del Val, 2022). El turismo musical, que abarca desde la asistencia a óperas hasta festivales de géneros contemporáneos, es un fenómeno creciente (Bioletto-Bueno, 2019). Los viajes motivados por la música pueden incluir visitas a lugares relacionados con letras de canciones, nacimientos o entierros de artistas, estudios de grabación y museos de música. Estos destinos ofrecen experiencias culturales únicas, desde espectáculos en comunidades locales hasta eventos masivos como Glastonbury o Coachella (Rodríguez, 2022). El impacto de este turismo es significativo, impulsando la economía local y fomentando el respeto por la cultura autóctona, siendo un elemento crucial para la identidad cultural y el intercambio entre visitantes y comunidades (García, 2018).

5.2 Casos de estudio sobre la relación entre música popular y turismo

Según el Mercado de Industrias Culturales Argentinas, el país acogió más de cinco millones de turistas extranjeros en 2020, generando un impacto económico significativo. El tango, parte esencial de su oferta turística, representa una industria de 450 millones de dólares anuales, con el 85% de los turistas extranjeros visitando casas de tango (MICA, 2021).

Mientras que uno de los eventos con mayor renombre, como el Carnaval de Brasil atrae a millones de turistas cada año, este turismo durante el Carnaval contribuye con miles de millones a la economía brasileña, impulsando sectores como la hostelería y el comercio; hay que destacar que este evento es famoso por su vibrante música, trajes coloridos y desfiles espectaculares, lo que lo convierte en un ícono cultural reconocido internacionalmente (Lopes, 2020). Vale la pena mencionar que este evento fue cancelado en el 2020-2021 debido a la pandemia Covid 19, sin embargo, su impacto tiene tanta relevancia que existe un Sambódromo, el cual es una obra arquitectónica diseñada para disfrutar de este evento (Beni, 2020).

Los mariachis son un símbolo esencial de la cultura mexicana, desempeñando un papel clave en el turismo, esta tradición musical atrae a visitantes de todo el mundo, siendo un fuerte imán turístico en lugares como Guadalajara, cuna del mariachi; en este aspecto los mariachis enriquecen experiencias culturales y turísticas, ofreciendo actuaciones en eventos, restaurantes y plazas públicas, lo que refuerza la identidad

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 4 de 13
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

cultural de México (Sánchez, 2022). Su influencia trasciende fronteras, representando a México globalmente y formando parte del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO, destacando su importancia cultural y turística (Gobierno de México, 2015).

5.3 Estudios con aproximaciones similares

En un estudio realizado por Castiglione y Viladrich (2014) analiza la producción del tango argentino como industria cultural. Esta investigación se centra principalmente en las experiencias de bailarines de tango, destacando su papel en la difusión global del tango y su influencia en el turismo cultural. El estudio muestra cómo el tango, más allá de ser un arte, se convierte en un negocio transnacional y un elemento clave de la identidad cultural argentina, atrayendo turistas y generando ingresos.

Por otra parte, un estudio realizado por Houter et al. (2023), explora la influencia del carnaval en el turismo y la economía de Río de Janeiro. Esta investigación explora la Escuela de Samba Beija-Flor de Nilópolis, analizando cómo el turismo y el carnaval impulsan la economía local. Dentro de esta investigación se resalta la contribución de las escuelas de samba como inductores económicos en el turismo, pero también manifiestan diversos desafíos que tienen que enfrentar dichas escuelas para poder posicionarse a nivel local.

A su vez, Téllez y Ramírez (2021) realiza una investigación denominada "Prácticas de comunicación en el ecosistema digital. Análisis de seis gobernaciones colombianas sobre sus procesos de comunicación pública para promover la participación ciudadana" dentro de la cual analiza cómo los festivales de música utilizan Facebook para su promoción. Este estudio hace énfasis en la interacción con la comunidad en línea, destacando a las redes sociales como un elemento fundamental para la promoción turística y la comunicación. El análisis revela que Facebook facilita la interacción con el público, proporciona datos sobre la satisfacción del cliente y generando un impacto positivo en las intenciones de comportamiento de los turistas, llenando un vacío en la promoción y la comunicación turística.

