

## A IMPORTÂNCIA DE UMA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE UMA REGIÃO

### THE IMPORTANCE OF A GEOGRAPHICAL INDICATION IN THE TOURISM DEVELOPMENT OF A REGION

Jaqueline Silva Nascimento<sup>1</sup>; Gilvanda Silva Nunes<sup>2</sup>; Maria da Glória Almeida Bandeira<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal do Maranhão- UFMA – São Luís/MA – Brasil

jackdapi@gmail.com

<sup>2</sup>Universidade Federal do Maranhão- UFMA – São Luís/MA – Brasil

gilvanda-dapi@hotmail.com

<sup>3</sup>Universidade Federal do Maranhão- UFMA – São Luís/MA – Brasil

mgban10@yahoo.com.br

#### Resumo

*Com a obtenção do selo de qualidade das Indicações Geográficas (IGs), o aumento da atividade turística tem sido uma realidade em várias localidades brasileiras, a exemplo da primeira IG “Vale dos Vinhedos”, que trouxe muitas oportunidades de negócios e novos postos de trabalho àquela região vinícola. Além desses, outros exemplos podem ser citados. O presente trabalho objetiva discutir a relação entre as Indicações Geográficas e o desenvolvimento do Turismo de uma determinada região. A discussão oferece ainda espaço para a criação de novos nichos de mercado, como o Turismo, a ser agregado com o desenvolvimento de uma IG acrescentando um diferencial competitivo importante para os produtores. A pesquisa baseou-se em roteiros turísticos já presentes em algumas IGs, como o Enoturismo e o Turismo de Aventura na Serra Gaúcha no Vale dos Vinhedos e o modo de produção da cachaça em Paraty (RJ). Portanto, diante da análise, entende-se que a aliança entre o Turismo e as Indicações Geográficas, é garantia de sucesso, desde que se tenha um planejamento adequado e políticas públicas ajustadas para todo o conjunto envolvido. No período de 2009 a 2012, o número de IGs no Brasil cresceu bastante, e as IGs mais recentes necessitam de apoio para crescerem e cumprirem seu papel como instrumento de desenvolvimento das regiões detentora do selo.*

**Palavras-chave:** turismo, indicações geográficas, desenvolvimento.

#### Abstract

*After obtaining the seal of approval for geographical indications (GIs), the increase in tourism has been a reality in several Brazilian cities, such as the first IG "Valley of the Vineyards," which brought many business opportunities and new jobs wine to the region. In addition, other examples*

*can be cited. The present paper discusses the relationship between geographical indications and the development of tourism in a region. The discussion also provides space for the creation of new market niches, such as tourism, to be added to the development of a GI adding an important competitive advantage for producers. The research was based on tours already present in some GIs, such as the Wine Tourism and Adventure Tourism in Sierra Gaucho Valley of the Vineyards and the mode of production of cachaça in Paraty (RJ). Therefore, before the analysis, it is understood that the alliance between Tourism and the Geographical Indications, a guarantee of success, provided they have adequate planning and public policy for the whole set involved. In the period 2009 to 2012, the number of GIs in Brazil has grown significantly, and the latest GIs need support to grow and fulfill its role as an instrument of regional development holds the seal.*

**Key-words:** tourism, geographical indications, development.

## **1. Introdução**

A importância de uma Indicação Geográfica – IG para o desenvolvimento de um determinado território tem sido palco de discussões recente no Brasil, especialmente por que tem por finalidade a valorização das potencialidades locais, sua organização e gestão de território. Desse modo, as IGs constituem formas especiais de proteção aos produtos, visando principalmente, distinguir a origem de um produto através da identificação da sua área de produção. A IG, diante de um mercado cada vez mais globalizado, tem possibilidade de salvaguardar as características locais e regionais dos produtos, as quais são valorizadas e atestam seus níveis de qualidade relacionados a fatores naturais e de intervenção humana em uma determinada área. (TONIETTO, 2003, p.15).

