

TURISMO CULTURAL & INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: PIAUI, PARAIBA E SERGIPE COMO ROTEIROS

Janaina Cardoso de Mello

As Indicações Geográficas (IGs) do artesanato em joias de opalas-azuis (PI), da bebida Cajuína (PI) e das rendas renascença (PB) e irlandesa (SE) valorizam as tradições locais, as singularidades, a notoriedade e o território, promovendo maior visibilidade e geração de renda por meio da comercialização. Roteiros turísticos integrados à economia criativa das regiões com IGs favorecem o desenvolvimento regional, assim como oferecem a vivência de experiências únicas e sustentáveis.

O registro das Indicações Geográficas (IGs) no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi) destaca as particularidades dos produtos de distintas regiões, valorizando suas características, originalidade, história, notoriedade e territorialidade, o que contribui para maior visibilidade, valor de oferta e consumo de uma experiência exclusiva em espaços com potencial turístico.

As IGs culturais podem ser atrativos turísticos desde que ocorra uma roteirização turística definida e estruturada para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização via turismo das localidades do roteiro. O turismo cultural traz a

vivência de elementos significativos relacionados ao patrimônio cultural e aos eventos que promovem e valorizam a cultura. Os bens, de natureza material e imaterial, possuem traços de memória e da identidade das populações.

As tradições de povoados, a vida rústica e o saber-fazer das comunidades são compartilhados, na experiência de produção, com visitantes que desejam consumir um momento que pode durar uma eternidade nas memórias. No campo das sensações, o produto é efêmero, mas abriga-se na subjetividade dos indivíduos de forma mais durável.

Um roteiro dos espaços com IGs culturais contém histórias interconectadas e

incentiva a economia que valoriza o bem-estar social e a qualidade de vida dos produtores tradicionais. Orienta o turista para a coletividade, para a rede de solidariedade entre associações e artesãos e para o cuidado com o ambiente.

A rede insere a participação de vários pequenos agentes sociais nas decisões sobre o desenvolvimento econômico sustentável, os impactos sociais e ecológicos do turismo. Articula várias unidades, troca de elementos, fortalece a reciprocidade e multiplica a noção de conjunto em expansão e com equilíbrio sustentável (MANCE, 2002, p. 24).

Quando não existe hospedagem nas comunidades, os municípios do interior são conectados à infraestrutura turística adjacente com suporte para a concretização da experiência do turismo e da economia criativos, retirando aquele espaço do isolamento.

Diferentemente do que é praticado no turismo de massa, o modelo de turismo criativo/cultural constrói uma cadeia de significados que perpassa o modo de vida comunitário, o controle do número de turistas (em visitas, atividades culturais e hospedagem). Evoca-se a qualidade, em vez da quantidade. Disso depende a manutenção do ambiente, a sustentabilidade ecológica. A felicidade turística na criatividade realiza-se como experiência sensorial, e não apenas como compra.

São novos paradigmas norteando a discussão do patrimônio cultural, do turismo e da economia criativos, afirmando

sustentabilidade, identidades locais e protagonismo dos sujeitos versus mundialização.

A economia criativa está balizada por “ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico” (UNCTAD, 2012, p. 10), incidindo em geração de renda, criação de empregos e exportação de ganhos, ao mesmo tempo que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano.

Os princípios econômicos na comercialização de produtos com IGs, em um mercado preocupado com a qualidade, permitem a sobrevivência das identidades culturais múltiplas e singulares, além do interesse das novas gerações em perpetuar a cultura.

A sustentabilidade cultural em comunidades tradicionais afastadas dos grandes centros depende cada vez mais dos vetores de comercialização de seus produtos. Em 2012, mais da metade das artesãs da renda renascença no Cariri paraibano (48,6%) obtinha 100 reais de renda mensal. Uma a cada três mulheres mantém a tradição da renda renascença, embora a sobrevivência esteja na agricultura. Os desafios das artesãs são a falta de água, de matéria-prima e de recursos para investir na produção, além dos atravessadores, que escoam 22% dos produtos (WSCOM, 2013).