6. Hipótesis o pregunta de investigación

Se espera obtener una mejor comprensión de la relación entre música y turismo a partir de las métricas de publicaciones a nivel mundial con el fin de encontrar tendencias sobre el fenómeno de estudio.

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 5 de 13
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

¿Cuál es la relación entre música popular y turismo mediante un proceso de revisión sistemática de la literatura?

7. Objetivos

a. Objetivo general:

Analizar la relación entre música popular y turismo mediante un proceso de revisión sistemática de la literatura.

b. Objetivos específicos:

- Comprender la relación entre música popular y turismo desde una perspectiva teórica.
- Describir las métricas de los recursos bibliográficos sobre la relación entre música popular y turismo
- Identificar las tendencias sobre la relación entre música popular y turismo.

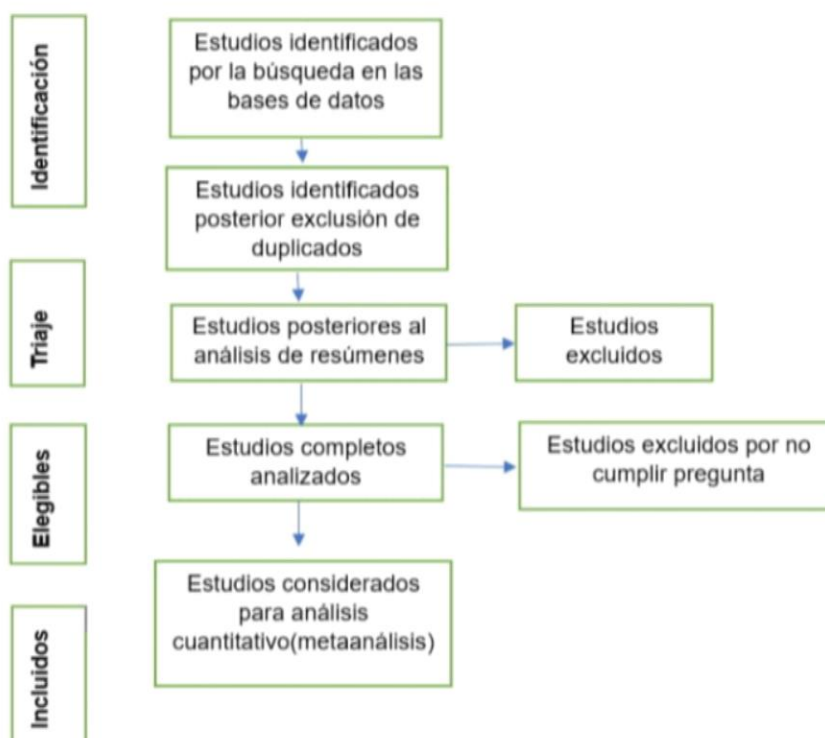
8. Metodología de investigación

La investigación se centrará en una revisión sistemática de la literatura (RSL) el cual es un método riguroso y estructurado para recopilar y analizar la literatura disponible el cual se va a vincular la relación entre turismo y música popular. Este estudio tendrá un enfoque cuantitativo de alcance analítico y un diseño observacional longitudinal. El objetivo de esta revisión bibliográfica será reconocer, diagnosticar y sintetizar todos los estudios que se han realizado sobre el tema para explorar como está la situación actual del conocimiento (Fisch y Block, 2018). El estudio seguirá el protocolo PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) que establece pautas para la correcta revisión de la literatura del tema establecido agregando términos de búsqueda, fuentes de información para incluir y excluir documentos. En la figura 1 se puede visualizar el proceso de RSL basado en el protocolo PRISMA que establece 4 etapas.

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 6 de 13
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

Figura 1

Proceso de RSL basado en el protocolo PRISMA



El método de búsqueda se desarrollará en dos fases. La primera se realizará una búsqueda general en Scopus aplicando distintas opciones de operadores booleanos considerando las palabras clave música popular y turismo. En la segunda fase se seguirá el protocolo PRISMA para sistematizar a través de diferentes tamices (Figura 1) los resultados de la búsqueda. Estos hallazgos se analizarán en el software VOS VIEWER y Bibliometrix para dar cumplimiento al objetivo 2. Finalmente, se responderá al objetivo 3 mediante la sistematización de la literatura.