As IGs possuem um desenvolvimento bastante recente nos países em desenvolvimento, a exemplo do Brasil, tais mecanismos têm sido discutidos e reconhecidos como fatores relevantes para estratégias de desenvolvimento territorial por significarem a valorização de bens, serviços e produtos agro-alimentares articulados à promoção da cultural local, ao crescimento da demanda por produtos diferenciados e ao apelo a atividades turísticas (ecoturismo, enoturismo, turismo cultural etc). (RIMISP, 2006, p.22)

Mas de que maneira as Indicações Geográficas interagem com o Turismo? Muito simples, as Indicações Geográficas, além de fazer parte dos sinais distintivos utilizados na produção e no comércio, evoca qualidade dos produtos ou serviços designados. Ou seja, os produtos ou serviços oriundos de uma região que seja reconhecida por esta figura são eminentemente assimilados à qualidade gerando assim várias cadeias produtivas, grande exemplo, o Turismo. Com a valorização do produto, terra valorizada e disponibilidades de empregos surgindo no mercado, pequenos grupos de viajantes virão em busca de experiências pessoais, originais e enriquecedoras, a fim de vivenciar a experiência que deu certo naquela determinada região.

Portanto o trabalho tem como objetivo geral verificar a importância de uma Indicação Geográfica no desenvolvimento do Turismo de uma região. A presente pesquisa também visa mostrar como a integração entre o Turismo e a IG em processo de desenvolvimento de um novo produto regional podem dá certo através da criação de novos nichos de mercado que valorizem a qualidade e a excelência de novos signos distintivos por meio da preservação e valorização do patrimônio biológico e/ou cultural.

## **2. Turismo e Indicações Geográficas: patrimônio biológico e cultural preservado**

A aliança entre Turismo e Indicação Geográfica propicia o reconhecimento de culturas tradicionais, a valorização da gastronomia típica, produção sustentável de alimentos, proteção dos manuseios artesanais e culturais. É uma união que, ao mesmo tempo, fortalece o turismo interno no País e gera renda, agregando valor às atividades agrícolas, artesanais e agroindustriais, colaborando com a preservação do patrimônio natural e cultural. Essa é uma fórmula para que o agricultor e a agricultora familiar possam perpetuar as heranças das gerações anteriores e ainda modernizar as instalações, impulsionados por mais essa oportunidade de comercialização dos seus produtos.

### **2.1A atividade turística**

O turismo é atualmente uma das economias mais essenciais para a geração de renda e melhoria da qualidade de vida da população em diversas regiões no mundo. Sua contribuição é significativa para o desenvolvimento regional, sendo o planejamento, fundamental para o desenvolvimento econômico e social, bem como a valorização dos patrimônios e das populações locais. Segundo o modelo estrutural sistêmico, quando planejado, o turismo, cuja sustentação se dá através dos elementos naturais, socioeconômicos, culturais locais e regionais, tem seus custos de implantação e de manutenção sensivelmente reduzidos. A integração desses elementos insere novos serviços, produtos na economia local, impulsiona a cadeia produtiva e promove a elevação do padrão de vida da comunidade receptora. (SEABRA; MARIANO, 2004).

A atividade turística provoca transformações causando impactos físicos, ambientais, sociais, culturais nos destinos em que ela ocorre, pois em geral vem acompanhada de desenvolvimento, crescimento e mudanças. Daí a importância do planejamento para aperfeiçoar e equilibrar os benefícios econômicos, ambientais, sociais e culturais do turismo e tentar minimizar os impactos negativos provocados por estas mudanças.

Como o turismo é uma das atividades econômicas que mais tem possibilidade de crescimento e incremento de divisas para países, estados e municípios, faz-se necessário um planejamento que vise ao desenvolvimento da localidade onde se pretenda desenvolver a atividade turística, pois a movimentação de pessoas, promovidas pelo turismo, pode ocasionar mudanças das

paisagens cotidianas podendo estas ser observadas no conhecimento de novas culturas e pessoas, na degustação de sabores novos, nos atrativos naturais, culturais, nos conjuntos arquitetônicos, nos serviços turísticos e na infraestrutura de apoio ao turismo. Também pode proporcionar transformações sociais e econômicas, nos destinos onde a atividade se desenvolve.

