

Millenium, 2(Edição Especial Nº21)

pt

A EMERGÊNCIA DO GLAMPING: UMA PESQUISA BIBLIOMÉTRICA
THE EMERGENCE OF GLAMPING: A BIBLIOMETRIC RESEARCH
LA EMERGENCIA DEL GLAMPING: UNA INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

Lúcia Pato^{1,2}  <https://orcid.org/0000-0002-2286-4155>

¹ Instituto Politécnico de Viseu, Viseu, Portugal

² Centro de Investigação em Recursos Naturais, Ambiente e Sociedade (CERNAS), Viseu, Portugal

Lúcia Pato - mljesus@esav.ipv.pt



Autor Correspondente

Maria Pato

Av. António Almeida Henriques
3500-631– Viseu - Portugal
mljesus@esav.ipv.pt

RECEBIDO: 24 de julho de 2025

REVISTO: 23 de janeiro de 2026

ACEITE: 4 de fevereiro de 2026

PUBLICADO: 27 de fevereiro de 2026

DOI: <https://doi.org/10.29352/mill0221e.42408>

RESUMO

Introdução: *Glamping* é uma mistura das palavras “glamouroso” e “acampamento”. Dada a ligação com o mundo rural, pode assumir-se como uma estratégia de desenvolvimento rural, ao mesmo tempo que contribui para a satisfação de uma parte substancial do mercado que pretende um contacto mais próximo com a natureza. Apesar desta pertinência, um estudo bibliométrico que clarifique questões essenciais relacionadas com a temática, não foi ainda realizado.

Objetivo: Fornecer *insights* em termos da amplitude da pesquisa e evolução da mesma, principais autores e principais afiliações, fontes usadas para publicação dos trabalhos, países em análise, tópicos de investigação e metodologias usadas.

Métodos: Pesquisa Bibliométrica feita na base de dados Scopus. Para tal utilizou-se a palavra “*glamping*”, tendo incidido sobre trabalhos que tivessem o termo no título, resumo ou palavras-chave. Posteriormente foi limitada a trabalhos publicados em revistas ou conferências. Dado que seis trabalhos não estavam relacionados diretamente com o turismo, estes foram eliminados. A análise dos resultados baseou-se em estatísticas descritivas, tendo sido complementada com o *VosViewer*.

Resultados: A maioria dos documentos surgiu a partir de 2020, o que revela a novidade da investigação sobre a temática. Numa lista de 114 autores, apenas três têm três artigos e oito, dois artigos, o que é compreensível dada a novidade desta forma de turismo. Portugal e China são os principais países de investigação. O *Journal of Outdoor Recreation and Tourism, Sustainability, International Journal of Tourism Research* e o *Journal of Hospitality and Tourism Management* são as principais revistas para publicação.

Conclusão: Conclui-se que o *glamping* constitui um campo de investigação ainda recente, com maior incidência em Portugal e na China. A literatura concentra-se sobretudo na perspetiva da oferta, embora, do lado da procura, se destaquem estudos sobre as características psicológicas dos turistas. Permanecem lacunas relevantes, nomeadamente quanto ao perfil dos empreendedores e ao enraizamento territorial desta modalidade turística, apontando caminhos para investigações futuras.

Palavras-chave: *glamping*; turismo; análise bibliométrica

ABSTRACT

Introduction: Glamping is a blend of the words “glamorous” and “camping”. Given its connection to rural areas, it can be considered a rural development strategy while also meeting the needs of tourists seeking closer contact with nature. Despite this relevance, a bibliometric study to clarify key issues surrounding the topic has not yet been conducted.

Objective: Provide insights into the scope and progress of research, key authors and affiliations, sources used for publication, countries analysed, research topics, and methodologies used.

Methods: Bibliometric research conducted using the Scopus database. The word “glamping” was used, focusing on works that included the term in the title, abstract, or keywords. The search was then limited to works published in journals or conferences. Since six works were not directly related to tourism, they were eliminated. The analysis of the results was based on descriptive statistics and supplemented with *VosViewer*.

Results: Most of the papers appeared after 2020, which reveals the novelty of research on the topic. Of a list of 114 authors, only three had three articles, and eight had two articles, which is understandable given the novelty of this form of tourism. Portugal and China are the main countries surveyed. The *Journal of Outdoor Recreation and Tourism, Sustainability, International Journal of Tourism Research*, and the *Journal of Hospitality and Tourism Management* are the main journals for publication.

Conclusion: Glamping emerges as a recent research field, with most studies conducted in Portugal and China. The literature focuses primarily on the supply side, while demand-side research emphasizes tourists’ psychological characteristics. Important gaps remain, particularly regarding entrepreneurs’ profiles and the territorial embeddedness of this form of tourism, pointing to directions for future research.

Keywords: glamping; tourism; bibliometric analysis

RESUMEN

Introducción: *Glamping* es una palabra compuesta por las palabras “glamorous” y “camping”. Dada su conexión con el mundo rural, puede considerarse una estrategia de desarrollo rural, a la vez que contribuye a la satisfacción de un segmento sustancial del mercado que busca un contacto más cercano con la naturaleza. A pesar de su relevancia, aún no se ha realizado un estudio bibliométrico que aclare cuestiones esenciales sobre el tema.

Objetivo: Proporcionar información sobre el alcance de la investigación y su evolución, los principales autores y afiliaciones, las fuentes utilizadas para la publicación, los países analizados, los temas de investigación y las metodologías empleadas.

Métodos: Investigación bibliométrica realizada en la base de datos Scopus. Para ello se utilizó la palabra «glamping», centrándose en los trabajos que incluían el término en el título, el resumen o las palabras clave. Posteriormente, se limitó a los trabajos publicados en revistas o conferencias. Dado que seis trabajos no estaban directamente relacionados con el turismo, se eliminaron. El análisis de los resultados se basó en estadísticas descriptivas y se complementó con *VosViewer*.

Resultados: La mayoría de los documentos aparecieron después de 2020, lo que revela la novedad de la investigación sobre el tema. De una lista de 114 autores, solo tres presentaron tres artículos y ocho dos, lo cual es comprensible dada la novedad de esta modalidad de turismo. Portugal y China son los principales países de investigación. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism, Sustainability, International Journal of Tourism Research* y *Journal of Hospitality and Tourism Management* son las principales revistas de publicación.

Conclusión: El *glamping* se configura como un campo de investigación reciente, con mayor producción científica en Portugal y China. La literatura se centra principalmente en la oferta, mientras que, desde la demanda, predominan los estudios sobre las características psicológicas de los turistas. Persisten vacíos relevantes, especialmente en relación con el perfil de los emprendedores y el arraigo territorial de esta modalidad turística, lo que señala líneas para futuras investigaciones.

