A RELAÇÃO ENTRE OS SIGNOS DISTINTIVOS INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E PATRIMÔNIO E SUAS CONTRIBUIÇÕES AO TURISMO

Maria Rita Massuqueto Rocha (CNPq), Mirna de Lima Medeiros (orientadora), mariarita.mrocha@gmail.com: mirnadelimamedeiros@gmail.com

Universidade Estadual de Ponta Grossa/Departamento de Turismo.

Área do conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas, Subárea: Turismo.

Palavras-Chave: *Turismo, Indicação Geográfica, Patrimônio.*

Resumo

Este trabalho analisa os signos distintivos indicação geográfica (IG) e patrimônio, e suas contribuições ao turismo. Foram analisados os bens que possuem dupla proteção (IG e patrimônio) e avaliados os seus usos turísticos. A pesquisa, é de caráter qualitativo e exploratório, baseada em dados secundários. Os resultados evidenciam uma escassez de informações e uma baixa utilização dos signos distintivos em comparação com outros tópicos analisados. Assim, conclui-se que as prioridades estão mais voltadas à comercialização e divulgação dos bens, do que à aplicabilidade da IG e do patrimônio.

Introdução

As indicações geográficas reconhecem produtos e serviços diferenciados (por notoriedade ou características) devido a sua origem, conferindo proteção legal. Já o patrimônio destaca o vínculo histórico-cultural e salvaguarda o saber-fazer de bens. Ambos os signos podem agregar valor e fortalecer os produtos, produtores e o turismo. Porém, será que ambos são utilizados no Brasil? Esse país possui menor tradição em Propriedade Intelectual e fragilidades no que tange a proteção do seu patrimônio. Pensando nisso, este trabalho tem como objetivo relacionar os signos distintivos de indicação geográfica e patrimônio e suas contribuições ao turismo.

Materiais e Métodos

A metodologia adotada foi a qualitativa de caráter exploratório, baseada em dados secundários, a partir de levantamentos bibliográficos e análises documentais para embasamento teórico. A análise documental identificou os casos de dupla proteção (IG e patrimônio) e delimitou suas principais características. Para pesquisa, foram verificados 72 veículos de comunicação digital, como perfis no Instagram de prefeituras, secretarias de turismo e entidades representativas, além dos sites dessas instituições (prefeituras e entidades representativas), com o objetivo de analisar os dados da pesquisa, que foram divididos em 13 categorias.

Resultados e Discussão

Maiorki e Dallabrida (2015) ao relacionarem o turismo com a IG, afirmam que há uma relação de promoção e marketing realizada pelos turistas, que compram e transportam os produtos para outras localidades, contribuindo para a sua divulgação. Os resultados obtidos com a pesquisa confirmam isso, pela alta quantidade de fotos dos bens que foram encontradas nos veículos analisados (35/36 menções no Instagram, 19/22 no site das prefeituras e 3/3 no site das entidades representativas). Esse comportamento, mesmo que seja realizado de maneira indireta, atua como uma ferramenta para promover o marketing e a comercialização. No entanto, foram identificadas lacunas nesses dados, que estão relacionadas a baixa utilização da IG, patrimônio e do turismo, quando comparados a outros aspectos analisados. Como datas de registro, história dos bens, eventos e participações, que apresentam uma maior frequência de menções.

Conclusão

A pesquisa concluiu que os signos distintivos (IG e patrimônio) estão sendo pouco utilizados nos veículos analisados. Quando mencionados, não são explicados, e acabam sendo tratados como meras “premiações” que os bens possuem. Em relação ao turismo, as poucas atividades mencionadas referem-se à visitação em locais de produção, rotas turísticas e museus. Também foi possível identificar que existe um maior foco na comercialização dos produtos, que é evidenciada pelo grande número de eventos e publicações voltadas à promoção dos bens. Portanto, a pesquisa revela a necessidade de uma maior valorização e aproveitamento dos signos distintivos e do turismo, que atualmente estão sendo colocados em segundo plano.

Agradecimentos

Agradeço ao CNPq pelo financiamento da pesquisa. Também expresso minha gratidão ao MarkTur e à minha orientadora, Profª Drª. Mirna de Lima Medeiros.

DATASEBRAE. Sebrae. **Indicações Geográficas Brasileiras**. [S.D.]. Disponível em: https://datasebrae.com.br/indicacoesgeograficas/. Acesso em: 23 jan. 2024.

IPHAN. **Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHA)**. 2021. Disponível em: https://www.gov.br/pt-br/orgaos/instituto-do-patrimonio-historico-e-artistico-nacional. Acesso em: 27 set. 2023.

MAIORKI, Giovane José; DALLABRIDA, Valdir Roque. A indicação geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial. **Interações (Campo Grande)**, [S.L.], v. 16, n. 1, p. 13-25, jun. 2015. FapUNIFESP

MEDEIROS, Mirna de Lima. Desafios para a utilização turística de indicações geográficas no Brasil. In: **XXI Seminário ANPTUR**, 2024, São Paulo.

MEDEIROS, Mirna de Lima; PASSADOR, João Luiz. INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E TURISMO: Possibilidades no Contexto Brasileiro. **Perspectivas Contemporâneas**, [S.L.], v. 10, n. 3, p. 56-79, 2015.

RESENDE, Maria Antônia Botelho de; FRAZÃO, Quênia. A tutela do patrimônio cultural na legislação brasileira: instrumentos de proteção do patrimônio material e imaterial. **Revista Jurídica Uniaraxá**, Axará, v. 21, n. 20, p. 197-219, ago. 2017.

ISSN 1676-0093