No desenvolvimento da atividade turística com as indicações geográficas ocorrem impactos que tanto podem trazer benefícios para a população da localidade receptora como é caso dos Vales dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul, como também podem gerar problemas sérios para as comunidades envolvidas, caso uma indicação geográfica não tenha sucesso (figura 1). Segundo a Associação de Turismo da Serra Nordeste - ATUASERRA(2007 ) um exemplo muito significativo para o Brasil é o desenvolvimento do turismo na Serra Gaúcha. A região, com relativa independência, assume a responsabilidade sobre o seu desenvolvimento, reordenamento geográfico, além dos limites políticos estabelecidos. A forte competição dos vinhos no mercado nacional levou as vinícolas a investirem no desenvolvimento turístico local ao redor do vinho e da cultura italiana.

Constitui-se em razão de diversas iniciativas de lideranças, em uma linha de tempo, desde o início do século XX, quando era um destino reconhecido de veraneio e de turismo de saúde. Com o crescimento do capitalismo moderno várias organizações perceberam a importância da implantação de um turismo adequado, um exemplo é a ATUASERRA que atua como sendo uma Agência de Desenvolvimento Regional, cujo negócio é “coordenar as ações de desenvolvimento do turismo regional e mais, a sustentabilidade das comunidades, a manutenção da cultura e do ecossistema em potencial existente na região, em harmonia com o Conselho de Desenvolvimento Regional”.

Atendendo hoje a vinte e oito municípios com representação das Secretarias de Turismo e a comunidade civil organizada, promove a regionalização do turismo, unindo esforços e diversificando a oferta e visando atingir uma maior atratividade e competitividade, exigência do capitalismo moderno. Assim, desenvolveram-se numerosas atividades relacionadas com alojamento (hotéis, pousadas), gastronomia (restaurantes, fabricação artesanal de produtos típicos) enologia e imigração italiana. É importante ressaltar que nem todas as IGs registradas são detentoras de um roteiro turístico adequado.

O ideal seria que cada IG tivesse um roteiro turístico próprio com suas características regionais apresentadas. Assim, para que esses problemas não ocorram, é necessário que haja um planejamento cuidadoso que ordene as ações do homem sobre o território, que direcione de forma adequada as construções dos equipamentos e das facilidades, minimizando assim, os efeitos negativos e maximizando os benefícios proporcionados pelo turismo.

Para um país como o Brasil, carente de recursos para investimentos produtivos, o turismo junto com as indicações geográficas tem sua importância ressaltada pela rapidez de maturação de tais investimentos e por sua rentabilidade.

## 2.2 Os benefícios de uma indicação geográfica

Segundo Kakuta (2006, p. 36) a proteção de uma IG pode imprimir inúmeras vantagens para o produtor, para o consumidor e para a economia da região e do país. O primeiro efeito que se espera de uma IG é uma agregação de valor ao produto ou um aumento de renda ao produtor. Além disso, os benefícios das IGs são de diversas dimensões.

De acordo com a Tabela 1 destacam-se benefícios econômicos (acesso a novos mercados internos e exportação), benefícios sociais e culturais (inserção de produtores ou regiões desfavorecidas), e benefícios ambientais (preservação da biodiversidade e dos recursos genéticos locais e a preservação do meio ambiente). No entanto é necessário considerar com cuidado que o registro de uma IG, por si só, não garante *a priori* um sucesso comercial determinado.

As IGs são, com frequência, originárias de regiões agrícolas desfavorecidas, onde os produtores não têm condições de reduzir o custo de produção. Dessa forma, eles são levados a apostar na valorização da qualidade e dos conhecimentos locais.

Tabela 1- Benefícios das IGs

<i>DIMENSÃO</i>	<i>BENEFÍCIOS</i>
<b>Econômica</b>	Aumento do valor agregado dos artigos; Incremento do valor dos imóveis da região; Estímulo aos investimentos na própria zona de produção; Desperta o desenvolvimento de outros setores.
<b>Promocional</b>	Garantia de produtos de notoriedade, originais e de qualidade; Afirmação da imagem autêntica (novos nichos de mercado. Exemplo: Turismo); Reconhecimento internacional;
<b>Social e Cultural</b>	Inserção de produtores ou regiões desfavorecidas; Proteção de um patrimônio nacional e econômico: das regiões, do manejo, dos produtos. Proteção da riqueza, da variedade e da imagem de seus produtos.
<b>Ambiental</b>	Preservação da biodiversidade e dos recursos genéticos locais e a preservação do meio ambiente; Manutenção da população nas zonas rurais. Geração de empregos. Vitalidade das zonas rurais (crescimento do turismo). Satisfação do produtor, orgulho da relação produto e produtor. Contribuição para a preservação das particularidades e a personalidade dos artigos, que se constituem em um patrimônio de cada região.

