

A RELAÇÃO ENTRE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E PATRIMÔNIO E SUAS CONTRIBUIÇÕES AO TURISMO

¹Maria Rita Massuqueto Rocha

²Mirna de Lima Medeiros

Resumo: Este trabalho aborda os signos distintivos de indicação geográfica (IG) e patrimônio. Foram analisados os produtos que possuem dupla proteção (IG e patrimônio), com o objetivo de relacionar os mesmos e investigar suas contribuições ao turismo. A metodologia usada seguiu uma abordagem qualitativa e exploratória, baseada em dados secundários. A pesquisa analisou 72 veículos digitais, os quais são compostos por perfis do Instagram, sites de prefeituras e de entidades representativas. Os resultados encontrados indicam que existe uma carência de informações e menções relacionadas às IGs, ao patrimônio e ao turismo nos meios digitais que foram verificados. Assim, foi possível concluir que os veículos analisados possuem outras prioridades, que não voltadas à explicação ou menção aos signos distintivos. Em suma, o trabalho contribuiu para identificar essas lacunas relacionadas à falta de informações e subutilização, proporcionando um panorama atualizado de como as IGs, o patrimônio e o turismo estão (ou não) sendo abordados.

Palavras-chave: Turismo, Indicação Geográfica, Patrimônio, Desenvolvimento Territorial.

INTRODUÇÃO

Atualmente, a correlação entre indicação geográfica, patrimônio e turismo surge como um campo de estudo necessário para compreender a complexidade das relações entre cultura, salvaguarda, economia e território. A indicação geográfica visa proteger o nome geográfico e atestar qualidade de produtos, que estão vinculados a uma determinada região. Já o patrimônio, que abrange elementos de natureza cultural, que podem ser de origem material ou imaterial, os quais possuem importância pelas fortes conexões que são feitas entre a identidade e herança histórico-cultural de uma localidade e comunidade.

Apesar de existirem algumas semelhanças, como a proteção de produtos e/ou serviços que estão vinculados a uma região específica, ou a preservação de tradições, os instrumentos são diferentes. A indicação geográfica tem finalidade comercial e aplica-se a produtos (ou serviços) específicos, como alimentos e produtos artesanais, que possuem fama ou características únicas decorrentes de uma região geográfica. Já o patrimônio visa a salvaguarda de elementos transmitidos de geração para geração, compreende uma ampla variedade de fatores tangíveis e intangíveis, que podem ser tanto culturais como naturais, tendo como exemplo construções, eventos, saberes e formas expressões.

Diante desse contexto, surge a seguinte indagação: qual a relação entre os signos distintivos de indicação geográfica e patrimônio e suas contribuições ao turismo? E o

¹ Graduanda em Turismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa; mariarita.mrocha@gmail.com

² Doutora em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação em Administração de Organizações da Universidade de São Paulo, Professora no curso de Turismo e no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas; mirnadelimamedeiros@gmail.com

consequente objetivo geral: verificar a relação entre indicação geográfica e patrimônio e suas contribuições ao turismo no Brasil. Seguindo os objetivos específicos do trabalho são: descrever a relação entre os signos de indicação geográfica e patrimônio; discutir a importância dos signos de indicação geográfica para o turismo; listar os produtos ou serviços que têm as duas proteções (patrimônio histórico e indicação geográfica) e analisar a utilização turística dos signos distintivos nos casos em que há dupla proteção.

Assim sendo, este trabalho assume relevância no contexto atual, por permitir a compreensão do valor histórico-cultural e econômico que estes bens assumem com as regiões produtoras, comunidades locais, e com o turismo. Também é possível analisar, sobre a importância dos signos distintivos, indicação geográfica e patrimônio, para preservação, salvaguarda e promoção dos produtos e serviços que possuem esses registros. Já dentro do contexto turístico, a pesquisa contribui para investigação dos bens que possuem as duas proteções, verificando se há a utilização desses signos distintivos na promoção e formatação de produtos turísticos.

Em vista disso, apresenta-se inicialmente um referencial com conceitos e definições referentes ao patrimônio e a indicação geográfica, que vem acompanhado de suas principais leis, órgãos responsáveis, tipologias e locais de registro. Em seguida, o trabalho apresenta uma seção onde é discutido sobre a relação entre turismo, patrimônio e indicação geográfica, logo depois é apresentado a metodologia do artigo. Posteriormente, começam a ser expostos os resultados e discussões encontrados com a pesquisa, no qual estarão os bens que possuem os dois registros e suas principais características, juntamente com a análise dos dados coletados e a utilização turística dos bens.

REFERENCIAL TEÓRICO

Resende e Frazão (2017) comentam que o termo patrimônio deriva do grego *pater*, que pode significar “pai” ou “paterno”, sendo assim, está relacionado com tudo aquilo que é deixado ou transmitido do pai para seu filho. A questão de “herança” ou “transmissão de valor”, perpassa também o entendimento de patrimônio cultural.

O Patrimônio cultural abrange muitos bens, que possuem valores inestimáveis para comunidades ou nações. Diz respeito às riquezas que são desenvolvidas e transmitidas por várias gerações como uma herança histórica, assim desenvolvendo traços de identidade para esses grupos (Vianna, 2016). Esses bens podem ser de natureza material, como edificações históricas e obras de artes, ou imateriais, como saberes, tradições e celebrações.

Outra definição um pouco mais abrangente sobre patrimônio cultural, é a da Constituição Federal de 1988, a qual, em seu artigo 216, diz que “constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira”, ainda é descrito que esses bens podem ser formas de expressão, saberes, edificações, conjuntos urbanos, sítios entre outros que possuam valor histórico (BRASIL, 1988, Art. 216). Nesse sentido, para Fonseca (1997), o patrimônio está relacionado com tudo aquilo que é criado, valorizado e que quer ser preservado, sendo representado por obras de arte, monumentos, festas, músicas, tradições culinárias, saberes e fazeres, englobando tudo que é produzido com as mãos, ideias e fantasia.