Nas áreas com IGs, a ocupação em serviços manteve-se alta de 2007 a 2013. Para o Nordeste, em 2013, consideraram-se os municípios de Teresina (62,5%) e Pedro II (73,9%), no Piauí; Amparo (97,5%), Caraúbas (93,5%) e Cabaceiras (77,8%),

O modelo de turismo criativo/cultural constrói uma cadeia de significados que perpassa o modo de vida comunitário.

na Paraíba; e Divina Pastora (90,2%), em Sergipe (IBGE, 2014).

Nos portais de transparência governamentais, o Piauí obteve o melhor índice de investimentos em turismo, dispendo em 2015 de R\$ 18.903.597,00, ampliado em 2016 para R\$ 21.325.838,00 e mantendo o crescimento em 2017, com R\$ 38.792.221,00. Sergipe revelou um aumento no orçamento de 2015 (R\$ 15.799.916,50) para 2016 (R\$ 23.547.066,23) e um decréscimo para 2017 (R\$ 18.742.840,45). Na Paraíba, os valores de 2015 (R\$ 8.685.879,95) aumentaram em 2016 (R\$ 9.123.460,56), caindo em 2017 (R\$ 7.791.279,41).

O registro de Patrimônio Cultural Brasileiro da Produção Tradicional e Práticas Socioculturais Associadas à Cajuína no Piauí pelo Iphan, em maio de 2014, reconheceu o simbolismo da bebida/alimento, representativo da hospitalidade e dos laços entre as famílias produtoras. A IG veio em agosto de 2014, e no final do ano a comercialização da Cajuína movimentou mais de 2 milhões de reais (PORTAL AZ, 2015).

A história do Piauí emerge de violentos conflitos interétnicos e disputas entre oligarquias em aguda clivagem social. A instalação de Teresina, a modernização da sociedade e a nova socialização cívica balizadas por rituais de etiqueta colocaram a Cajuína no centro das práticas culturais de fortalecimento de vínculos, solidariedades e parcerias (IPHAN, 2008/2009, p. 15-16).

As opalas- azuis e as joias de opalas de Pedro II (PI) receberam o registro de IG em 2012, tendo o município a única reserva de gemas nobres de opala no país e a segunda maior do mundo, atrás apenas

da Austrália (GUIMARÃES, 2011). A lapidação e a transformação das gemas em artesanato geram até 70 mil reais mensais aos ourives.

De 2007 a 2011 houve um crescimento exponencial de turistas em Teresina, tendo em 2015 o maior quantitativo. Destes, 99% são compostos por brasileiros do Ceará (12,5%) e do Maranhão (12,5%), seguidos por São Paulo (9,9%), na faixa de 36 a 50 anos (42,2%) e predominantemente do sexo masculino (61%), com nível superior (60,3%) (PMT; SEMDEC, 2011, p. 29-32).

A renda renascença do Cariri (PB), com IG desde 2013, revelou o potencial das artesãs na economia local. Surgida entre os séculos XV e XVI, símbolo do artesanato italiano na Ilha de Burano (Veneza, Itália), encantou a realeza e a burguesia francesas no século XVIII. Chegou ao Nordeste brasileiro no século XIX, com as freiras francesas do Convento Santa Teresa. Em 1930, o ofício foi apropriado por mulheres mais humildes. Nos anos 2000, a atividade se tornou importante na economia da região, constituindo-se também em atrativo turístico (GIESBRECHT, 2014, p. 53 e 55).¹

O abraço à herança cultural faz empreendedores artesãos construírem e promoverem a imagem das regiões, mantendo vivas as tradições, inovando-as nos mercados contemporâneos, cuidando da qualidade e autenticidade da produção e reforçando identidades, reputação e competitividade nas regiões do artesanato (PRET; COGAN, 2018, p. 11).

A renda irlandesa chega ao município de Divina Pastora (SE) no início do século XX, com a utilização do fio de lacê

ensinada pela missão de freiras irlandesas (AMARAL, 2011, p. 29).

Popularizou-se com o registro de patrimônio imaterial pelo Iphan e a obtenção da IG pelo Inpi em 2012. Os municípios sergipanos de Laranjeiras, Riachuelo e Maruim também possuem artesãs da renda.

Roteiros integrados das IGs podem incentivar o empreendedorismo artesanal e a oferta de serviços e produtos turísticos, fortalecer a identidade regional, além de aumentar as visitas e os gastos em torno de experiências únicas. Por isso, desenvolveu-se um *Guia da Roteirização Turística das IGs Culturais & Infraestrutura* via leitura digital de QR Code para o download em PDF.