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 7 de 13
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

9. Plan de trabajo

a. Esquema tentativo:

Resumen

Abstract

Agradecimientos

Introducción

Metodología

Capítulo 1. Relación entre música popular y turismo

1.1 Marco teórico

1.2 Casos de estudio

Capítulo 2. Métricas de los recursos bibliográficos sobre la relación entre música popular y turismo

2.1 Métricas

2.2 Visualización de datos

Capítulo 3. Tendencias de la literatura sobre la relación entre música popular y turismo.

3.1 Tendencias

Conclusiones

Bibliografía

Anexos

b. Supuestos y riesgos:

SUPUESTO	ACCIÓN
Posibles retrasos en el cronograma.	Implementar un seguimiento regular y ajustes de tiempo.

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 8 de 13
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

9. Cronograma

Actividad	Mes					
	1	2	3	4	5	6
1. Recolección y organización de la información	■					
2. Discusión y análisis de la información		■				
3. Análisis de datos		■	■			
4. Integración de la información de acuerdo a los objetivos				■		
5. Redacción del trabajo					■	
6. Revisión final						■

10. Presupuesto y financiamiento

Rubro-Denominación	Aporte del estudiante \$	Otros aportes \$	Valor total \$
Costos de personal			
Tutor		300	600
Estudiante	300		
Costos operativos			
Materiales de oficina	40		140
Transporte	50		
Viáticos	50		
Costos de investigación			
Computadoras	700		
Softwares	50		
Utensilios	0		870
Insumos	0		
Internet	120		
Otros			
TOTAL	1310	300	1610

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 9 de 13
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

11. Bibliografía

- Beni, M. (2020). Turismo e Covid-19: algumas reflexões. *Rosa dos Ventos*, 12(3), 1-23. <https://doi.org/10.18226/21789061.v12i3a02>.
- Bioletto-Bueno, N. (2019). Regímenes aurales a través de la escucha musical: ideologías e instituciones en el siglo XXI. *El oído pensante*, 7(2), 111-134. <https://www.redalyc.org/pdf/5529/552972594010.pdf>
- Bravo, L., y Macías, N. (2021). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 27(1), 265-277. <https://www.redalyc.org/journal/280/28065533022/28065533022.pdf>
- Castiglione, C., & Viladrich, A. (2014). "Y aunque no quise el regreso..." La industria cultural del tango y su impacto en la movilidad territorial de los artistas argentinos de tango. In XI Congreso Argentino de Antropología Social. <https://www.aacademica.org/000-081/67>
- del Val, F. (2022). De la sociología de la música a la sociología musical. Nuevos paradigmas en los estudios sobre música y sociedad. *Revista internacional de sociología*, 80(2), e204-e204. <https://doi.org/10.3989/RIS.2022.80.2.20.135>
- Delgado, P. (2020). Las políticas Turísticas en la Promoción del turismo cultural, 2019. *Centro Sur*, 4(1). https://www.researchgate.net/profile/Peggy-Delgado-Del-Carpio/publication/342588643_Las_politicas_Turisticas_en_la_Promocion_del_turismo_cultural_2019_-_Tourist_policies_in_the_Promotion_of_cultural_tourism_2019_Centro_sur/links/5efc1643299bf18816f609c2/Las-politicas-Turisticas-en-la-Promocion-del-turismo-cultural-2019-Tourist-policies-in-the-Promotion-of-cultural-tourism-2019-Centro-sur.pdf
- Ercolani, P., y Seguí, M. (2021). Turismo y transformaciones territoriales en el valle de Yunguilla, provincia del Azuay (Ecuador). *Revista Universitaria de Geografía*, 30(2), 175-176. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-42652021000200175&lng=es&tng=es.
- Fisch, C., y Block, J. (2018). Six tips for your (systematic) literature review in. *Management Review Quarterly*, 103-106. <https://doi.org/10.1007/s11301-018-0142-x>
- García, B. (2018 de abril de 2018). *Turismo y Música*. <https://www.entornoturistico.com/turismo-y-musica/>

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 10 de 13
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