Também com a finalidade de proteção, porém a proteção comercial, há o signo distintivo das indicações geográficas. Esse signo, segundo Castro e Giraldo (2018), é uma ferramenta que promove o comércio e a divulgação de produtos, além de auxiliar na preservação da herança histórico-cultural destes bens.

Para Kakuta et al. (2006) às IGs foram desenvolvidas como uma forma de garantir maior qualidade relacionada à origem de alguns produtos, que sofriam com falsificações, podendo ainda ser utilizadas como uma forma de enriquecimento de comunidades locais, onde esses produtos são produzidos, e também como uma forma de promoção comercial. Isso porque a indicação geográfica é um signo que garante a proteção legal e comercial de bens e serviços que apresentam características vinculadas a uma região geográfica específica. Para o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI, 2020) às IGs tratam de produtos ou serviços que possuem uma origem específica, além de que, o registro destes bens os garante reputação, qualidade e características específicas vinculadas a sua localidade, a qual vem a comunicar sua capacidade e especialização para essa produção.

Maiorki e Dallabrida (2015, p.14) trazem a ideia de que as indicações geográficas se referem “a uma qualidade atribuída a um produto originário de um território cujas características são inerentes à sua origem geográfica”. Essas qualidades estão relacionadas ao meio ambiente ou a fatores humanos, que contribuem para esses produtos terem maior destaque e prestígio, levando em conta questões como o modo de produção e colheita, clima e características próprias destes produtos, que o tornam um diferencial.

Já para o Sebrae (2013) a indicação geográfica é uma forma de garantir aos consumidores a qualidade dos bens que estão sendo consumidos, sendo que esses produtos também estão associados à sua origem geográfica, que vem a denominar seus nomes geográficos, essa indicação ainda confere identidade e distinção a demais produtos que possuem

semelhanças com estes bens. Também podem ser atribuídas às IGs duas principais funções (SEBRAE, 2016): agregar valor aos produtos e proteger a região produtora. Ademais, é citado que elas podem ser fundamentais para preservação da biodiversidade, do conhecimento e dos recursos naturais, além de contribuírem de forma positiva para economia e para o desenvolvimento dos locais em que estão inseridas.

A seguir, o quadro 01 apresenta a diferenciação entre patrimônio e indicação geográfica, em termos dos seus principais conceitos e normas.

Quadro 1 – Síntese de conceitos e diferenciações entre Patrimônio e Indicação Geográfica

	Patrimônio	Indicação Geográfica
Conceito	Patrimônio está relacionado com tudo aquilo que é criado, valorizado e que quer ser preservado, sendo representado por obras de arte, monumentos, festas, músicas, tradições culinárias, saberes e fazeres, englobando tudo que é produzido com as mãos, ideias e fantasia.	A indicação Geográfica trata de produtos ou serviços que possuem uma origem geográfica específica, que os garante qualidade e reconhecimento
Tipologias	Patrimônio Material; Patrimônio Imaterial	Denominação de Origem; Indicação de Procedência
Finalidade	Preservação da identidade cultural	Proteção comercial; Desenvolvimento econômico das regiões em que estão inseridas
Órgão Responsável	IPHAN	INPI
Legislação	Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, que institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) que fica responsável por preservar e salvaguardar os bens de natureza material e imaterial	Lei da Propriedade Industrial, Nº 9.279/1996 de 14 de maio de 1996, que regulamenta a proteção dos direitos e obrigações relacionados à propriedade industrial
Escala de Proteção Territorial	Patrimônio material, é protegido em escalas municipais, estaduais ou federais	Os nomes geográficos possuem proteção nacional
Requisitos	A relevância histórica e nacional que este bem apresenta para memória, identidade e formação da sociedade brasileira, contribuindo para continuidade histórica	Identificação do produto como um centro de extração, fabricação ou produção (IP), ou como sendo reconhecido por suas qualidades e características (DO), que são específicas do meio geográfico
Solicitante	Pode ser solicitado pelo Ministro de Estado da Cultura, instituições vinculadas ao Ministério da Cultura, Secretarias Estaduais ou Municipais e por associações da sociedade civil.	O pedido de registro pode ser feito por entidades representativas, ou por um único produtor/prestador de serviço.
Processo para Petição da Proteção	A solicitação de registro pode ser feita presencialmente, diretamente no edifício do IPHAN, ou por meio postal. A 1ª etapa é a elaboração de um requerimento que deve ser direcionado ao Presidente do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), neste requerimento devem constar alguns documentos, como a justificativa para este registro, descrição do bem e informações históricas; 2º processo é submissão à Câmara do Patrimônio Imaterial para	O processo é feito por meio eletrônico, contando com 8 principais passos, sendo eles: 1º leitura do Guia de Usuários; 2º cadastro no e-INPI; 3º consultar a Tabela de Retribuições, para escolher qual serviço será solicitado; 4º emitir o Guia de Recolhimento da União (GRU); 5º efetuar o pagamento do GRU, excluindo aquelas que possuem alguma isenção; 6º preenchimento do formulário eletrônico; 7º enviar o pedido de registro do bem; 8º

	avaliação; 3º são feitas instruções técnicas para o processo; 4º elaboração de um dossiê; 5º o parecer técnico é publicado para manifestações da sociedade; 6º o dossiê e o parecer técnico são analisados pelo Conselho Consultivo, para decidir sobre o registro.	acompanhar o pedido, por meio da Revista da Propriedade Industrial.
Custos	O processo de registro não possui custos diretos	Os pedidos de registros possuem valores diferentes, de acordo com a tipologia do bem, para indicação de procedência o valor é de 590 reais, e para reconhecimento como denominação de origem é de 2.135 reais

Fontes: Elaborado com base em BRASIL (1991); BRASIL (1996); BRASIL (1988, Art. 216); BRASIL (2000); BRASIL (2006); INPI (2019); INPI (2020); IPHAN (2021); Fonseca (1997); MAPA (2017); Resende e Frazão (2017); Pena et al. (2022).