Fonte: Adaptado de KAKUTA (2006)

O reconhecimento de uma IG, em uma região, pode induzir a abertura e o fortalecimento de atividades e de serviços complementares, relacionadas à valorização do

patrimônio, à diversificação da oferta, às atividades turísticas (acolhida de turistas, rota turística, organização de eventos culturais e gastronômicos), ampliando o número de beneficiários.

A construção de cestas de bens e de serviços é uma forma de articular atividades, produtos e serviços para compor uma oferta global. Cria-se sinergia entre agentes locais, entre o produto ou serviço da IG e outras atividades de produção ou de serviço. Bons exemplos são o desenvolvimento da Serra Gaúcha e o aproveitamento da atividade turística em Paraty (RJ) com a produção da cachaça.



Figural- Criação de Roteiros Turísticos no Vale dos Vinhedos

Fonte: Google Imagens (2012)

Na Serra Gaúcha, a forte competição dos vinhos no mercado nacional levou as vinícolas a investirem no desenvolvimento do turismo local ao redor do vinho e da cultura italiana. Assim, desenvolveram-se numerosas atividades relacionadas com alojamento (hotéis, pousadas), gastronomia restaurantes, fabricação artesanal de produtos típicos, enologia e imigração italiana. Já os produtores de Paraty (RJ) aproveitaram a atividade turística da cidade para relançar uma produção tradicional, a cachaça.

De acordo com Silva (2012), em países onde as IGs estão consolidadas (México, Peru, Chile, África do Sul e Bolívia) as presenças das IGs deram certo no aumento da participação no ciclo de comercialização dos produtos e estímulo da elevação do seu nível técnico na mão de obra, permite ao consumidor identificar perfeitamente o produto nos métodos de produção, fabricação e elaboração do produto, em termos identidade e de tipicidade da região “terroir”.

Nesses países também melhorou e tornou mais estável a demanda do produto, pois criou-se uma confiança do consumidor que, sob a etiqueta da IG, espera encontrar um produto de

qualidade e com características determinadas. Estimula ainda, investimentos na própria zona de produção (novos plantios, melhorias tecnológicas no campo e na agroindústria). E melhora a comercialização dos produtos facilitando o acesso ao mercado através de uma identificação especial (Indicação Geográfica ou Denominação de Origem).

O reconhecimento de uma IG, em uma região, pode induzir a abertura e o fortalecimento de atividades e de serviços complementares, relacionadas à valorização do patrimônio, à diversificação da oferta, à atividades turísticas ampliando o número de beneficiários.

### **3. Considerações Finais**

Ao término da pesquisa e discussões, concluiu-se que as Indicações Geográficas junto com o Turismo possuem fatores chaves para o sucesso da atividade turística em uma determinada região. Verificou-se ainda que as IGs constituem um meio de valorizar uma localidade/ região e um país de origem elas podem transformar-se em instrumento de competitividade no mercado e/ou instrumento de desenvolvimento rural, trazendo uma série de benefícios potenciais, como benefícios econômicos (abertura de mercado, agregação de valor), benefícios sociais (emprego, dinamização de regiões carentes), benefícios ambientais (preservação da biodiversidade, práticas produtivas, mas adequada para o meio ambiente).

Observou-se, ainda, que os efeitos das IGs no desenvolvimento da atividade turística não são automáticos, dependem de fatores internos (organização) e fatores externos, (presença de instituições de apoio, política pública voltada para a promoção das IG). Conclui-se também que o sistema de Indicações Geográficas deve promover os produtos e sua herança histórico-cultural, que é intransferível. Junto ao Turismo, essa promoção pode abranger vários aspectos relevantes: área de produção definida, tipicidade, autenticidade com que os produtos são desenvolvidos e a disciplina quanto ao método de produção, garantindo um padrão de qualidade. Tudo isso confere uma notoriedade exclusiva aos produtores da área delimitada.

