

Publicações em turismo no Brasil¹

Alexandre Panosso Netto (Programa ECA/USP) panosso@cesur.br

Resumo

O artigo apresenta um estudo quantitativo sobre as publicações científicas em turismo no Brasil. Foi elaborado a partir das informações contidas nas *home pages* de dezessete editoras nacionais. Aponta as causas do crescimento do número de publicações em turismo e conclui que tal aumento foi ocasionado por motivação econômica dos editores, devido ao crescimento da oferta dos cursos superiores em turismo em nosso país.

Palavras-chave: Turismo, Publicações, Brasil.

Introdução

A idéia para escrevermos sobre as publicações em turismo no Brasil surgiu da observação de que elas tiveram significativo aumento nos últimos 15 anos. A proposta é analisarmos e dividirmos por grupos as publicações de 17 editoras de destaque que publicam livros sobre o turismo.

Destacamos que, em 2003, juntamente com o professor Dr. Luiz Gonzaga Godoi Trigo, tentamos fazer um estudo das publicações em turismo no Brasil, mas, dos 12 questionários enviados para as editoras, somente três retornaram, fato que impossibilitou a realização do estudo, já que a amostra foi insuficiente.

Na década de 1970, quando surgiram os primeiros cursos de graduação em turismo no Brasil, a bibliografia sobre o tema era escassa. O material bibliográfico utilizado pelos professores era de textos traduzidos do espanhol, francês e inglês e algumas outras reflexões em *papers* de alguns brasileiros que escreviam sobre turismo. Além disso, havia as normatizações da Embratur – Instituto Brasileiro de Turismo, alguns outros documentos governamentais que abordavam de forma muito superficial o turismo e textos “importados” da economia, sociologia, geografia, que embasavam os estudos turísticos.

Durante a década de 1980, algumas publicações brasileiras sobre turismo começaram a surgir, mas eram formadas por textos de editoras regionais, com pouca ou nenhuma abrangência nacional, fator que limitava a disseminação do que estava sendo produzido. Ademais, com aproximadamente 30 cursos superiores de turismo e produção científica fraca,

o mercado editorial brasileiro em turismo era tímido e não chamava a atenção dos editores para o tema nem despertava o interesse da sociedade em geral. Mas esse quadro estava prestes a mudar.

A primeira série de livros de turismo surgiu em 1986, com *Turismo: atividade marcante do século XX*, de Geraldo Castelli, e foi iniciada pela Educs – Editora da Universidade de Caxias do Sul. Pelo que verificamos, apesar deste ter sido o iniciador de uma coleção de turismo, somente em 1999 um segundo título foi lançado por essa editora. Além disso, o livro citado encontra-se hoje na quarta edição e com o título resumido para *Turismo: atividade marcante*. Destacamos que a Educs seguiu com suas publicações na área com o aumento de títulos da Coleção Turismo e a criação da Coleção Hotelaria.

Outro caso de sucesso na área do turismo iniciou-se em 1990 quando, por iniciativa da professora doutora Margarita Barretto, a Editora Papirus lançou a *Coleção Turismo*, publicando como primeiro título a obra de Doris van de Meene Ruschmann, *Marketing turístico*. Esse ano foi o marco de uma crescente onda de publicações em turismo que alcançou seu auge em 2002 e que, pelos dados levantados, hoje já está diminuindo de ritmo.

Nos primeiros anos da década de 1990, uma série de fatores influenciou o aquecimento do mercado editorial em turismo, mas podemos afirmar que o principal deles foi a proliferação dos cursos superiores de turismo. Algumas hipóteses podem ser apresentadas como causas dessa proliferação:

- A política educacional adotada pelo governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), que propiciou à iniciativa privada investir “pesado” na educação. Sua política foi a de incentivar os grupos privados a oferecerem cursos superiores em todas as áreas do conhecimento. A autorização para a abertura de novos cursos, que antes de seu governo poderia demorar dois, três ou quatro anos, agora era fornecida em até seis meses, fator que agilizou o processo.
- Nessa época, a mídia nacional passou a divulgar um número maior de notícias sobre o turismo interno, mostrando que o Brasil é rico em destinos e que sua infra-estrutura e a prestação de serviços estavam recebendo investimentos.
- Em 1995, o país conseguiu controlar, ao menos em parte, a inflação, que chegava a 20% ao mês e foi reduzida para menos de 1% ao mês. Tal fator, aliado às potencialidades do país e às motivações humanas (fossem elas físicas, psíquicas, sociais, etc.), possibilitaram a um número cada vez maior de brasileiros fazer turismo doméstico.