Palabras clave: *glamping*; turismo; análisis bibliométrica

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o setor do turismo tem assistido a uma crescente procura por experiências que conciliem conforto e contacto com a natureza. Neste contexto, o *glamping* afirma-se como uma tipologia de alojamento que concilia o contacto com a natureza com o padrão de conforto da hotelaria de luxo. Como refere Craig (2025), o *glamping* está associado ao glamour e ao luxo, tendo características especiais em termos de serviços proporcionados que distinguem a modalidade de formas tradicionais de *camping*, estando por isso também associado a um preço *premium*.

Este tipo de turismo tem vindo a afirmar-se, embora ainda de forma modesta, como uma alternativa sustentável e diferenciadora no mercado global, integrando-se na tendência de valorização da autenticidade e do bem-estar no consumo turístico (Angelini, 2023; Brochado & Brochado, 2019; Liberato et al., 2018). Por um lado, o *glamping* responde às exigências de um novo perfil de turista, mais consciente das questões ambientais e que procura experiências únicas, personalizadas e imersivas (Liberato et al., 2018, 2023; Lopes et al., 2021). A este respeito, por exemplo, Hanafiah et al. (2025) enfatizam que se tem observado uma mudança nas preferências de destinos turísticos, incluindo uma preferência crescente por destinos de turismo ecológico e um afastamento de locais sobrelotados, motivada por preocupações sobre o impacto da concentração de pessoas nos locais e do turismo de massas no comportamento individual de viagem. De facto, os atributos associados à sustentabilidade das unidades de alojamento são os mais importantes na mente dos turistas: proximidade com a natureza, paz e relaxamento, práticas ecológicas e distanciamento social (Pop et al., 2024).

Por outro lado, em alguns países, esta forma de turismo é também observada como indutora do desenvolvimento rural (Hirano, 2023; Teixeira et al., 2024) e turístico (Eremić, 2021; Giannoukou et al., 2023). Não menos importante, é ainda o contributo do *glamping* para a indução do turismo doméstico, cuja importância foi crucial em determinadas situações, como a vivida durante a pandemia de COVID-19 (Pop et al., 2024).

Apesar do crescente interesse académico pelo *glamping*, a literatura existente permanece fragmentada e dispersa, incidindo sobretudo em estudos de caso ou análises empíricas isoladas, sem uma visão sistemática da evolução do campo científico. Até ao momento, não existe um mapeamento bibliométrico abrangente que identifique os principais autores, redes de colaboração, fontes de publicação, tópicos dominantes, metodologias utilizadas e lacunas de investigação. Esta ausência dificulta a consolidação teórica do conceito e a definição de agendas de investigação futuras.

Neste sentido, o presente estudo procura responder à seguinte questão de investigação: como se caracteriza e estrutura a produção científica sobre *glamping* em termos de evolução temporal, atores envolvidos, temas de análise e abordagens metodológicas? Através de uma análise bibliométrica da base de dados Scopus, este trabalho pretende sistematizar o conhecimento existente, identificar tendências e lacunas e, assim, contribuir para o desenvolvimento conceptual e estratégico desta área emergente de turismo.

A pesquisa foi realizada na base de dados Scopus a 7 de maio de 2025, recorrendo ao termo *glamping* no título, resumo e palavras-chave. Posteriormente, a amostra foi delimitada a artigos de revistas e atas de conferências. A análise de dados seguiu uma abordagem de estatística descritiva, complementada pela análise bibliométrica através do software VOSviewer.

O artigo está estruturado em cinco seções para além da introdução. Na seção 1 é feita a revisão da literatura, nomeadamente do conceito de *glamping*. Na seção 2 é apresentada a metodologia do estudo. Na seção 3 são apresentados os resultados do estudo bibliométrico, sendo que, a discussão dos resultados é feita na seção 4 e as conclusões são apresentadas na seção 5.

1. O QUE É O GLAMPING?

O termo *glamping* — uma junção das palavras “glamouroso” e “acampamento” — refere-se a uma forma de turismo que combina a experiência de contacto direto com a natureza, típica do campismo, com o conforto e as comodidades associadas à hotelaria de luxo. Embora o fenómeno tenha tomado visibilidade nos finais dos anos noventa devido à crise financeira internacional que dificultou as viagens ao estrangeiro (Glampinghub, 2025a), o crescimento contemporâneo do *glamping* está ligado a diversas transformações sociais, culturais e económicas. Após a crise financeira de 2008, muitas famílias no Reino Unido e noutros países começaram a procurar formas alternativas e mais acessíveis de férias, impulsionando o interesse por estadias domésticas em espaços naturais (Hyde & Decrop, 2011). O aumento do turismo experiencial, a valorização da autenticidade e da sustentabilidade, bem como a procura de “luxo informal” por parte dos *millennials* e dos *baby boomers*, favoreceram a expansão deste tipo de turismo (Kumar & Ahmed, 2023).

Atualmente, o *glamping* abrange uma grande diversidade de tipologias, incluindo tendas de safári, *yurts* mongóis, tipis nativos, domes geodésicos, casas de árvore, caravanas *vintage* e *eco-lodges* (Glampinghub, 2025b). Estas estruturas distinguem-se pela incorporação de comodidades normalmente associadas à hotelaria, como camas confortáveis, casas de banho privativas, aquecimento, acesso à internet e serviços complementares, como refeições orgânicas ou massagens, proporcionando estadias mais qualificadas em contextos naturais (Pop et al., 2024).

Do ponto de vista académico, a literatura sobre *glamping* está em crescimento, mas ainda pouco consolidada. Estudos como os de Craig & Karabas (2021), publicados na revista *Sustainability*, apontam para o seu papel pós-pandemia como forma segura de turismo, valorizando o conforto sem comprometer o distanciamento social. Kiryakova-Dineva et al. (2022), por sua vez, aplicam o

DOI: <https://doi.org/10.29352/mill0221e.42408>

modelo Estímulo-Organismo-Reação (S-O-R) para estudar a relação entre o design emocional dos espaços de *glamping* e a satisfação dos turistas.) Em 2023, (2023) identificaram Portugal, Estados Unidos da América e China como os principais polos de produção científica sobre o tema, evidenciando simultaneamente a concentração geográfica da investigação e a necessidade de mais estudos empíricos que analisem os impactos socioculturais, económicos e ambientais do *glamping* nos territórios onde se insere. A sustentabilidade assume, neste contexto, um papel transversal, surgindo como um dos eixos centrais tanto na perspectiva da oferta — através de formas de alojamento integradas em ambientes naturais e valorização de recursos locais — como na perspectiva da procura, associada à procura de experiências mais responsáveis e próximas da natureza. Ainda assim, a literatura permanece dispersa e pouco sistematizada, reforçando a pertinência de análises integradoras que permitam mapear tendências, autores e lacunas de investigação.

