

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: POTENCIALIDADES NA PROMOÇÃO DE TURISMO SUSTENTÁVEL NO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

GEOGRAPHICAL INDICATIONS: CAPABILITIES IN PROMOTING A SUSTAINABLE TOURISM IN THE ESPÍRITO SANTO STATE

JAQUELINE CAROLINO¹; ADRIANA FIOROTTI CAMPOS¹; LUCAS MEDICI MACEDO
CANDEIAS¹; RONIELSON XAVIER DE JESUS¹

¹UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO; jqcarolino@yahoo.com.br

Grupo de Pesquisa: Grupo 13. Trabalhos de Iniciação Científica

Resumo

Objetivou-se contextualizar o debate atual sobre as potencialidades para o turismo sustentável a partir do registro de uma Indicação Geográfica para as regiões onde se localizam os produtos protegidos. Limitou-se a análise ao Estado do Espírito Santo por meio de uma abordagem qualitativa caracterizada por fontes de dados secundários e bibliográficos. Como considerações finais têm-se que produtos agrícolas e/ou agroindustriais são considerados os mais adequados para a utilização da certificação de IG, no entanto, tem-se associado as IG's também a produtos não agrícolas. O reconhecimento de uma IG é uma oportunidade de promoção do turismo local relacionado à cultura e a tradição, pois a mesma pode atuar como uma ferramenta de *marketing* e estimular não só a produção do produto em si, mas também atividades e serviços complementares e/ou auxiliares, ampliando assim os beneficiários.

Palavras-chave: Indicação Geográfica, Turismo, Espírito Santo

Abstract

The aim was to contextualize the current debate regarding the potential for the sustainable tourism from the registration of a Geographical Indication for the regions where the protected products are located. The analysis was limited to the state of Espírito Santo through a qualitative approach characterized by secondary and bibliographic data sources. As final considerations it was concluded that agricultural and/or agroindustrial products are considered the most suitable for the use of the GI certification, however, the GI's have also been associated with non-agricultural products. The recognition of a GI is an opportunity to promote the local tourism related to the culture and the tradition, because it can act as a marketing tool and stimulate not only the production of the product itself, but also complementary and/or auxiliary activities and services, expanding the beneficiaries.

Key words: *Geographical Indication, Tourism, Espírito Santo*

1. Introdução

O turismo constitui-se em uma das mais importantes atividades com potencial econômico, social, cultural e ambiental, gerando emprego e renda diretos e indiretos, com impactos na melhoria da qualidade de vida da população. A indústria de turismo é apontada como força motriz de algumas economias nacionais. Para corroborar com essa afirmação, em

termos de impacto econômico, o *World Travel and Tourism Council* (WTTC) divulgou que, em 2014, o setor contribuiu com 9,5% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial, um total de US\$ 7 trilhões, e 5,4% das exportações. O setor foi ainda responsável por 266 milhões de empregos diretos e indiretos, correspondendo a um de cada 11 empregos gerados em nível mundial e estima-se que esse número chegue a dez postos de trabalho até 2022 (WTTC, 2015).

O turismo promove contatos entre realidades e costumes, e tem como uma das principais “matérias-primas” os recursos ambientais e culturais das comunidades onde se estabelece, por isso, torna-se fundamental estudar não só sua vertente econômica, mas também suas vertentes histórica, social, cultural e ambiental. Além disso, de forma que a receita não pare de fluir, devido à degradação dos destinos, o estabelecimento de padrões sustentáveis de desenvolvimento vem merecendo atenção de todos os setores da sociedade. Assim, sob a ótica do turismo sustentável, surge também a procura por produtos locais valorizados por suas características singulares e sua origem única. As características geográficas aliadas às culturais aferem determinado produto ou serviço e tais particularidades proporcionam uma valiosa diferenciação de mercado. A importância da indicação do nome geográfico tem servido de elemento significativo na designação de diversos produtos, inclusive compondo-lhe como fator de determinação de seu preço final. Neste sentido, dentro de uma perspectiva de valorização da propriedade intelectual, a Indicação Geográfica (IG) surge como uma alternativa de desenvolvimento econômico e até mesmo social nos Países/Regiões onde foram adotadas.