- A implantação do PNMT – Programa Nacional de Municipalização do Turismo, que levou à discussão do assunto centenas de municípios em todo o território nacional, despertou o interesse da população pelo tema.

Foi a partir desse cenário que desenvolvemos este estudo.

1. Pesquisa

Os aspectos que serão destacados sobre as publicações referem-se à data de publicação, ao número de edições de cada título e em qual grande área do turismo elas se enquadram. Por grande área entendemos as sete grandes divisões do turismo utilizadas para estudo no Brasil (planejamento, eventos, gastronomia, agenciamento, hotelaria, transportes e animação e recreação) mais uma categoria de turismo geral, em que estão inseridos textos generalistas do turismo, como os que tratam de globalização, turismo na terceira idade, teoria geral de sistemas aplicada ao turismo, etc.

As editoras selecionadas foram, em ordem alfabética, Aleph, Atlas, Átomo e Alínea, Bookman, Campus, Contexto, Chronos, Educus, Edusc, Futura, Hucitec, Manole, Papyrus, Qualitymark, Roca, Senac São Paulo e Thomson Pioneira.

Os dados foram obtidos nas *home pages* das editoras, consultadas entre o dia 10 de novembro e 10 de dezembro de 2004 (apenas não foi encontrado o *site* da editora Chronos). Salientamos que nem todas as editoras têm seu *site* atualizado, uma vez que, em muitos, nem todos os títulos lançados se encontravam disponíveis para consulta. Nesses casos, foi necessário recorrer aos *sites* www.livrosdeturismo.com.br e www.mjlivros.com.br e à biblioteca de turismo do Cesur – Centro de Ensino Superior de Rondonópolis para esclarecer informações confusas ou incompletas. Muitas editoras também apresentam títulos como sendo da área do turismo, o que muitas vezes não condiz com a realidade. Por exemplo, uma editora publica um livro sobre cerveja e o coloca na área do turismo – títulos como este foram desconsiderados na análise. Dessa forma, o leitor poderá encontrar divergências entre os dados aqui apresentados e os dados nos referidos *sites*, pois foram considerados apenas os títulos que se caracterizavam por serem da área do turismo.

Devemos ainda alertar que poderá haver erros nas datas de publicação de alguns livros ou no número de edições de outros, já que algumas editoras, ao fazerem uma reimpressão da obra, informam que fizeram uma nova edição. Em alguns livros consultados também não é possível saber o ano da primeira edição, fator que dificultou a análise. Apesar de todos esses

elementos, cremos que foi possível fazer uma avaliação abrangente da bibliografia em turismo editada no Brasil.

2. Dados coletados

O total de títulos publicados pelas 17 editoras pesquisadas chega a 329 títulos, com média de 19,35 títulos por editora, distribuídos conforme mostra a Figura 1.