A partir do quadro 01 é possível verificar as principais diferenças entre a indicação geográfica e o patrimônio, como os principais requisitos e o processo de registro para cada bem, ou as diferentes escalas de proteção, finalidade e órgãos responsáveis. A seguir, serão apresentados os principais conceitos referentes às proximidades e utilização entre indicação geográfica e patrimônio com o turismo.

APROXIMAÇÕES E APLICAÇÕES TURÍSTICAS DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E PATRIMÔNIO

Mas afinal qual seria a relação entre as IGs e turismo? Pode-se afirmar que a indicação geográfica estimula o turismo e gera mais renda para o país (Nascimento, Nunes e Bandeira 2012), assim contribuindo para o reconhecimento de culturas tradicionais, comidas típicas, e a salvaguarda das práticas artesanais e culturais, essa parceria também agrega valor às atividades agrícolas, artesanais e agroindustriais, ao mesmo tempo que contribuem para a preservação do patrimônio natural e cultural de uma região.

O turismo pode ainda ser tratado como um elemento de extrema importância para o sucesso de uma indicação geográfica, porque ele atua como uma estratégia de marketing e promoção de produtos. Os turistas se atraem pelo destino e levam os produtos a outros centros consumidores, assim, despertando o interesse tanto pelo produto quanto pela região produtora, que pode vir a passar por algum nível de desenvolvimento territorial a partir de uma cesta de bens e serviços territoriais ofertada (Maiorki; Dallabrida, 2015).

Essa relação também pode ser entendida a partir da interpretação de que o turismo é um subproduto da Indicação Geográfica (D’Alexandria, 2015). O signo é usado como atrativo para os turistas descobrirem as particularidades de regiões produtoras, por outro lado as IGs impulsionariam o turismo ao permitir que os visitantes conheçam os processos produtivos,

compreendam os métodos de produção, apreciem o saber-fazer e valorizem as tradições produtivas, além de permitir que eles desfrutem de produtos originais e de alta qualidade.

Medeiros e Passador (2015) abordam a ligação entre turismo e indicação geográfica, a partir da forma como ela é usada antes, durante e após a prática turística. Os autores, apontam que antes de visitas ela serve como um motivador de viagens, contribui para visibilidade da região produtora, traz um sentimento de orgulho e identidade, e possibilita a publicação de conteúdos promocionais e avaliativos referentes aos bens; durante as visitas, ela auxilia para o aumento do valor imposto nos bens, na elaboração de tarefas que estimulem o uso da IG, e que sirvam como apoio e facilitadores para o uso turístico de visitantes e da população local; após a visita, esses bens são utilizados como *souvenir* por turistas, ajudam na propagação de informações tanto sobre o local, quanto sobre o produto, e novamente colaboram como motivadores de viagens, porém desta vez por terceiros, que recebem esse produto de presente de alguém que visitou a região.

Vieira e Soares (2019) dizem que é importante destacar que a identidade cultural de uma região turística desempenha um papel fundamental na promoção dos atrativos turísticos. Dentro desse leque de atrativos, a inclusão de produtos com Indicação Geográfica é uma estratégia que fortalece o turismo, uma vez que quase sempre abrigam bens e patrimônios intangíveis valiosos, e desempenham um papel de grande importância para preservação ambiental e valorização de produtos e produtores.

Como mencionado anteriormente, ao que se refere às contribuições que as indicações geográficas trazem para preservação de bens patrimônios, tanto os de natureza material como os de natureza imaterial, a seguir será discutido sobre as aproximações e conexões que são feitas entre o turismo e o patrimônio cultural.

Gomes (2007) traz em seu trabalho a interpretação de que o patrimônio cultural é muito utilizado dentro das atividades turísticas, e isso se deve por uma crescente demanda dos turistas em querer conhecer as heranças históricas e culturais de seus destinos. A autora também diz que o patrimônio cultural não deve ser considerado meramente como uma mercadoria à disposição dos serviços turismo, porque esses bens patrimoniais carregam a identidade e a cultura de determinadas populações, sendo assim, esses grupos e bens devem reforçar a sua identidade cultural, para quando acontecer de serem trabalhados como produtos turismo, não perderem suas características e particularidades.

Essa relação, inclusive, pode ser tratada como complexa (Oliveira; Zanirato, 2017), porque o turismo desempenha um papel crucial ao influenciar tanto na proteção quanto no desenvolvimento econômico de locais que possuem bens culturais. Pensando nisso, é proposto

uma abordagem do turismo como prática social, em que ele seria capaz de contribuir para a preservação do patrimônio cultural, exigindo assim uma sincronia com as necessidades da comunidade local, bem como o compromisso com a preservação da identidade e memória do patrimônio cultural, para que ele não seja transformado em uma mercadoria turística.

Seguindo na complexidade desta associação, Sotratti (2020) cita sobre a interação entre o turismo e a preservação do patrimônio cultural, que pode ser considerada confusa. Isso se dá pelas aproximações e afastamento que os temas tiveram ao longo dos anos, levando assim ao aumento do campo teórico referente à preservação patrimonial, que trouxe mais evidência para relação entre o turismo e patrimônio, dada pela incorporação de elementos culturais aos processos de identificação, seleção e salvaguarda. O autor, ainda critica à promoção excessiva do patrimônio cultural para fins turísticos, destacando a preocupação com a possibilidade de transformar o patrimônio cultural em um mero produto para consumo turístico. Diante disso, alerta sobre potenciais consequências desse cenário, sendo uma delas a aceleração da degradação desses bens, que pode vir a resultar em um turismo massificado.