2. MÉTODOS

Com o objetivo de obter uma compreensão mais aprofundada acerca das principais tendências da investigação em *glamping*, foi desenvolvida uma pesquisa bibliométrica, integrando quatro fases principais (Figura 1).

Numa primeira fase, procedeu-se à recolha de artigos na base de dados bibliográfica Scopus SciVerse.

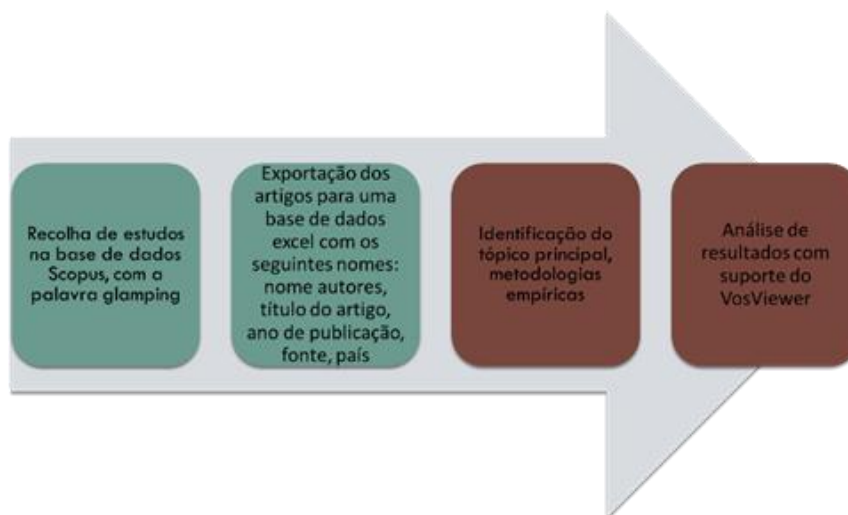


Figura 1 – Metodologia de investigação

Fonte: Própria a partir de dados recolhidos na Scopus Sci Verse

Os estudos bibliométricos recorrem habitualmente à *ISI Web of Science* (WOS), *Google Scholar* (GS) e/ou *Scopus*. Embora o GS apresente maior volume de resultados, evidencia inconsistências e duplicações, enquanto a Scopus assegura melhor qualidade dos registos, maior cobertura de revistas e funcionalidade de análises mais robustas (Falagas et al., 2008; Norris & Oppenheim, 2007; Pato & Teixeira, 2016). Com base nestes argumentos, optou-se por utilizar a base de dados Scopus neste estudo, utilizando precisamente o termo *glamping*. A utilização exclusiva desta palavra-chave visou garantir elevada precisão temática, assegurando que apenas estudos explicitamente centrados nesta modalidade turística fossem incluídos e evitando que trabalhos apenas tangencialmente relacionados com campismo ou turismo de natureza fossem incluídos. A pesquisa foi feita a 27 de maio de 2025, considerando documentos com o termo no título, resumo ou palavras-chave. Esta delimitação segue práticas consolidadas em análises bibliométricas, permitindo equilibrar abrangência e relevância científica (Pato & Teixeira, 2016).

Os resultados foram posteriormente limitados a artigos de revistas e atas de conferências. A restrição procurou assegurar qualidade metodológica e revisão por pares das publicações analisadas.

Na segunda fase, os registos foram exportados para uma folha de cálculo Excel, construindo-se uma base de dados com informação relativa a autor, título, ano de publicação, fonte e país. Os resumos — e, quando necessário, os textos integrais — foram lidos, retendo apenas os estudos diretamente relacionados com o conceito. De um total inicial de 61 documentos, foram selecionados 55 artigos. A verificação manual permitiu reforçar a validade interna da amostra, garantindo a pertinência temática dos trabalhos incluídos.

Na terceira fase, os artigos foram analisados individualmente e classificados segundo várias dimensões: tema central, tipo de artigo e metodologias empíricas utilizadas. Quanto à temática principal, os estudos foram agrupados em sete tópicos, além de uma categoria residual intitulada "Outros": (1) características demográficas dos turistas, (2) características psicológicas, (3) ruralidade, (4) características organizacionais, (5) características dos empreendedores, (6) características do produto turístico e (7) condições climáticas.

DOI: <https://doi.org/10.29352/mill0221e.42408>

Para a classificação do tipo de artigo, com base no método de investigação predominante, seguiu-se a tipologia proposta por Pato e Teixeira (2016), distinguindo artigos conceituais, apreciativos/discursivos, empíricos e formais. Os artigos conceituais concentram-se no desenvolvimento teórico, sem apresentação de dados ou análises empíricas. Os artigos apreciativos ou discursivos consistem sobretudo em reflexões críticas e avaliações. Os artigos empíricos dedicam-se à análise de dados, geralmente através de métodos estatísticos ou econométricos. Por fim, os artigos formais são aqueles que desenvolvem modelos de natureza matemática e/ou analítica.

Em seguida, procedeu-se à classificação dos artigos empíricos, com base numa adaptação das tipologias propostas por Malhotra et al. (2013) de acordo com as principais metodologias empíricas empregadas: (1) análise descritiva e exploratória; (2) modelos multivariados; (3) análise qualitativa; e (4) outra.

A categoria de “análises descritivas e exploratórias” refere-se à utilização de técnicas numéricas e gráficas que permitem resumir e apresentar os dados de forma clara e acessível. Esta abordagem pode englobar a análise da distribuição das variáveis, medidas de tendência central e de dispersão, bem como testes estatísticos como a ANOVA, correlações e tabulações cruzadas.

Por sua vez, os “modelos multivariados” dizem respeito a técnicas analíticas mais avançadas, orientadas para a compreensão dos diferentes objetivos e pressupostos de cada tipo de análise multivariada e das suas inter-relações. Entre estas técnicas incluem-se a regressão, a análise fatorial, a análise de clusters, entre outras.

A “análise qualitativa” baseia-se em métodos de natureza qualitativa, em contraste com os métodos quantitativos, e frequentemente recorre a estudos de caso, abordagens etnográficas ou narrativas. Em termos empíricos, alguns artigos procedem ainda à triangulação dos dados, cruzando análise qualitativa com quantitativa.