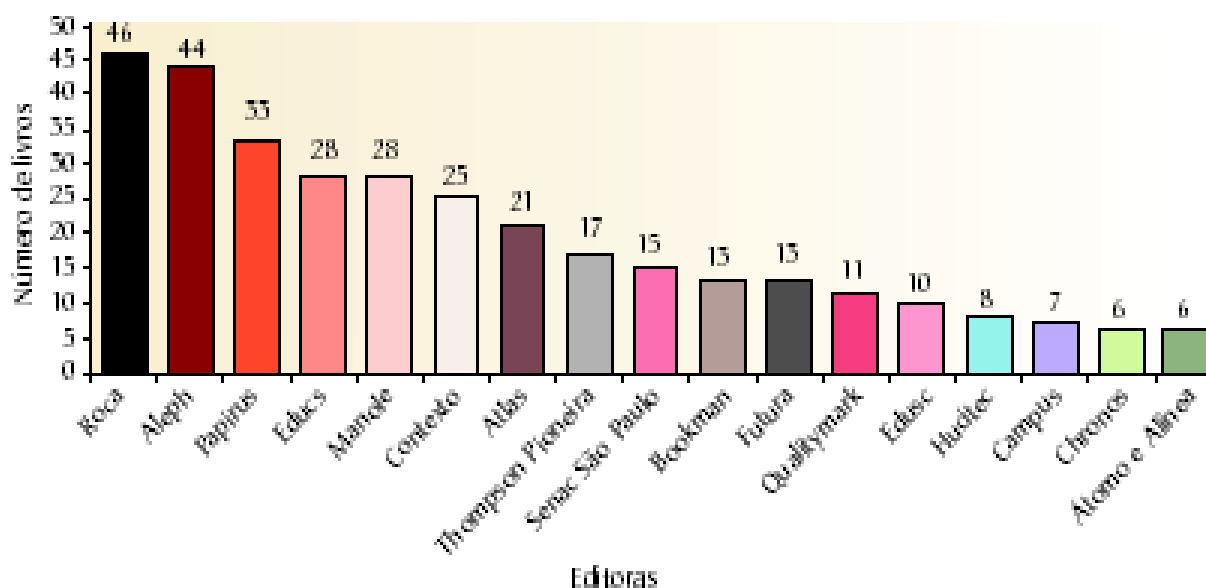


Figura 1 – Número de livros publicado por editoras.
Fonte: Dados da pesquisa.

Percebemos, por esses dados, que o interesse pela área do turismo é comum entre editoras de grande porte (Atlas, Thomson Pioneira, Campus), médias (Aleph, Educ's) e pequenas (Chronos, Edusc). Isso leva a supor que publicar livros sobre turismo é um negócio rentável e tem um mercado bastante diversificado em nosso país.

Outro dado significativo analisado diz respeito ao número de livros editados por ano. O livro já destacado da Educ's – *Turismo: atividade marcante no século XX* – foi o primeiro a ser publicado, mas pelo fato de ter sido publicado em 1986, vamos considerá-lo como fora de série – *out line* – para estudos estatísticos, iniciando a série no ano de 1990, uma vez que não encontramos livro algum publicado pelas editoras entre os anos de 1986 e 1989. Vejamos os resultados na Figura 2.