Em vista disso, para Felicidade e Silva (2019), o patrimônio não é apenas um produto da atividade turística, que fica exposto para as pessoas, mas um indicativo de significados e de memórias que foram acumuladas com o passar do tempo. A atividade turística vem para além de promover avanços econômicos, mas também como uma maneira de contribuir com a valorização do patrimônio cultural, permitindo assim, um intercâmbio de experiências culturais e de conhecimentos que contribuem para que os sujeitos se sintam pertencentes a uma história e a uma identidade. As autoras, também mencionam que o patrimônio cultural pode tornar-se um dos motivadores de deslocamento de turistas, que buscam vivenciar novas experiências culturais e adquirir novos conhecimentos, pois os locais que possuem potencial cultural estimulam a curiosidade das pessoas em querer conhecê-las.

Com base em tudo que foi mencionado, pode-se entender que os signos distintivos possuem algumas similaridades dentro do âmbito turístico. Dentre as principais correlações, temos a cultural, na qual os signos destacam características únicas das regiões produtoras, as quais estão relacionadas com a valorização da identidade de comunidades locais, que carregam heranças históricas/culturais valiosas. Além disso, tem-se a atração de turistas, que utilizam da IG e do patrimônio como motivadores para suas viagens, para conhecer regiões com grande potencial cultural, e produtos de qualidade garantida. Não se pode esquecer, também, das contribuições econômicas que são geradas a partir das atividades turísticas vinculadas aos signos, principalmente o desenvolvimento de regiões e a promoção e proteção de bens.

METODOLOGIA

A metodologia adotada nesta pesquisa é a qualitativa, de caráter exploratório. Sendo a pesquisa exploratória, aquela que está relacionada aos trabalhos, que quando se encontram em fase preliminar, tem como objetivo disponibilizar mais informações sobre o assunto que está sendo abordado, facilitando sua definição e delineamento (Prodanov; Freitas, 2013).

Inicialmente, a pesquisa envolve uma revisão de literatura relacionada ao patrimônio cultural, à indicação geográfica e ao turismo. Essa revisão bibliográfica permite embasar teoricamente a pesquisa, identificar estudos anteriores relacionados ao tema e compreender as diferentes perspectivas e abordagens existentes sobre a relação entre indicação geográfica, patrimônio e o turismo.

Em seguida, a análise documental permitiu obter informações relevantes sobre as indicações geográficas concedidas aos produtos considerados, bem como sobre as políticas e regulamentações relacionadas aos processos de registro dos bens. Os documentos analisados incluíram registros do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e de outras instituições responsáveis pela concessão e proteção dos produtos e serviços que possuem o título de patrimônio e/ou indicação geográfica. Essa análise fornece uma compreensão mais aprofundada sobre os critérios e os processos envolvidos na obtenção desses registros.

Seguindo a análise de documentos, porém agora com a finalidade de identificar os casos dos bens que possuem as duas proteções, indicação geográfica e patrimônio, foi utilizado como fonte de dados os Livros de Registros do IPHAN (Livro de Registro das Celebrações; Livro de Registro das Formas de Expressão; Livro de Registro dos Lugares e Livro de Registro dos Saberes), e o site DataSebrae. Com a conclusão desta pesquisa, foi possível averiguar seis ocorrências de dupla proteção no território brasileiro (até a data da presente pesquisa - 2024), que estão listadas no quadro 2 a seguir, juntamente com informações referentes à identificação dos produtos, registros e nomes.

Quadro 2 – Lista de produtos e serviços que possuem as duas proteções (IG e Patrimônio)

Produto	Nome Geográfico	Data de Registro como Indicação Geográfica	Nome Patrimonial	Data de Registro como Patrimônio	Estado
Panelas de barro	Goiabeiras	04/10/2011, registrada como Indicação de Procedência	Ofício das Panelas de Goiabeiras	20/12/2002, registrada no Livro dos Saberes	Espírito Santo (ES)

Queijo	Canastra	13/03/2012, registrado como Indicação de Procedência	Modos de Fazer o Queijo Minas Artesanal	13/06/2008, registrado no Livro dos Saberes	Minas Gerais (MG)
Queijo	Serro	13/12/2011, registrado como Indicação de Procedência	Modos de Fazer o Queijo Minas Artesanal	13/06/2008, registrado no Livro dos Saberes	Minas Gerais (MG)
Cajuína	Piauí	26/08/2014, registrada como Indicação de Procedência	Produção Tradicional e práticas socioculturais associadas à Cajuína no Piauí	15/05/2014, registrada no Livro dos Saberes	Piauí (PI)
Doces	Pelotas	30/08/2011, registrado como Indicação de Procedência	Tradições Doceiras na Região de Pelotas e Antiga Pelotas – Morro Redondo, Turuçu, Capão do Leão e Arroio do Padre	15/05/2018, registrado no Livro dos Saberes	Rio Grande do Sul (RS)
Renda	Divina Pastora	26/12/2012, registrada como Indicação de Procedência	Modo de fazer Renda Irlandesa tendo como referência este Ofício em Divina Pastora/SE	28/01/2009, registrada no Livro dos Saberes	Sergipe (SE)

Fonte: Elaborado com base em DataSebrae [S.D.] e IPHAN [S.D.]