- Gobierno de México. (20 de enero de 2015). www.gob.mx/e.
<https://www.gob.mx/epn/articulos/el-mariachi-patrimonio-cultural-inmaterial-de-la-humanidad>
- Gómez, E. (2017). Turismo en los principales destinos de sol y playa de Latinoamérica y El Caribe. *Turysdes: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 10(22), 25. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7932253>
- Houter, V., Mores, D., y Rodrigues, F. (2023). Escolas de Samba do Rio de Janeiro como Indutor Econômico para o Turismo. *Ultur-Revista de Cultura e Turismo*, 17(1). <https://doi.org/10.36113/cultur.v17i1.3348>
- Ledhesma, M. (2018). Tipos de turismo: nueva clasificación. *Buenos Aires*, 1, 66-86. https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf
- Lopes, P. (2020). Outros Tempos, Outros Carnavais: Brincadeiras De Entrudo E De Carnaval No Brasil (Século XIX). *Territórios e Fronteiras*, 13(1). <https://doi.org/10.22228/rtf.v13i1.994>
- Martin, M., y Ombroni, S. (2023). Aproximaciones a las condiciones del aprendizaje en el nivel superior. *El género como condición del aprendizaje*. Juan Carlos Garavaglia, 566. <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/6592>
- MICA. (9 de septiembre de 2021). www.cultura.gob.ar. <https://www.cultura.gob.ar/el-tango-en-la-economia-cultural-argentina-11091/>
- Pesantez, S., Echeverría, A., & Pacheco, K. (2020). Turismo disruptivo: rutas turísticas inteligentes. *Revista Publicando*, 7(25), 160-169. <https://doi.org/10.51528/rp.vol7.id2100>
- Rodríguez, N. (2022). Rodrigo Pincheira Albrecht Genealogía del rock penquista: Orígenes y Destino (1960-1990). *Ediciones Nuevos Territorios, Concepción 2019, 188 págs.*, Neuma (Talca), 15(1), 125-139. <http://dx.doi.org/10.4067/S0719-53892022000100125>
- Sánchez, C. (2022). De canción nacional a Patrimonio Inmaterial. Los casos del Fado y el Mariachi. *Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*, 231, 305. https://www.researchgate.net/profile/Saul-Lazaro-Ortiz/publication/359830554_El_Patrimonio_Cultural_Inmaterial_en_Espana_de_lo_pintoresco_a_lo_representativo/links/6250752eb0cee02d695b9696/El-Patrimonio-Cultural-Inmaterial-en-Espana-de-lo-pintoresco-a-lo-representativo.pdf#page=301

UCUENCA	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD	Página: Página 11 de 13
	DISEÑO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR – PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	Versión: 1
	CÓDIGO: UC-FCH-FOR-001	Vigencia desde: 01-04-2022
Elaborado por: Director de Carrera	Revisado por: Subdecano	Aprobado por: Decano

- Téllez, M., y Ramírez, S. (2021). Prácticas de comunicación en el ecosistema digital. Análisis de seis gobernaciones colombianas sobre sus procesos de comunicación pública para promover la participación ciudadana. *Investigación y Desarrollo*, 29(1), 41-68. <https://doi.org/10.14482/indes.29.1.323.042>.
- Torres, G., y Ullauri, N. (2018). Las celebraciones andinas y fiestas populares como identidad ancestral del Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2), 294-303. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n2/2218-3620-rus-10-02-294.pdf>
- Yera Barchi, F. (2020). Música Popular, Identidade Nacional e Patrimônio Cultural: perspectiva comparada do Tango, Fado e Samba. *Museologia e Patrimônio*, 13(2).
<https://web.p.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=19843917&AN=146313553&h=kzBz8qBSmUMypQiy6safZpr6BdIHecAPQSBllsR9WxaVCUbiBdg0%2f%2fwNzysgcwatlljs6%2flwJqRCMHSh%2fgEcDCA%3d%3d&url=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=ErrCrINotAuth&urlhashurl=login.aspx%3fdirect%3dtrue%26profile%3dehost%26scope%3dsite%26authtype%3dcrawler%26jrnl%3d19843917%26AN%3d146313553>

12. Anexos