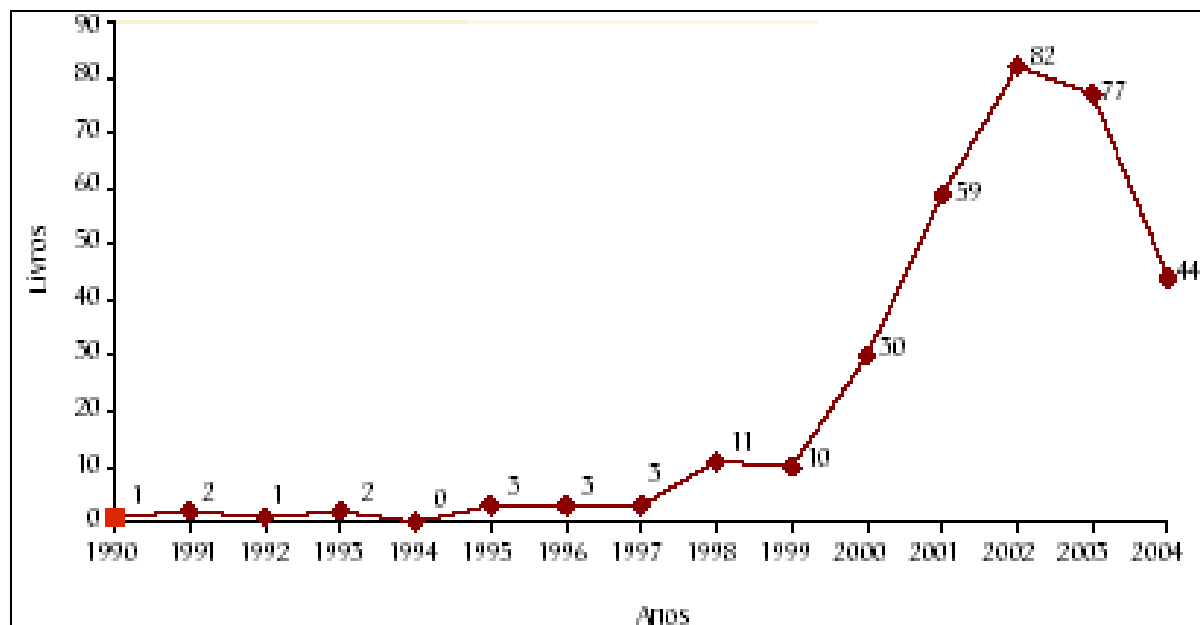


Figura 2 – Número de livros publicado por ano (1990 – 2004)
 Fonte: Dados da pesquisa

Entre 1990 e 1997, o número de livros de turismo publicados manteve-se, em média, em 1,8 por ano. Esse quadro representa a situação atual dos cursos de turismo à época, uma vez que foi a partir de 1994 que houve o aumento da criação de cursos superiores de turismo no país. Observamos que o mercado editorial não acompanhou de perto a visível expansão dos cursos superiores de turismo, pois entre 1990 e 1995 a editora Papyrus “reinou” absoluta no setor. Assim, são dois os fatores básicos para explicar o elevado número de edições dos livros de turismo dessa editora: o primeiro é o pioneirismo na área; o segundo é a boa qualidade e seleção cuidadosa das obras editadas.

Os anos de 1998 e 1999 marcam uma segunda fase de publicações em turismo. Com 11 e 10 livros publicados, respectivamente, esses dois anos são uma “resposta” (atrasada) à proliferação de cursos superiores de turismo iniciada cinco anos antes. A principal editora desses livros ainda era a Papyrus, mas as editoras Senac São Paulo (1995), Hucitec (1996), Qualitymark (1997), Futura (1998), Pioneira (1998), Educus (1999) e Manole (1999) também ingressaram ou intensificaram sua atuação no mercado.

A maioria das editoras aqui destacadas iniciou suas publicações com o turismo no ano de 2000 (Aleph, Atlas, Bookman, Campus, Contexto, Chronos, Edusc e Roca – a Átomo e Alínea lançou seu primeiro título em turismo em 2002), daí a explicação do salto de 10 títulos publicados em 1999 para 30 em 2000, 59 em 2001 e 82 em 2002. Esses anos (2000, 2001 e 2002) formam outra fase das publicações em turismo, na qual foi mais visível o crescimento

dos cursos superiores de turismo no país. A resposta das editoras, desta vez, veio imediata e paralelamente ao aumento desses cursos. Verificamos que o ponto culminante do número de publicações é o ano de 2002, com 82 títulos lançados. Podemos dizer que esse ano foi o marco do início do declínio do número de publicações, pois em 2003 foram 77 títulos lançados e, em 2004, 44 títulos, o que deixa clara a diminuição do ritmo das publicações. Mais uma vez, essa foi a resposta das editoras ao ritmo de crescimento dos cursos superiores de turismo, que já haviam iniciado um processo de estagnação e até de declínio.

Não foi possível saber quantos livros foram vendidos por tais editoras, uma vez que são dados confidenciais, contudo, podemos ter uma visão panorâmica da vendagem ao relacionarmos o número de edições com a porcentagem de livros em cada uma delas, conforme a Figura 3.