Para a última etapa da pesquisa, referente ao uso turístico de indicação geográfica e patrimônios listados, utilizou-se novamente da abordagem exploratória. A análise documental contemplou meios digitais oficiais (Instagram de prefeituras, secretarias/órgãos de turismo e entidades representativas dos bens, e os sites das prefeituras e das entidades representativas) totalizando 74 veículos. Foram analisadas todas as publicações, destaques, notícias e abas que estavam disponíveis durante os dias em que as coletas de dados foram realizadas.

Essa coleta teve início no dia 4 de abril e terminou no dia 11 de junho de 2024. A análise dos dados foi descritiva e usou as seguintes categorias: menção a IG, patrimônio e atividade turística, datas de registro, fotos dos produtos, fotos que apareçam o “selo”, eventos e participações, história e processo de produção dos bens, datas comemorativas, notícias e o uso

de *hashtag*. As quais foram definidas *a priori* a partir do uso das IGs no turismo (Medeiros; Passador, 2015; Medeiros, 2024). E *a posteriori* com base nos objetivos do trabalho e em temas que estão relacionados aos signos distintivos e ao turismo.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção, será apresentada a compilação dos dados e os resultados obtidos com a pesquisa. Os quais foram separados em 3 quadros (dados do Instagram, sites das prefeituras e sites das entidades representativas), que possuem 13 categorias. Os quadros 3, 4 e 5 apresentados a seguir, compilam os dados obtidos nas pesquisas, os quais posteriormente serão melhor detalhados e discutidos.

Considerando a divisão dos quatros, com base em seus veículos, encontraram-se 44 perfis de Instagram. Desses, 1 foi excluído por não possuir publicações (Instagram da prefeitura de Morro Redondo - RS) e 7 foram excluídos por não apresentarem informações compatíveis com a pesquisa. Assim foram analisados 36 Instagram. Quanto aos sites das prefeituras, todas as 26 cidades possuem sites. Porém, 4 sites não apresentaram informações correspondentes com a pesquisa. Totalizando assim, 22 sites verificados. Das 6 entidades representativas dos bens, apenas 4 possuem site. Porém, o site da “Procajuina”, entidade responsável pela cajuína, estava indisponível em todas as verificações. Levando isso em consideração, para esta etapa da pesquisa foram analisados 3 sites.

Quadro 3 – Análise dos dados baseada nos sites das entidades representativas

Produtos	Goiabeiras (N= 0)	Canastra (N= 1)	Serro (N= 0)	Piauí (N= 0)	Pelotas (N= 1)	Divina Pastora (N= 1)
Menção a IG		1			1	1
Menção ao Patrimônio		1			1	1
Menção a Atividade Turística						
Datas de Registros		1			1	1
História do Bem		1			1	
Fotos dos Produtos		1			1	1
Fotos dos “Selos”		1			1	
Eventos					1	
Participação em Eventos		1			1	
Processo de Produção		1				
Data Comemorativa						
Notícias					1	

Uso de Hashtag						
----------------	--	--	--	--	--	--

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Quadro 4 – Análise dos dados baseada no Instagram de prefeituras, secretarias/departamentos de turismo e entidades representativas

Produtos	Goiabeiras (N= 2)	Canastra (N= 11)	Serro (N= 16)	Piauí (N= 2)	Pelotas (N= 3)	Divina Pastora (N= 2)
Menção a IG		3	5		2	1
Menção ao Patrimônio	2	6	8		3	2
Menção a Atividade Turística	1	6	3		2	1
Datas de Registros	1	2	4		2	2
História do Bem	1	1	5		2	2
Fotos dos Produtos	2	11	15	2	3	2
Fotos dos “Selos”		7			3	2
Eventos	1	10	15	1	3	
Participação em Eventos	1	11	14	1	2	2
Processo de Produção	1	2	8		1	2
Data Comemorativa	1					
Notícias		3	5			
Uso de Hashtag	1	2	5		3	2

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Quadro 5 – Análise dos dados baseada nos sites das prefeituras

Produtos	Goiabeiras (N= 1)	Canastra (N= 7)	Serro (N= 10)	Piauí (N= 1)	Pelotas (N= 6)	Divina Pastora (N= 1)
Menção a IG	1		2		1	
Menção ao Patrimônio	1	5	3		3	
Menção a Atividade Turística	1	4	3		1	
Datas de Registros	1	2	2		2	1
História do Bem	1	2	1		1	1
Fotos dos Produtos	1	7	8	1	1	1
Fotos dos “Selos”	1	2			1	
Eventos	1	6	5		4	
Participação em Eventos	1	3	4	1	1	1
Processo de Produção	1	3	2			1

Data Comemorativa	1					
Notícias	1	2	6	1	1	
Uso de Hashtag			2		1	

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

A análise tem início, com a verificação da utilização das terminologias de indicação geográfica e patrimônio. Comparando as menções feitas no Instagram e no site das prefeituras, foi possível identificar que o Piauí não possui menções a ambos. Já no Instagram, as Painéis de Goiabeiras não possuem resultados relacionados à IG. No site das prefeituras, a região que compreende a Canastra, e Divina Pastora não citam a IG, que também não falam sobre o patrimônio. Quanto aos sites das entidades representativas, todas possuem pelo menos uma menção referente aos termos.

Quanto às atividades turísticas, novamente temos a cajuína (Instagram e site de prefeituras) não apresentando dados, juntamente com o site da prefeitura de Divina Pastora. Por outro lado, há 9 menções nos sites dos municípios e 13 nos perfis dos demais casos. Tendo como exemplo nos dois meios, a “Rota do Queijo Canastra de Piumhi”, e visita ao “Museu do Doce” de Pelotas (Instagram) e às suas fábricas de doce (site da prefeitura de Pelotas). O site das entidades representativas não apresenta dados relacionados às atividades turísticas.