Possui 13 IGs culturais – registro que atesta que certa região se especializou na oferta de um artigo ou serviço diferenciado e de excelência, caracterizado por tradições ancestrais e pelo saber-fazer imaterial – com textos, imagens, geolocalização, sugestões de hospedagem em projetos de Turismo de Base Comunitária (TBC), eco-hotéis, espaços de acomodação sustentável e turismo solidário, indicando contatos. Há boxes dos aeroportos próximos. Foi produzido no Mestrado em Turismo do IFS, com apoio do CINTTEC-UFS e financiamento do Programa Observatório Itaú Cultural de Pesquisa em Economia da Cultura. **obs**



Janaína Cardoso de Mello

É doutora em história social (UFRJ), mestra em memória social (Unirio) e em turismo (PPM-TUR-IFS) e graduada em história (Uerj). É professora da Universidade Federal de Sergipe (UFS), do mestrado em ensino de história e do mestrado em história (PPGH-UFAL). Sua pesquisa *MAPTOUR-IG & QR Codes Culturais em Aeroportos: Novos Destinos Turísticos Inteligentes para Cidades Criativas, Desenvolvimento Territorial e Revitalização Urbana a Partir da Economia da Cultura* foi uma das selecionadas no Programa Observatório Itaú Cultural de Pesquisa em Economia da Cultura 2017, na carteira Pesquisa em Andamento.

 **Referências**

- AMARAL, J. L. *A produção de renda irlandesa e seu aprendizado em Campos dos Goytacazes – RJ*. Tese de mestrado em museologia e patrimônio. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UniRio), 2011.
- GIESBRECHT, H. O. et al. *Indicações geográficas brasileiras*. Artesanato: Brazilian geographical indications – Crafts: indicaciones geográficas brasileñas – Artesanía. Brasília: Sebrae, Inpi, 2014.
- GUIMARÃES, H. *Opala: preciosidade do sertão ganha o mundo*. 2011. Disponível em: <<http://revistagloborural.globo.com/Revista/Common/0,,ERT211452-18071,00.html>>. Acesso em: 15 mar. 2017.
- IBGE. *Cidades*. 2014. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 14 dez. 2017.
- IPHAN. *Dossiê Produção Artesanal e práticas socioculturais associadas à Cajuína no Piauí*. Piauí: Iphan, 2008/2009.
- MANCINI, E. A. *Redes de colaboração solidária – aspectos econômico-filosóficos: complexidade e libertação*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- MELLO, J. C. *Roteirização turística das IGs & infraestrutura*. Aracaju: Ed. GEMPS, 2018.
- PMT; SEMDEC. *Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) – Teresina*. Teresina: PMT/Semdec, 2011.

- PORTAL AZ. *Cajuína ganha cada vez mais espaço no mercado*. 2015. Disponível em: <<http://www.pi.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PI/cajuina-ganha-cada-vez-mais-espaco-no-mercado,6b6324349e57b410VgnVCM1000003b74010aRCDhhttps://www.portalaz.com.br/noticia/geral/323227/cajuina-ganha-cada-vez-mais-espaco-no-mercado>>. Acesso em: 17 dez 2018.
- PRET, T.; COGAN, A. Artisan entrepreneurship: a systematic literature review and research agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2018, p. 1-24. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2018-0178>>. Acesso em: 25 abr. 2018.
- TEIXEIRA, S. J.; FERREIRA, J. J. M. Entrepreneurial artisan products as regional tourism competitiveness. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2018, p. 1-23, Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2018-0023>>. Acesso em: 20 mar. 2018.
- UNCTAD. *Relatório de economia criativa 2010: economia criativa, uma opção de desenvolvimento*. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.
- WSCOM. *50% das produtoras do Cariri ganha R\$ 100*. Economia & Negócios. 2013. Disponível em: <<https://www.wsc.com.br/noticia/metade-das-mulheres-produtoras-do-cariri-paraibano-tem-renda-mensal-de-ate-r-10/>>. Acesso em: 20 mar. 2018.



Nota

- 1 Disponível em: <<https://caixacolonial.club/blog/renda-renascenca-do-cariri-paraibano-231/>>. Acesso em: 10 out. 2017.