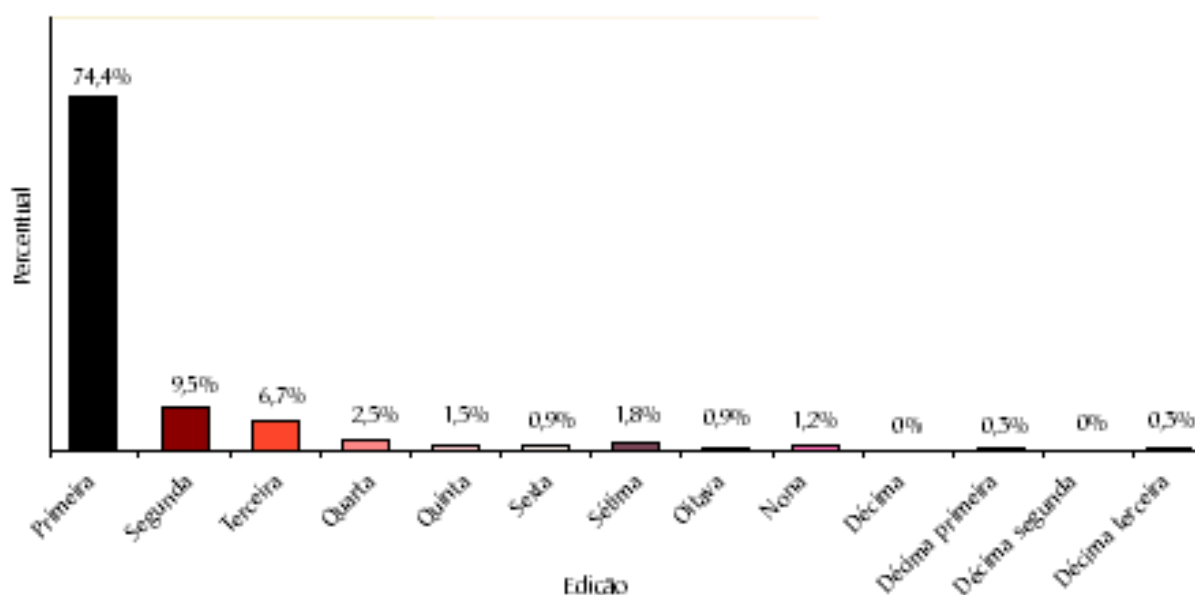


Figura 3 – Edições de livros publicados
Fonte: Dados da pesquisa

Um número preocupante da Figura 3 é que 74,4% dos livros editados encontram-se apenas na primeira edição. Qual informação se pode inferir desse dado? Que o mercado está desacelerado? Que os alunos não lêem? Que os professores não exigem leituras em suas aulas? Que os alunos não têm condições financeiras de adquirir os livros? Má qualidade dos textos publicados? Desinteresse da sociedade pelo tema turismo? Acreditamos que todas essas perguntas são as possíveis respostas para essa questão. Não podemos apontar apenas um fator preponderante para a baixa comercialização dos livros de turismo, mas sim um conjunto de fatores que inviabiliza sua maior circulação e consumo.

Os títulos que se encontram na segunda e terceira edições somam 16,2% do total das publicações. Entretanto, “romper” a barreira da terceira edição não é comum para os livros de turismo, uma vez que apenas 9,4% estão em edições iguais ou superiores à quarta edição. Destacamos que a editora que tem o maior índice de edições por título lançado é a Papyrus, em razão dos fatores que já destacamos. Apontamos também as editoras Contexto e Edusc, que apresentam todos os seus títulos ainda na primeira edição. Para descobrir as causas desse fato, um estudo mais profundo deve ser feito. Não é possível levantar hipóteses sem correremos o risco de errar na análise.

Sobre a temática dos livros publicados a Figura 4 apresenta um panorama geral.