Diante deste fato, este estudo propõe-se a responder a seguinte questão: quais as potencialidades para o turismo sustentável a partir do registro de uma IG para as regiões onde se localizam os produtos protegidos? Para tanto, este trabalho limitou-se a contextualização das IG's no Estado do Espírito Santo e foi efetivado sob uma abordagem qualitativa por meio de pesquisa caracterizada como descritiva, utilizando-se de fontes de dados secundários e bibliográficos.

3. As Indicações Geográficas no Espírito Santo: Potencialidades na Promoção de Turismo Sustentável

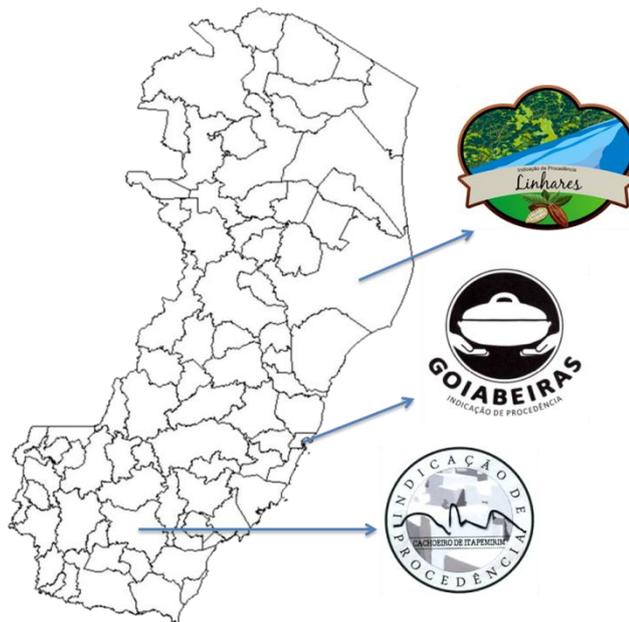
As IG's são um signo distintivo relativo a produtos de origem geográfica definida, reputação e características intrínsecas ao lugar. A IG é uma modalidade de propriedade industrial que se subdivide em Indicação de Procedência (IP) e em Denominação de Origem (DO). Suas modalidades são conceituadas nos artigos 177 e 178 da Lei nº 9.279/1996. A IP está diretamente ligada à notoriedade do produto e tradição na produção, sendo necessária a comprovação de como se tornou conhecido. Já a DO, quando reconhecida, passa a funcionar como a própria designação de um produto, cujas qualidades estão intrinsecamente ligadas de forma exclusiva ou essencial ao meio geográfico.

De acordo com Dogan e Gokovali (2012), as IG's destacam e valorizam a produção de certas regiões. Esta valorização pode ser apropriada e/ou até intensificada pela atividade turística, pois as IG's funcionam como ferramenta de *marketing* tanto dos produtos quanto das localidades.

Analisando os dados disponíveis no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), órgão responsável pelos registros no Brasil, no Estado do Espírito Santo identificou-se apenas sete pedidos de IG, sendo o primeiro depósito realizado em 2009. Os pedidos foram para: dois produtos não agrícolas: panelas de barro (IP); mármore (IP); e cinco para produtos agroindustriais: cacau em amêndoas (IP); vinho (DO); socol (IP); carne de sol (IP), e, inhame (IP). Sendo que somente três tiveram seu registro concedido e as demais estão em fase de

análise. Na Figura 1, apresenta-se a distribuição no território estadual das IG's concedidas desde a data da primeira concessão em 2011.

Figura 1: Distribuição das Indicações Geográficas Concedidas para o Estado do Espírito Santo – 2011-2015



Fonte: Elaboração própria a partir de INPI (2016).

Sob esta ótica, as IG's concedidas para o Estado Espírito Santo estão associadas a alimentos, minerais e artesanato. As que estão em fase de análise são todas relacionadas a alimentos. Percebe-se que as IG's no Estado aparecem em três Municípios. São eles: Cachoeiro de Itapemirim, em função da extração de mármore, Vitória, com o selo Goiabeiras de procedência das panelas de barro e Linhares com o cacau em amêndoas.