Em relação às datas de registro dos bens e suas histórias, apenas os Instagram e site da prefeitura de Teresina (Piauí) não apresentam resultados. Enquanto, no site das entidades representativas, somente a ASDEREN (Divina Pastora) não menciona sobre sua história.

Considerando agora, a frequência em que fotos com selo de IG aparecem, como semelhança com o Instagram e sites de prefeituras, temos o Serro e o Piauí sem publicações. Totalizando assim, a aparição do selo em 12 páginas no Instagram e em 4 sites. Em contrapartida, quando falamos nas fotos dos bens, que é o dado que possui mais informações, os resultados mostram fotos em 35 perfis e em 19 sites de cidades. Quanto às entidades representativas, temos exclusivamente Divina Pastora não possuindo fotos com o selo visível, enquanto as outras duas entidades, apresentam fotos específicas dos selos. Por outro lado, quando falamos em fotos dos produtos, todos as 3 fazem menção a elas, pelo menos uma vez.

Analisando a ocorrência de eventos, voltados para os bens nos municípios, temos como dados congruentes nos 3 veículos, Divina Pastora, não apresentando nenhum dado. Além do site da prefeitura de Teresina e da entidade representativa da Canastra, que também não foram encontradas informações. Sendo assim, os eventos estão presentes em 1/3 sites de entidades representativas (Pelotas), 30/36 páginas do Instagram e em 16/22 sites de prefeituras. Já a participação em eventos, nos quais os produtos eram expostos e/ou vendidos, é um dos únicos

dados que apresenta pelo menos uma menção em cada região, comparando o Instagram com os sites das prefeituras. Estando presente 31/36 páginas do Instagram e 8/22 sites de prefeituras. Quanto às entidades representativas, eles são mencionados pela Canastra e por Pelotas.

Quanto ao processo de produção, ambas as análises (Instagram e sites de prefeituras) não possuem informações referentes a cajuína do Piauí, e também não existem menções ao processo de produção nos sites das prefeituras das regiões que compreende Pelotas. Já no site das entidades representativas, apenas o queijo da canastra possui informações, que falam especificamente sobre os ingredientes que são usados na produção de queijos. Com esses dados, foi possível identificar, que existe um destaque no processo de produção dos queijos, sendo que eles ocupam 1/1 menção no site das entidades representativas, 10/14 nas páginas do Instagram e 5/7 nos sites das prefeituras.

Sobre as datas comemorativas, foi usado como requisito, a incidência de celebrações específicas dos municípios voltadas para os bens. Que tem como único resultado, uma menção no Instagram e no site das prefeituras, correspondente ao “Dia das Paneleiras”, comemorado no dia 7 de julho na cidade de Vitória (ES). As notícias, no site das entidades representativas, só aparecem em Pelotas, em que mais de 50% delas estão relacionadas a eventos. No Instagram, aparecem em 8 veículos, compreendendo reportagens e notícias, de apenas duas regiões (Canastra e Serro). E no site das prefeituras, elas estão presentes em 11 veículos, não aparecendo nenhuma vez, apenas na prefeitura de Divina Pastora.

Para encerrar, no uso de *hashtag*, foram analisadas aquelas que citavam a indicação geográfica ou o patrimônio. No Instagram, só não foram encontradas referências no Piauí, mas em compensação, elas aparecem em apenas 2 sites de prefeituras. Seguindo uma ordem decrescente, no Instagram temos com maior incidência, a #PatrimonioImaterial usada 147 vezes, seguida da #IndicacaoGeografica com 112, #Patrimonio aplicada 12 vezes, #Ig 10, #PatrimonioCultural 7, #PatrimonioCulturalBrasileiro 5, #PatrimonioNacional 2 e #PatrimonioImaterialdoBrasil usado 1 vez. E nas prefeituras, elas foram usadas 2 vezes se referindo ao #PatrimonioCultural, e 1 vez ao #Patrimonio. As entidades representativas, não apresentam informações referentes ao uso de *hashtag*.

Ao comparar os dados da pesquisa com a definição de IG, segundo Castro e Giralddi (2018), ela é um instrumento usado para promoção do comércio, divulgação e preservação dos bens, percebe-se que, embora seja pouco utilizada, quando empregada está muito mais relacionada à promoção comercial e divulgação dos produtos, do que a preservação. Já o patrimônio, para Vianna (2016), está relacionado a bens que possuem valores inestimáveis, que são passados por várias gerações como uma herança, responsável por caracterizar e identificar

grupos. Na pesquisa foi possível observar que, na maioria dos casos, quando o termo é utilizado faz referência ao saber fazer que é passado por gerações, e que contribui para caracterizar locais e grupos.

Quanto à atividade turística entrelaçada ao patrimônio, Gomes (2007) diz que o patrimônio é bastante utilizado dentro das atividades turísticas, pelo crescente interesse dos turistas em conhecer as heranças históricas e culturais dos destinos que visitam. Com a análise, foi possível identificar que não existem tantas menções a essas atividades, mas quando mencionadas, fazem alusão às visitas que proporcionam aos turistas conhecer o saber fazer, a história e os processos produtivos vinculados aos bens.

No que se refere ao uso de fotos dos produtos e dos selos, mais a realização e participação em eventos, pode-se entender que esses elementos são empregados como estratégias de marketing e comercial. Primeiramente, é importante ressaltar que os eventos se enquadram como atividades turísticas, que atraem visitantes e ajudam a promover destinos e produtos. Trazendo para o contexto da pesquisa, os eventos não podem ser entendidos como objetos da IG, porque ela trata de produtos e serviços que estão vinculados a uma região geográfica, da qual eles são originados (INPI, 2020). Sendo assim, os eventos possuem uma maior relação com o patrimônio cultural, que está vinculado a coisas que são criadas, valorizadas e preservadas, como festas e tradições culinárias (Fonseca, 1997). Pensando nisso, alguns eventos levam o título de Patrimônio Cultural Brasileiro, e são inscritos no Livro de Registro das Celebrações, como a Festa do Senhor do Bonfim (IPHAN, 2014).