Finalmente na quarta fase do processo, procedeu-se à análise bibliométrica, baseada em estatísticas simples e exploratórias (cf. secção seguinte). A análise foi complementada com recurso ao suporte VosViewer. Este software é amplamente utilizado em estudos bibliométricos por permitir mapear redes de coautoria, coocorrência de palavras-chave e clusters temáticos, possibilitando a identificação de padrões estruturais da investigação de forma sistemática, visual e replicável, reforçando a robustez da análise (Van Eck & Waltman, 2010).

3. RESULTADOS

3.1 Emergência do tópico na literatura

A produção científica sobre *glamping* teve o seu início em 2008 com o trabalho intitulado precisamente “Glamping” (Starmer, 2008). Esta investigação pioneira explorou o equilíbrio entre o glamour da oferta e a procura por experiências ao ar livre que não abdicassem do conforto e da tranquilidade. Após um interregno, o interesse pelo tópico ressurgiu em 2017 com duas novas publicações. Contudo, o volume de produção manteve-se reduzido até 2021, ano em que se registou um crescimento mais acentuado, com 10 novos estudos publicados. A análise da Figura 2 confirma esta tendência de aceleração, demonstrando que mais de três quartos (3/4) da literatura disponível foi publicada a partir de 2020.

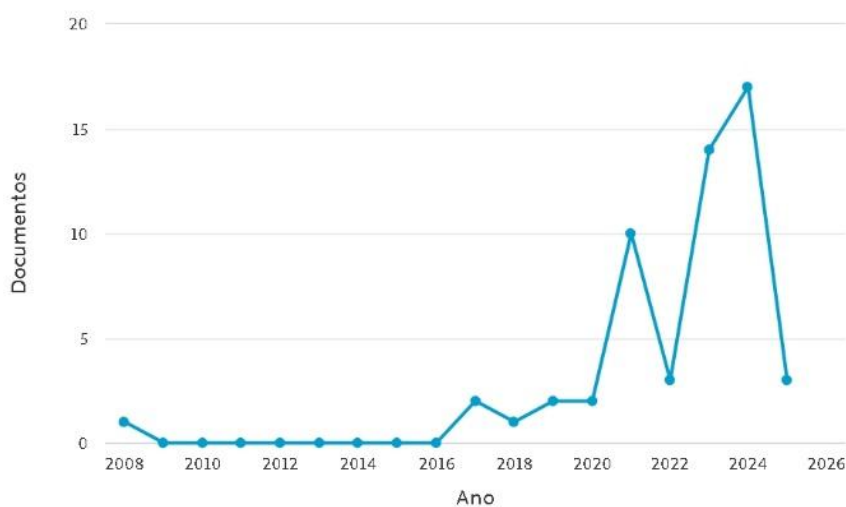


Figura 2 – Evolução de estudos sobre *glamping*
Fonte: Própria a partir de dados recolhidos na Scopus Sci Verse

Esta evolução reflete a crescente relevância do *glamping*, reforçando o seu posicionamento enquanto objeto de estudo académico e nicho estratégico para os agentes de mercado.

DOI: <https://doi.org/10.29352/mill0221e.42408>

3.2 Autores principais

É interessante notar que, de um total de 124 autores, apenas 14 têm dois ou mais artigos. Entre estes, apenas quatro apresentam três publicações: José Coelho, Dália Liberato e Pedro Liberato, em Portugal, e Christopher Craig, nos Estados Unidos da América. Observa-se, aliás, na Figura 3 que os três primeiros autores referidos possuem uma rede de colaboração estreita, evidenciada pelos vários trabalhos em coautoria. Situação semelhante verifica-se no caso de Yang Cao, Guanghui Qiao e Keheng Xiang, também coautores de três trabalhos. Paralelamente, existem autores que publicam de forma individual, destacando-se, a nível nacional, Ana Brochado.



Figura 3 – Ligações entre autores
Fonte: Própria a partir de dados recolhidos na Scopus Sci Verse

Quando se analisa a afiliação destes autores, constata-se, na Tabela 1, que dos 14 autores identificados, quatro estão vinculados a instituições académicas portuguesas, com principal destaque para o Instituto Politécnico do Porto, ao qual se encontram afiliados três desses autores.

Tabela 1 – Autores principais e visibilidade científica

Ranking	Nome	Afiliação (país)	Total de publicações na Scopus (Nº Citações) [h-index]*	Nº artigos sobre <i>glamping</i>
1	Coelho, J.	Instituto Politécnico do Porto (Portugal)	3 (10) [2]	3
1	Liberato, D.	Instituto Politécnico do Porto (Portugal)	115 (556) [9]	3
1	Liberato, P.	Instituto Politécnico do Porto (Portugal)	101 (525) [9]	3
1	Craig, C.A.	Universidade Estadual de Murray (Estados Unidos América)	48 (741) [16]	3
2	Brochado, A.	Iscte – Instituto Universitário de Lisboa (Portugal)	79 (1829) [24]	2
2	Cao, Y.	Academia de Turismo, China (China)	3 (20) [2]	2
2	Grande, K.	Grupo Excelia, La Rochelle (França)	13 (60) [6]	2
2	Hanafiah, M.H.	Universidade Tecnológica de MARA (Malásia)	143 (1361) [6]	2
2	Hussein, A.S.	Universidade Brawijaya (Indonésia)	46 (474) [13]	2
2	Kiryakova-Dineva, T.	Universidade do Sudoeste Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgária)	9 (11) [2]	2
2	Koyundzhyska-Davidkova, B.	Universidade do Sudoeste Neofit RilskiT, Blagoevgrad (Bulgária)	6 (58) [2]	2
2	Qiao, G.	Universidade de Zhejiang Gongshang, Hangzhou, China	48 (805) [17]	2
2	Vasenska, I.	Universidade do Sudoeste Neofit RilskiT, Blagoevgrad (Bulgária)	7 (53) [2]	2
2	Xiang, K.	Universidade de Estudos Internacionais de Zhejiang, Hangzhou, China	23 (252) [12]	2

Fonte: Própria a partir de dados recolhidos na Scopus Sci Verse

DOI: <https://doi.org/10.29352/mill0221e.42408>

A observação da Tabela 1 permite ainda concluir que entre estes autores há três (Liberato, D.; Liberato, P.; e Hanafiah, M.H.) que possuem um número de publicações indexadas na *Scopus* superior a 100 e cinco autores (Craig, C.A.; Brochado, A.; Hussein, A.S.; Qiao, G. e Xiang, K.) que possuem um h index considerável, superior a 10. Estes dados evidenciam a qualidade científica destes investigadores e a sua influência, nomeadamente na investigação sobre o *glamping*.