No caso das IG's do Estado do Espírito Santo verifica-se tal afirmação por meio de: a) mármore - trouxe visibilidade internacional e nacional à cidade de Cachoeiro de Itapemirim, bem como para as empresas que atuam no segmento de extração e beneficiamento que lá se encontram, principalmente por meio da *Stone Fair* que ocorre anualmente. Tal atividade atrai basicamente o turismo de negócios; b) panela de barro – produzida artesanalmente, é reconhecida nacional e internacionalmente como objeto de arte popular e está associada à culinária espírito-santense, principalmente, no preparo da moqueca e da torta capixaba. Além da Festa das Paneleiras que também acontece anualmente, as peças podem ser adquiridas durante todo o ano na sede da Associação da Paneleiras no Bairro de Goiabeiras/Vitória por turistas que frequentam o Estado por motivos variados; c) cacau em amêndoas – a produção encontra-se no município de Linhares. Para atingir e manter a qualidade do produto que também adquiriu notoriedade internacional e nacional, os produtores precisaram passar por reciclagem do aprendizado, bem como houve necessidade de adequação da infraestrutura e procedimentos para atingir os padrões de sustentabilidade que uma IG demanda.

Ao mesmo tempo, em relação aos pedidos em análise destaca-se que todos estão em regiões de potencial turístico do Estado, como por exemplo, o pedido de IG para o socol que é produzido no Município de Venda Nova do Imigrante. Município este conhecido em nível nacional e internacional, principalmente, pela prática do agroturismo.

Segundo Carolino e outros (2013), a atividade turística que se desenvolve de forma sustentável deve envolver em harmonia questões como a gestão dos recursos econômicos, sociais e estéticos, manutenção da diversidade biológica e particularidades culturais. O turismo sustentável é um processo de melhoria contínua.

O incremento à atividade turística derivada do reconhecimento da IG não beneficia apenas os produtores do bem registrado, mas cria oportunidades para outros setores. Dessa forma, sob uma ótica da sustentabilidade, pode-se, ainda, criar a cultura de realização de oficinas por moradores locais, não só para apresentar as características geográficas, étnicas e culturais da Região para os turistas, mas também para desenvolver a economia local. O crescimento da demanda turística exige, ainda, infraestrutura compatível, melhoria dos serviços turísticos (transportes, serviços de excursões, serviços de *transfer*, dentre outros), locadoras de automóveis, agências de viagens e serviços de hospedagem e de alimentação. Bem como promove a alavancagem de outros setores gastronômicos (bebidas, geleias, biscoitos, entre outros).

2. Considerações Finais

O reconhecimento de uma IG está sendo analisado como uma oportunidade de promoção do turismo local relacionado à cultura e a tradição. É possível observar que produtos agrícolas e/ou agroindustriais são considerados os mais adequados para a utilização da certificação de IG. No entanto, tem-se associado às IG's também a produtos não agrícolas. Percebe-se que uma IG pode atuar como uma ferramenta de *marketing* e estimular não só a produção do produto em si, mas também atividades e serviços complementares e/ou auxiliares como, por exemplo, serviços de acolhida de turistas, eventos culturais e gastronômicos, transporte, produtos associados à valorização do patrimônio, ampliando assim os beneficiários.

2. Referências

BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996.** Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm>. Acesso em: 04 abr. 2016.

CAROLINO, J.; NEWMAN CARVALHO, D. T. de; CAMPOS, A.F.; PEREIRA, V.. S.; Newman, J. A.; DIAS, P. V.; JESUS, R. X.; MEDICI, L. M. C. **Geoturismo: O Novo Segmento do Turismo Sustentável.** In: IV Encontro de Economia do Espírito Santo, 2013, Vitória. VI Encontro de Economia do Espírito Santo, 2013.

DOGAN, B.; GOKOVALI, U. **Geographical indications: the aspects of rural development and marketing through the traditional products.** *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, v. 62, p. 761–765, 2012.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Pedidos de Indicação Geográfica Concedidos e em Andamento.** Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL (WTTC). **Travel & Tourism economic impact 2015 world.** Disponível em: <<http://www.wttc.org/>>. Acesso em: 20 fev. 2016.