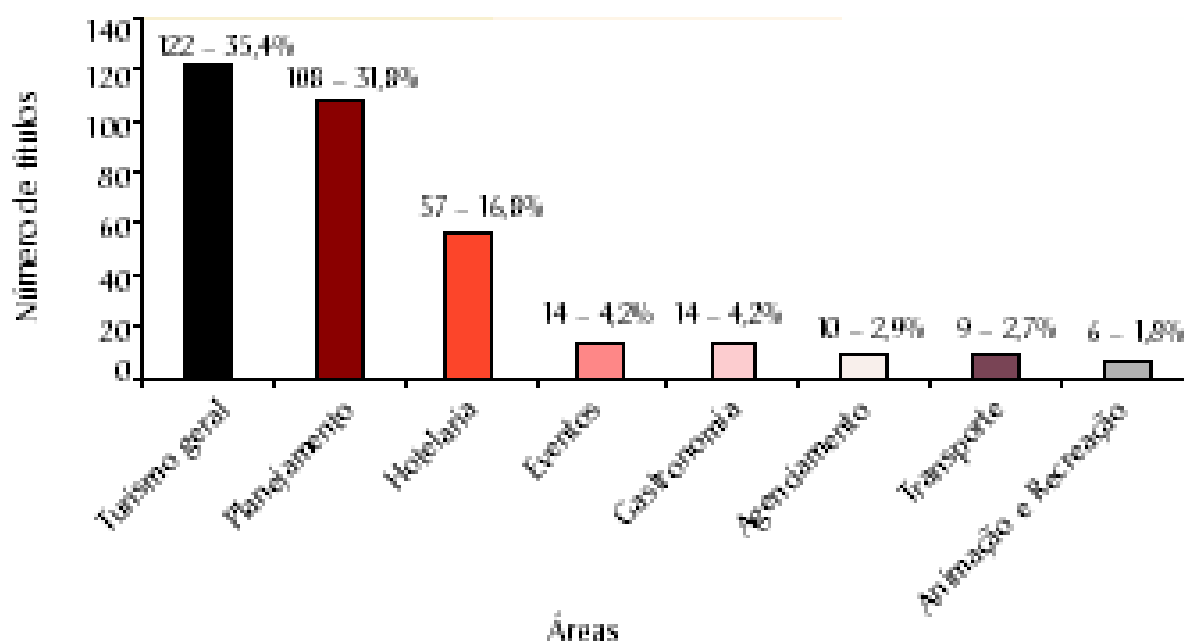


Figura 4 – Número de títulos por área
Fonte: Dados da pesquisa.

Ao analisarmos esses dados, observamos que há um elevado percentual de livros publicados sobre temas “genéricos” do turismo. Isso nos leva a crer que as editoras e os autores brasileiros estão interessados em temáticas variadas. Dentre elas está a área de educação e pesquisa em turismo, que apresenta um número significativo de títulos, demonstrando a relevância do tema.

O planejamento é a segunda área com o maior número de publicações, fator que pode ser explicado pela percepção que a academia tem da necessidade do planejamento das regiões de destinos de turistas. Talvez – e isso é apenas uma hipótese – esse alto número de publicações decorra da orientação que os programas de mestrado e doutorado em turismo e

áreas afins (economia, geografia, administração, etc.) exercem sobre os seus alunos, uma vez que tais programas quase sempre trazem entre suas disciplinas uma que está ligada ao planejamento, como planejamento do espaço turístico, desenvolvimento local, gestão de destinos, etc.

A hotelaria também se destaca com um significativo número de publicações. Se turismo geral e planejamento formam um grupo com números próximos de publicações, a hotelaria forma sozinha o segundo grupo no quesito número de publicações. Esse item é facilmente explicado pela evidente e inegável importância do setor hoteleiro para o turismo.

As demais áreas (eventos, gastronomia, agenciamento, transporte, animação e recreação) podem ser reunidas em um terceiro grupo de análise. O número de títulos dessas áreas varia entre seis e 14. Cabe aqui uma análise no sentido de apontar a deficiência de publicações sobre as temáticas. As áreas de transporte e agenciamento, que formam o “tripé” do turismo junto com a hotelaria, têm apenas 19 títulos publicados em todos esses anos de estudos do turismo no Brasil. Ora, duas áreas consideradas de base da atividade turística não deveriam ter tão poucos títulos. Deveriam, sim, ter ao menos o mesmo número de publicações que a área de hotelaria. Como explicar essa realidade? Uma hipótese pode ser o fato de que a área de hotelaria emprega mais que a de agenciamento e transportes, daí a vantagem da primeira em relação às duas últimas.

Considerações finais

Quem de nós, estudiosos do turismo, nunca se deparou com um leigo na área que, conhecedor de alguns destinos turísticos, fala do turismo com se fosse um *expert*? Quem de nós nunca ouviu um amigo, parente ou acadêmico de um curso que não o turismo dizer que turismo é um curso sem perspectiva? Certamente essas cenas já aconteceram inúmeras vezes a todos os que decidiram atuar e estudar o turismo.