3.3 Fontes de investigação principal e visibilidade científica

As revistas que registam o maior número de artigos publicados sobre *glamping* são o *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* (com quatro artigos) e a revista *Sustainability* (com três artigos). Seguem-se quatro outras revistas com dois artigos publicados sobre a temática. Enfatiza-se que duas das revistas constantes na tabela possuem um fator de impacto relevante, superior a 5. Todas as revistas referidas pertencem ao quartil com mais prestígio, nomeadamente o quartil 1. Este dado evidencia a notoriedade das revistas onde são publicados estes artigos.

Em termos das áreas científicas destas seis revistas, observa-se, na tabela, que, à exceção de apenas uma delas (*Sustainability*), todas as restantes estão interligadas com o setor do turismo.

Tabela 2 – Fontes principais e visibilidade científica

Ranking (por frequência)	Revista	Área principal (SCImago)	SCImago Journal Rankings 2023	Quartil	Frequência
1	Journal Of Outdoor Recreation and Tourism	Planeamento e gestão de recreação ao ar livre	3,6	Q1	4
2	Sustainability	Ciência da Computação; Energia; Ciência Ambiental; Ciências Sociais	3,3	Q1	3
3	International Journal Of Hospitality Management	Negócios, Gestão e Contabilidade	10	Q1	2
3	International Journal Of Tourism Research	Negócios, Gestão e Contabilidade; Ciências do Ambiente, Ciências Sociais	4,1	Q1	2
3	Journal Of Hospitality And Tourism Management	Negócios, Gestão e Contabilidade	7,6	Q1	2
3	Journal Of Hospitality And Tourism Insights	Negócios, Gestão e Contabilidade: Gestão do Turismo, Lazer e Hotelaria	4,8	Q1	2

Nota: Os dados da tabela dizem respeito à pesquisa elaborada a 27 de maio de 2025.

Fonte: Fonte própria a partir de dados recolhidos na Scopus Sci Verse

De todo o modo, deve também frisar-se o elevado número de revistas associadas apenas a um artigo, algumas das quais não apresentam fator de impacto.

3.4 Tópicos principais de análise

A análise apresentada na Figura 4 permite visualizar de forma clara a predominância de estudos centrados nas dimensões psicológicas da procura e na ruralidade associada à oferta. Esta configuração revela que a investigação sobre *glamping* tem avançado sobretudo em torno das motivações, expectativas e experiências dos turistas, por um lado, e das características territoriais e organizacionais das unidades de oferta, por outro. Contudo, a escassez de trabalhos que articulem estas duas perspetivas confirma a natureza ainda fragmentada deste campo científico. A ausência de abordagens integradoras limita a compreensão holística do fenómeno, sobretudo no que diz respeito às interações entre turistas, operadores e territórios, evidenciando a necessidade de investigações que explorem simultaneamente dinâmicas de oferta e de procura.

DOI: <https://doi.org/10.29352/mill0221e.42408>

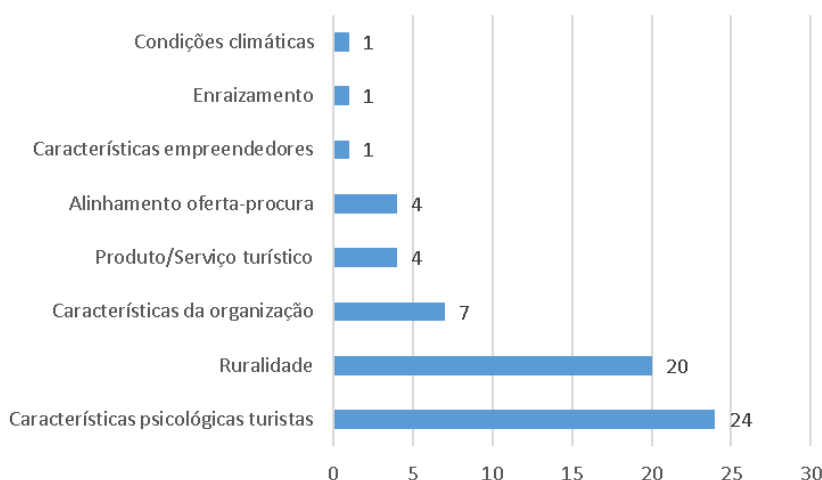


Figura 4 –Tópicos principais de análise
 Fonte: Própria a partir de dados recolhidos na Scopus Sci Verse

Em relação às palavras-chave utilizadas nos estudos, verifica-se que, de 182 palavras-chave, apenas 17 aparecem pelo menos duas vezes nestes 55 estudos. As palavras-chave dominantes são *glamping* (que aparece 36 vezes), *camping* (14 vezes) e *tourism* (8 vezes). As palavras-chave utilizadas formaram seis clusters. O cluster 1 (com as palavras-chave *ecotourism*, *glamping*, *rural tourism*, *typology*) está associado ao *glamping* como atividade de turismo rural e ecoturismo. O cluster 2 (com as palavras-chave *experience*, *nature-based tourism*, *sustainable tourism*) está associado às atividades com base na natureza e à sustentabilidade turística. O cluster 3 (com as palavras-chave *accommodation*, *recreation* e *tourism*) está associado a novas formas de alojamento e recreação. O cluster 4 (com as palavras-chave *accommodation*, *environment* e *emotional value*) está associado à dimensão emocional/experiencial que esta forma de alojamento pode proporcionar. O cluster 5 (com as palavras-chave *camping* e *tourist experience*) está associado à atividade de campismo. Finalmente, o cluster 6 (com as palavras-chave COVID-19 e *outdoor tourism*) relaciona a atividade turística com a COVID-19 e eventuais benefícios associados à prática turística.