Maiorki e Dallabrida (2015) ao relacionarem o turismo com a indicação geográfica, dizem que o turismo é importante para o signo distintivo por atuar como uma estratégia de marketing e promoção de produtos, que é realizada por meio dos turistas, que compram e levam os produtos para outras localidades. Quanto à promoção comercial, Castro e Giralaldi (2018) citam que isso acontece porque a IG é uma ferramenta utilizada para promover o comércio. Já para Felicidade e Silva (2019), que correlacionam o patrimônio com turismo, destacam que o turismo e suas atividades, no caso da pesquisa os eventos, promovem mais que avanços econômicos, eles atuam como agentes motivadores, ao atraírem turistas a vivenciar novas experiências culturais e históricas.

Considerando essas conceituações e os dados obtidos na pesquisa, que mostram um número maior de menções a realização e participação em eventos, além de um alto número de fotos dos bens, tendo 35/36 menções no Instagram, 19/22 no site das prefeituras e 3/3 no site das entidades representativas, e um não tão expressivo relacionado aos selos. Foi possível identificar, que mesmo de uma maneira indireta, os meios de comunicação digital utilizam

desses atributos para realizar o marketing e a comercialização de seus produtos. Isso fica ainda mais visível quando falamos em eventos, nos quais esses bens estão disponíveis para degustação, venda, exposição, e entretenimento, com a realização de concursos. Mas também é perceptível, ao verificar publicações e destaques, que trazem fotos dos produtos, algumas das quais vêm acompanhadas de legendas que falam quem são seus produtores e onde eles são vendidos, além do uso de *hashtag*, que são usadas para impulsionar publicações.

A análise dos resultados, proporcionou uma compreensão aprofundada sobre a utilização dos signos distintivos, do turismo e das atividades relacionadas ao mesmo. Os dados compilados nos quadros 3, 4, e 5 evidenciam a congruência de alguns resultados, principalmente quando se fala em fotos dos produtos, datas de registro, história dos bens, eventos e participações. O estudo também permitiu detectar fatores críticos, tais como a escassez de informações e a ausência de sites referentes às entidades representativas, a subutilização das indicações geográficas, que aparece em menor quantidade em comparação ao patrimônio nos meios de comunicação, juntamente com fotos em que os selos de IG estão visíveis e o uso de *hashtag*. Resumidamente, a pesquisa contribuiu para identificar lacunas existentes nos dados, evidenciando uma baixa utilização dos principais tópicos investigados (indicação geográfica e patrimônio), e um volume maior de informações referentes a outros assuntos.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

No campo prático, destaca-se a necessidade de aprimorar as estratégias de comunicação digital utilizadas pelos municípios e entidades representativas das IGs. Que são evidenciadas pela ausência (em alguns casos) e pelo uso limitado dos signos distintivos, bem como pela pouca utilização dos selos de IG e do uso de hashtags que auxiliam no impulsionamento de publicações em redes sociais. Dessa forma, propõe-se a utilização dos signos distintivos como ferramenta para fortalecer a promoção turística, valorizar as tradições locais e fomentar o desenvolvimento econômico. Ademais, talvez se faça importante uma comunicação educativa, explicando cada um dos signos distintivos, os processos de sua obtenção e ampliando o valor agregado aos produtos com dupla proteção.

No ponto de vista teórico, os resultados contribuem para uma melhor compreensão do uso dos signos distintivos e de sua relação com a promoção dos territórios e dos bens culturais, aprofundando o debate sobre o papel desses elementos na valorização local. Os achados reforçam o que é citado na literatura sobre a utilização predominantemente comercial dos signos distintivos, mas também sugerem seu potencial, ainda pouco explorado, como instrumento de

desenvolvimento cultural e turístico. Essas implicações apontam, para a necessidade de aprofundamento teórico sobre as relações existentes entre indicação geográfica, patrimônio e turismo, destacando a importância de investigações futuras que possam analisá-los de maneira mais ampla e comparativa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa buscou verificar a relação entre indicação geográfica e patrimônio e suas contribuições ao turismo no Brasil. Explora não apenas as definições fundamentais dos conceitos de indicação geográfica e patrimônio, mas também suas interações e benefícios. Tanto dos signos distintivos sobre o setor turístico, quanto ao aproveitamento do turismo como um instrumento para fortalecimento e desenvolvimento.

A análise foi guiada com base em dados disponíveis em meios de comunicação online, os quais podem ter gerado algum nível de limitação para a pesquisa. Isso se dá, por instabilidades que foram encontradas em alguns meios digitais, e pela falta de informações vindas de algumas páginas. Essas limitações, também podem ter ocorrido, porque não foram analisadas as plataformas digitais de cada produtor, que poderiam obter mais informações.

Assim, para começar a ilustrar os resultados obtidos, retoma-se a pergunta orientadora, de como relacionar os signos distintivos de indicação geográfica e patrimônio e suas contribuições ao turismo. A partir da análise, foi possível identificar alguns pontos de interesse mútuo entre os signos, como a proteção de produtos e serviços, de tradições e dos saberes que estão enraizados com essas atividades, também é mencionada a valorização das heranças histórico-culturais e das comunidades locais.

Verificando o enfoque turístico, ambas as proteções possuem uma relação com o turismo de desenvolvimento econômico e geração de renda. Que pode ser entendida, como uma consequência do crescente interesse dos turistas pelos bens que possuem a IG e o patrimônio, e assim, procuram realizar viagens que os coloquem em contato direto com esses bens, tornando-os motivadores de suas viagens. Novamente, temos a inter-relação de valorização e proteção, porém, agora utilizando do turismo como esse instrumento, que é aplicado tanto para os produtos como para as comunidades em que eles estão sendo produzidos e comercializados.