Ao mesmo tempo em que se possui uma qualidade diferenciada, é possível conseguir uma demanda turística muito boa por manter a originalidade da produção. As Indicações Geográficas contribuem para a preservação da biodiversidade, do conhecimento e dos recursos naturais. Trazem contribuições extremamente positivas para as economias locais e para o dinamismo regional, pois proporciona o real significado de criação de valor local, a exemplos o desenvolvimento do Turismo de Aventura e/ou de Base Comunitária.

Portanto, a IG é um nome geográfico que distingue um produto ou serviço de seus semelhantes ou afins, porque este apresenta características diferenciadas que podem ser atribuídas à

sua origem geográfica, configurando nestes o reflexo de fatores naturais e humanos. Essas características se devem ao ambiente por completo, não só às condições naturais, mas também ao fator humano e suas relações sociais.

A proteção de uma IG pode imprimir inúmeras vantagens para o produtor, para o consumidor e para a economia da região e do país. O primeiro efeito que se espera de uma IG é uma agregação de valor ao produto ou um aumento de renda ao produtor. Além, disso, os benefícios das IGs são de diversas dimensões, exemplos: estímulo aos investimentos na própria zona de produção; acesso a novos mercados internos e exportação; garantia de produtos de notoriedade, originais e de qualidade e proteção dos produtores e consumidores.

Mas, caso uma proteção não seja bem sucedida é claro que pode vir a aparecer malefícios na região proferida a IG, exemplo, a super exploração dos recursos naturais, em caso de não haver regras suficientes estabelecidas no regulamento de uso para preservação e promoção da sustentabilidade local; aumento de custo da produção e inviabilização do produto em virtude de onerosos mecanismos de controle ou de produção estabelecidos para a IG e exclusão de produtores do processo de proteção e produção em virtude de da elaboração equivocada do regulamento de uso, dos mecanismos de controle e/ou da delimitação da área.

Assim sendo o presente trabalho, discutiu as Indicações Geográficas como sinais distintivos de qualidade que podem agregar valor e gerar riquezas, contribuindo assim para o desenvolvimento e valorização da produção regional. Pôde-se perceber também que o Turismo pode vir a ser um grande aliado nesse processo. A atividade turística encontra-se entre as mais promissoras no contexto econômico mundial. Vive, atualmente, um processo de intensa discussão determinado pela necessidade de conciliar o desenvolvimento deste setor com a postura de respeito ao meio ambiente, conceito entendido em sua forma mais ampla e que abrange não só os recursos naturais, mas a população residente, na sua cultura e seus saberes.

## **Referências**

ATUASERRA. **Associação de turismo da serra nordeste. Arquivo e Memória** – coletânea de documentos para consultas acadêmicas e de interesse coletivo, 1997 -2007.

TONIETTO, Jorge. **Vinhos brasileiros de 4º geração: o Brasil na era das Indicações Geográficas.**

RIMISP. **Proyecto de desarrollo territorial rural a partir de productos y servicios con identidad: estudo de caso** – Brasil. Versión preliminar. 13 de abril, 2006.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio.** 2.ed. Brasília, 2010.

KAKUTA, Susana Maria. SOUZA, Alessandra L.L. da ET. AL. **Indicações geográficas: guia de**



respostas. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.

SEABRA, G.; MARIANO, G. **Turismo rural no agreste Pernambucano: o caminho das pedras é também das flores e dos frutos.** In: Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, IV, Joinville. 2004 Anais. Joinville: Instituto Superior e Centro Educacional Luterano Bom Jesus/Ielusc, 2004.

SILVA, Sylvio B. M. & SILVA, Barbara Christine N. **Reinventando o território: tradição e mudança na Região do Sisal.** Disponível em: <[http:// www.nead.org.br.](http://www.nead.org.br) > Acessado em 04 de abri. 2012.