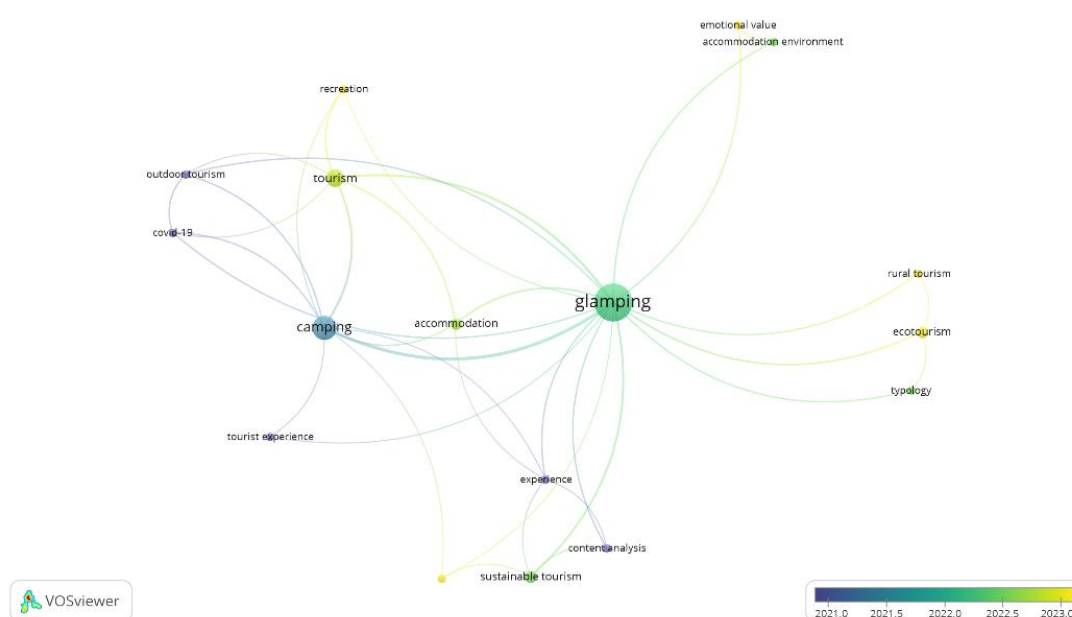


Figura 5 – Palavras-chave utilizadas
 Fonte: Própria a partir de dados recolhidos na Scopus Sci Verse

DOI: <https://doi.org/10.29352/mill0221e.42408>

Assim, a estrutura dos clusters confirma a centralidade de temas como natureza, experiência e sustentabilidade, reforçando o carácter multidimensional do *glamping* enquanto objeto de investigação.

3.5 Países em análise

Portugal (com oito estudos) e China (com cinco estudos) são os principais países sobre os quais se tem debruçado a investigação sobre *glamping* (Figura 6). Portugal tem apostado fortemente no turismo sustentável e de natureza, com regiões como o Alentejo, Douro e Algarve a oferecerem experiências autênticas, ligadas ao território e ao património rural. Por exemplo, Teixeira et al. (2024) referem que os resultados obtidos no Alentejo revelam que as alianças em torno da atividade estão alinhadas com o propósito de contribuir para um turismo mais sustentável, que visa a preservação e conservação de todo o património natural e cultural, ao mesmo tempo que permite a criação de mais postos de trabalho.

Por sua vez, a China, com a sua vasta diversidade geográfica e cultural, tem promovido o *glamping* como uma forma de turismo rural e de luxo, especialmente para a classe média. O ano de 2020 foi, aliás, referido como o primeiro ano de *glamping* neste país (Sun & Huang, 2023). De facto, ao contrário da lenta recuperação do mercado turístico, as restrições da COVID-19 na China levaram os residentes das cidades para aventuras mais radicais, dando origem a uma indústria de *glamping* em expansão, com os consumidores chineses a aderirem a esta nova forma de turismo (Xiang et al., 2023).

Vale ainda a pena referir que noutros países como a Rússia, a Coreia, a Roménia, a Indonésia e os Estados Unidos da América, o *glamping* tem sido alvo de estudo. O facto revela que este fenómeno turístico ultrapassa barreiras culturais e geográficas. Na Rússia, parece haver um interesse crescente da classe média urbana por experiências exclusivas e fora dos circuitos tradicionais (Kireeva, 2021). Na Coreia do Sul existem uma cultura de bem-estar, *slow tourism* e experiências na natureza (Kim et al., 2024). Na Roménia há um interesse por estratégias de desenvolvimento rural sustentável, sendo o *glamping* visto como forma de gerar rendimento local sem impactos ambientais excessivos (Pop et al., 2024). Na Indonésia parece haver uma enorme atratividade para turistas internacionais na procura de exotismo e natureza (Yuliana et al., 2025). Finalmente nos Estados Unidos da América, o *glamping* é visto como nicho dentro do mercado de turismo doméstico e experiências *premium* (Craig, 2021; Craig & Karabas, 2021).

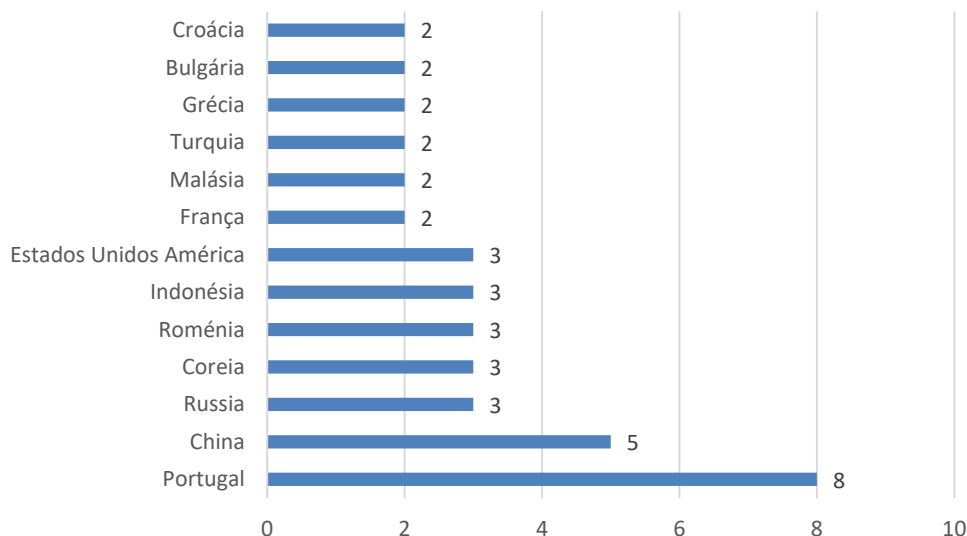


Figura 6 – Países em análise

Fonte: Própria a partir de dados recolhidos na Scopus Sci Verse

4. DISCUSSÃO

A análise da produção científica sobre o fenómeno do *glamping* revela uma área de investigação emergente e em rápida consolidação. O incremento do interesse académico a partir de 2017, reflete mudanças nas dinâmicas do setor turístico, com os viajantes a procurar o contacto com a natureza, sem abdicar do conforto, tendência acentuada durante a pandemia de COVID-19 (Gössling et al., 2020).