Um dia desses, e permita-nos o leitor contar essa passagem, um aluno da instituição em que trabalhamos disse-nos que preferia o curso de administração ao de turismo porque igualmente (veja – *igualmente*) ele estaria preparado para atuar na área do turismo tanto quanto os nossos alunos. Demos-lhe os parabéns e perguntamos se eram estudadas as características básicas do produto turístico no curso de administração. Disse-nos que não. Então perguntamos se ele já tinha ouvido falar do efeito multiplicador do turismo; outro não. Insistimos e perguntamos se ele saberia fazer um estudo de impacto social do turismo;

novamente não. Então, em face da ignorância revelada, o acadêmico afirmou não saber que temos tantos temas diferentes no turismo e pediu desculpas pela afirmação feita inicialmente.

Contamos essa passagem para destacar a necessidade da pesquisa científica em turismo, da publicação dos resultados obtidos e do seu estudo por parte dos trabalhadores do turismo. Acreditamos que somente assim poderemos avançar na prática do turismo em nosso país. Consideramos o número de publicações em turismo no Brasil ainda baixo, em relação à necessidade que o fenômeno tem de estudos atualizados. Consideramos também que a simples transferência das teorias e metodologias de outros países não basta para desenvolvermos o nosso turismo, uma vez que o Brasil necessita de uma teoria própria do turismo, em razão de sua diversidade cultural, geográfica, ambiental, etc. e pelas suas dimensões continentais – bem diferentes dos países do Velho Mundo e de outros destinos.

Este artigo apresenta algumas limitações, pois é bem verdade que não foram levantadas todas as editoras brasileiras que publicam na área do turismo. Também é possível que algum livro das editoras em destaque tenha ficado fora da análise, graças ao fato de que nem todas elas mantêm seus *sites* atualizados. Contudo, este certamente é um estudo inédito que lança algumas luzes sobre o rumo que está seguindo nossa produção científica em turismo.

Acreditamos que o mercado em 2005 deve manter o número de publicações perto do ano de 2004, ou seja, entre 40 e 50 títulos lançados. Apesar de acreditarmos numa possível estagnação ou numa diminuição no ritmo das publicações, na segunda semana de dezembro de 2004 recebemos o comunicado de uma grande editora nacional noticiando que estará ingressando no mercado editorial de turismo em janeiro de 2005. Ou seja, o mercado está diminuindo o ritmo, mas ainda há campo para atuação, caso contrário uma grande editora, com vasta experiência no Brasil, não estaria investindo nessa área.

Por limites óbvios, não foi possível fazer um estudo sobre a qualidade das publicações relacionadas, uma vez que isso requereria a leitura de todos os livros para uma análise mais confiável. No entanto, os melhores e mais antigos títulos certamente são os que têm o número de edições mais elevado.

Concluimos reiterando que as publicações seguiram a lógica do mercado, pois se há público consumidor há oferta de produto. Ou seja, quando não havia muitos cursos de turismo, pouca era a publicação na área; conforme aumentou o número de cursos, aumentou também o número de publicações. Lamentavelmente, percebemos então que as publicações

em turismo não nasceram da importância do conteúdo, mas sim das possibilidades econômicas que a temática ofertava. Fazemos deste um aspecto positivo para nossa área. Vamos valorizá-la como potencial econômico, mas sem nos esquecermos das possibilidades de preservação ambiental, distribuição de renda igualitária e inclusão social que o turismo pode proporcionar a todos.

Referências

www.livrosdeturismo.com.br

www.mjlivros.com.br:

www.alephnet.com.br

www.atlasnet.com.br

www.atomoealinea.com.br

www.bookman.com.br

www.campus.com.br

www.edfutura.com.br

www.editoracontexto.com.br

www.editoraroca.com.br

www.hucitec.com.br

www.papirus.com.br

www.qualitymark.com.br

www.sp.senac.br

www.thomsonlearning.com.br

www.ucs.br

www.usc.br

¹ Texto originalmente publicado em TRIGO, L. G. G. (editor) et al. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005, p. 257-273.