Com efeito, a larga maioria da produção científica, foi publicada após 2020, o que confirma o reconhecimento do *glamping* como um nicho relevante no turismo contemporâneo. Esta procura por experiências singulares em espaços naturais alinha-se com o que Musa et al. (2025) referem ser as “motivações de escape”, onde os indivíduos procuram escapar da rotina urbana através de experiências autênticas, frequentemente em contextos rurais ou protegidos.

DOI: <https://doi.org/10.29352/mill0221e.42408>

No que diz respeito à autoria, os resultados demonstram uma produção dispersa, com apenas 14 dos 124 autores identificados a contribuírem com dois ou mais artigos sobre o tema. Destacam-se, no entanto, investigadores com atividade contínua e colaborativa, como José Coelho, Dália Liberato e Pedro Liberato, todos afiliados ao Instituto Politécnico do Porto, bem como Christopher Craig (Murray State University, EUA), cuja produção tem sido relevante para a consolidação da área. O facto de vários destes autores apresentarem um h-index elevado ou um número significativo de publicações indexadas na Scopus reforça a sua influência no campo do turismo (Hall et al., 2020). Estas redes de colaboração, também observadas entre autores chineses, são características de campos científicos em desenvolvimento, nos quais o conhecimento se obtém através de núcleos colaborativos e de produção interdisciplinar.

As revistas científicas que acolhem a maior parte dos estudos sobre *glamping* são o *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* e a revista *Sustainability*, ambas inseridas no primeiro quartil (Q1) do sistema SCImago. Este dado evidencia não apenas a qualidade da produção científica, mas também a sua crescente legitimidade no meio académico. Autores como Bramwell et al. (2017) sublinham que a publicação em revistas de elevado impacto constitui um sinal de maturidade e pertinência científica, especialmente em áreas emergentes como o turismo sustentável e o turismo de natureza.

No que concerne aos tópicos abordados, a investigação recai sobretudo em estudos centrados nas dimensões psicológicas da procura e nos comportamentos e motivações das experiências (Shi et al., 2018), em detrimento de características sociodemográficas, que poderiam contribuir para uma melhor segmentação de mercado e para o planeamento estratégico. Observa-se também uma escassa representação de estudos que analisem o alinhamento entre a oferta e a procura. Esta fragmentação é frequentemente apontada como uma limitação na literatura em turismo, uma vez que uma abordagem holística é fundamental para a compreensão das interações entre territórios, turistas e operadores (Tasci, 2019) e para promover o planeamento sustentável e a governança territorial (Lane & Kastenholz, 2015).

A análise das palavras-chave corrobora a centralidade de temas como o ecoturismo, turismo rural, sustentabilidade e experiências turísticas, organizados em seis *clusters* temáticos. A presença de palavras associadas à pandemia, como COVID-19 e *outdoor tourism*, revela a adaptação da investigação aos fatores contextuais recentes, que impulsionaram formas de turismo menos convencionais e percecionadas como menor risco sanitário (Romagosa, 2020).

Do ponto de vista geográfico, a investigação concentra-se em países como Portugal e China, embora também existam estudos em contextos diversos, como Roménia, Indonésia, Coreia do Sul e Estados Unidos da América. Em Portugal, o *glamping* está fortemente associado a estratégias de turismo sustentável e à valorização do património rural, como demonstrado por Teixeira et al. (2024) no caso do Alentejo. Já na China, a rápida expansão do *glamping* é explicada pela procura da classe média urbana por experiências exclusivas e seguras, fenómeno intensificado durante a pandemia COVID 19 (Craig, 2021).

A diversidade de contextos analisados demonstra que o *glamping* transcende barreiras culturais e geográficas, assumindo formas distintas consoante os valores locais, os recursos disponíveis e as dinâmicas socioeconómicas. Como afirmam Lane & Kastenholz (2015) no que se refere aos contextos rurais, o sucesso destas formas alternativas de turismo depende da sua capacidade de integrar autenticidade, sustentabilidade e rentabilidade económica.

CONCLUSÃO

A produção científica sobre o *glamping* evidencia a consolidação deste fenómeno como um campo emergente no turismo contemporâneo, com crescimento acentuado após 2020 e crescente atenção académica. Os resultados confirmam, contudo, a persistência de uma investigação fragmentada, marcada pela separação entre oferta e procura e por alguma concentração geográfica, o que limita uma compreensão integrada do fenómeno.

Do ponto de vista teórico, os resultados reforçam a necessidade de avançar para abordagens interdisciplinares e holísticas que articulem turistas, operadores, comunidades locais e decisores políticos, permitindo analisar o *glamping* como prática turística simultaneamente económica, social e territorial. Em termos práticos, os resultados oferecem orientações para o planeamento de destinos rurais e de baixa densidade, salientando a importância de estratégias que combinem autenticidade, sustentabilidade e envolvimento dos stakeholders locais, de modo a maximizar os benefícios territoriais desta emergente modalidade de alojamento. Este estudo apresenta, contudo, algumas limitações, nomeadamente a utilização exclusiva da base de dados Scopus e do termo "*glamping*", o que pode ter excluído publicações relevantes noutras fontes ou sob designações alternativas. Investigações futuras poderão alargar as bases de dados, incorporar análises qualitativas de conteúdo e explorar comparações territoriais mais aprofundadas.

Em síntese, o *glamping* afirma-se não apenas como nicho de mercado, mas como objeto científico em consolidação, requerendo agendas de investigação mais integradas, colaborativas e orientadas para a sustentabilidade dos territórios.

DOI: <https://doi.org/10.29352/mill0221e.42408>

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto Ref^a. UIDB/00681/2025. Agradecemos adicionalmente ao Centro de Investigação CERNAS e ao Instituto Politécnico de Viseu pelo apoio concedido.

CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

Conceptualização, L.P.; tratamento de dados, L.P.; análise formal, L.P.; investigação, L.P.; metodologia, L.P.; redação – preparação do rascunho original, L.P.; redação – revisão e edição, L.P.

CONFLITO DE INTERESSES

A autora declara não existir conflito de interesses.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Angelini, A. (2023). Luxury tourism in sustainable accommodation - what can compromise the tourist experience? An analysis of glamping in Italy. *Sinergie*, 41(1), 21-39. <https://doi.org/10.7433/S120.2023.02>
- Bramwell, B., Higham, J., Lane, B., & Miller, G. (2017). Twenty-five years of sustainable tourism and the Journal of Sustainable Tourism: looking back and moving forward. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 1-9. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1251689>
- Brochado, A., & Brochado, F. (2019). What makes a glamping experience great? *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(1), 15-27. <https://doi.org/10.1108/JHTT-06-2017-0039>
- Craig, C. A. (2021). Camping, glamping, and coronavirus in the United States. *Annals of Tourism Research*, 89. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103071>
- Craig, C. A. (2025). Glamping: A review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 49, 100858. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2025.100858>
- Craig, C. A., & Karabas, I. (2021). Glamping after the coronavirus pandemic. *Tourism and Hospitality Research*, 21(2), 251-256. doi:10.1177/1467358421993864
- Eremić, G. (2021). New trends in camping tourism – Glamping and family campsites. *Geoadria*, 26(1), 59-82. <https://doi.org/10.15291/geoadria.3095>
- Falagas, M. E., Pitsouni, E. I., Malietzis, G. A., & Pappas, G. (2008). Comparison of PubMed, Scopus, Web of Science, and Google Scholar: strengths and weaknesses. *FASEB Journal*, 22(2), 338-342. <https://doi.org/10.1096/fj.07-9492LSF>
- Giannoukou, I., Fafouti, E., & Halkiopoulou, C. (2023). Behavior analysis of glamping as a novel tourism marketing trend. *Springer Proceedings in Business and Economics*. Springer.
- Glampinghub. (2025a). *From camping to glamping: History and evolution*. <https://glampinghub.com/blog/history-of-glamping/>
- Glampinghub. (2025b). *Types of glamping*. <https://glampinghub.com/types-of-glamping>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577-598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Hanafiah, M. H., Amirah, W. N., Asyraf, M. A., Zain, N. A. M., & Hussein, A. S. (2025). Glamping tourism: Unpacking ecotourists' experiential quality, perceived value and behavioural intention. *Journal of Ecotourism*. <https://doi.org/10.1080/14724049.2024.2447953>
- Hirano, Y. (2023). Development and current situation of forest use by camping sites in Japan. *Journal of the Japanese Forestry Society*, 105(3), 76-86. <https://doi.org/10.4005/jjfs.105.76>
- Hyde, K. F., & Decrop, A. (2011). New perspectives on vacation decision making. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 5(2), 103-111. <https://doi.org/10.1108/17506181111139537>
- Kim, H. J., Kim, J., & Yoon, T. H. (2024). Understanding of nationwide camping behavior in Korea: The influence of camping regions and type of accommodation on the costs incurred. *International Journal of Tourism Research*, 26(5). <https://doi.org/10.1002/jtr.2790>

DOI: <https://doi.org/10.29352/mill0221e.42408>

- Kireeva, Y. A. (2021). Development of glamping in Russia and abroad. *Laplage em Revista*, 7, 553-560. <https://doi.org/10.24115/S2446-622020217Extra-B970p.553-560>
- Kiryakova-Dineva, T., Vasenska, I., & Koyundzhyska-Davidkova, B. (2022). Glamping: An active back to nature trend in the post-pandemic tourism reality. *Paper presented at the International Conference on Tourism Research*, 15(1), 175-182. <https://doi.org/10.34190/ictr.15.1.290>
- Kumar, A., & Ahmed, W. (2023). Glamour camping: A bibliometric study and future research direction. *Journal of Operations and Strategic Planning*, 6(1), 59-75. <https://doi.org/10.1177/2516600x231178378>
- Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1133-1156. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>
- Liberato, P., Coelho, J., & Liberato, D. (2018). *The role of glamping's attributes in a touristic experience: Case study*. Paper presented at the Proceedings of the 32nd International Business Information Management Association Conference, (IBIMA), Vision 2020.
- Liberato, P., Coelho, J., & Liberato, D. (2023). Attributes associated with the glamping concept. An empirical study. *Journal of Tourism and Development*, 40, 9-21. <https://doi.org/10.34624/rtd.v40i0.31406>
- Lopes, D., Brandão, F., Breda, Z., & Costa, R. (2021). *The four dimensions of tourist experience: A comparative analysis between camping and glamping*. Smart Innovation, Systems and Technologies. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-33-4256-9_35
- Malhotra, N. K., Wu, L., & Whitelock, J. (2013). An updated overview of research published in the International Marketing Review: 1983 to 2011. *International Marketing Review*, 30(1), 7-20. <https://doi.org/10.1108/02651331311298546>
- Musa, H. G., Fatmawati, I., Nuryakin, & Suyanto, M. (2025). What drives loyalty in sustainable tourism? Escapism and affordability at Central Java's heritage sites. *Cogent Social Sciences*, 11(1), 2482112. <https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2482112>
- Norris, M., & Oppenheim, C. (2007). Comparing alternatives to the Web of Science for coverage of the social sciences' literature. *Journal of Informetrics*, 1(2), 161-169. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2006.12.001>
- Pato, M. L., & Teixeira, A. A. (2016). Twenty years of rural entrepreneurship: A bibliometric survey. *Sociologia ruralis*, 56(1), 3-28. <https://doi.org/10.1111/soru.12058>
- Pop, A. M., Marian-Potra, A. C., Hognogi, G. G., & Puiu, V. (2024). Glamping tourism as a sustainable response to the need to reinvigorate domestic tourism. *Journal of Destination Marketing and Management*, 31, 100803. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100803>
- Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 690-694. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763447>
- Shi, T., Liu, X., & Li, J. (2018). Market segmentation by travel motivations under a transforming economy: Evidence from the Monte Carlo of the Orient. *Sustainability*, 10(10), 3395. <https://doi.org/10.3390/su10103395>
- Starmer, A. (2008). Glamping. *Textile View Magazine* (84), 254-263.
- Sun, T., & Huang, T. (2023). Research of glamping tourism based on the aesthetics of atmosphere. *Sustainability*, 15(1), 581. <https://doi.org/10.3390/su15010581>
- Tasci, A. D. A. (2019). Holistic theory development in tourism and hospitality: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 37-40. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0209>
- Teixeira, F., Pescada, S., Ruxho, F., Palma, C., & Beha, F. (2024). Glamping in low-density territories: The case of Santo Aleixo da Reastauração. *Regional Science Inquiry*, 16(1), 71-80.
- Van Eck, N., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-009-0146-3>
- Xiang, K., Cao, Y., Qiao, G., & Li, W. (2023). Glamping: An exploration of emotional energy and flow experiences in interaction rituals. *Tourism Management Perspectives*, 48. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101149>
- Yuliana, Y., Ningsih, A., Kristiana, V., Maharani, A., & Syahni, C. (2025). Sustainability of natural tourism attraction and satisfaction. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 11(3), 1185-1198. <https://doi.org/10.22034/gjesm.2025.03.17>