Ainda tendo como foco os signos distintivos, uma das conclusões evidenciada pela pesquisa, é que o patrimônio é mais citado e utilizado do que a IG, nos veículos que foram verificados. Sendo o patrimônio citado 3/3 no site das entidades representativas, 21/36 páginas do Instagram e 12/22 sites de prefeituras. Já a IG possui os seguintes dados: 3/3 menções pelos sites das entidades representativas, 11/36 no Instagram e 4/22 sites de prefeituras.

Foi possível identificar também, principalmente nos veículos relacionados às entidades representativas, que eles têm como foco principal o comércio dos bens. E com isso, questões igualmente relevantes acabam ficando em segundo plano. Como a utilização das representações figurativas e selos nacionais (de indicação de procedência e denominação de origem), que ajudam a impulsionar os produtos, tornar eles mais conhecidos, garantem a sua qualidade e coíbem falsas alegações.

Um exemplo dessa comercialização, é a inclusão de numerosas fotos dos produtos nas redes sociais, que mais aparentam estar sendo exibidos em uma vitrine. Também existem muitas menções aos produtores, aos seus contatos e onde esses produtos podem ser encontrados. Esses pontos demonstram uma maior preocupação com a comercialização dos bens, que também é importante, porém, este não é o único benefício que pode ser obtido.

Portanto, este trabalho demonstra a necessidade de uma maior abordagem relacionada à indicação geográfica, ao patrimônio e por consequência ao turismo, nas quais os bens não sejam tratados como meros produtos. Em que sejam destacadas as essências desses termos, que estão relacionadas a autenticidade, salvaguarda, ao saber fazer, a herança histórico-cultural, experiências, e também ao comércio, mas sem que ele seja o foco principal. Porque ainda existem obstáculos relacionados a esses temas, que possivelmente estão relacionados a uma falta de interesse ou informação. Por esses assuntos serem relativamente novos em nosso país, e estarem sendo mais trabalhados, falados e por consequência conhecidos agora. Tendo isso em mente, esses desafios não podem ser resolvidos por um único grupo, porque exigem conhecimentos e experiências coletivas, para que sejam desenvolvidos planos, ações e capacitações, com o auxílio de entidades reconhecidas na área.

Concluindo, acreditamos que esta pesquisa não só contribui para um maior número de informações relacionadas à utilização dos signos distintivos, mas também para inspirar futuras investigações, iniciativas e colaborações. Espera-se que as fragilidades apontadas neste estudo, sirvam de base para criação de soluções eficazes e sustentáveis, que tragam benefícios para os produtores, entidades representativas e comunidades locais. Que os dados obtidos por essa pesquisa, sirvam como elementos reflexivos, para contribuir positivamente com o avanço do conhecimento, diálogo e compreensão nas áreas de indicação geográfica, patrimônio e turismo.

REFERÊNCIAS

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Presidência da República. [2022]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 18 set. 2023.

BRASIL. Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000. Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências. Decreto N 3.551, de 4 de Agosto de 2000. Brasília, DF, 4 ago. 2000. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3551.htm. Acesso em: 21 nov. 2023.

BRASIL. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Guia do Usuário – Módulo de Indicações Geográficas do Peticionamento Eletrônico do INPI. [Brasília]: Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. 2019. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/ptbr/assuntos/indicacoesgeograficas/GuiaBsicoPeticonamentoEletronicoIG.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2024.

BRASIL. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Indicações Geográficas. [Brasília]: Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. 15 maio 2020. Disponível em: [https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/perguntas-frequentes/indicacoes-geograficas#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20indica%C3%A7%C3%A3o%20geogr%C3%A1fica%20\(IG\)%3F,-Ao%20longo%20dos&text=As%20Indica%C3%A7%C3%B5es%20Geogr%C3%A1ficas%20se%20referem,que%20est%C3%A3o%20vinculadas%20ao%20local](https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/perguntas-frequentes/indicacoes-geograficas#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20indica%C3%A7%C3%A3o%20geogr%C3%A1fica%20(IG)%3F,Ao%20longo%20dos&text=As%20Indica%C3%A7%C3%B5es%20Geogr%C3%A1ficas%20se%20referem,que%20est%C3%A3o%20vinculadas%20ao%20local). Acesso em: 28 ago. 2023

BRASIL. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Tabela de Retribuições dos Serviços Prestados pelo INPI. [Brasília]: Ministério da Economia. 2019. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/custos-e-pagamento/tabelaig.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2024.

BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Lei Nº 8.313. Brasília, DF, 23 dez. 1991. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18313cons.htm. Acesso em: 02 out. 2023.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Lei da Propriedade Industrial. Brasília, DF, 14 maio 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm. Acesso em: 05 set. 2023.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária. O que é Indicação Geográfica? Como obter o registro? [Brasília]: Ministério da Agricultura e Pecuária, 06 jan. 2017. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/o-que-e-indicacao-geografica-ig>. Acesso em: 28 ago. 2023.

BRASIL. Resolução nº 001, de 03 de agosto de 2006. Estabelece os passos a serem seguidos durante a instauração e instrução do processo administrativo de Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial. Resolução Nº 001, de 03 de Agosto de 2006. Brasília, DF, 23 mar. 2007. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Resolucao_001_de_3_de_agosto_de_2006.pdf. Acesso em: 31 jan. 2024.

CASTRO, Virginia Aparecida; GIRALDI, Janaina de Moura Engracia. Estratégias de marcas para setores brasileiros: diferenças conceituais entre indicação geográfica, marca coletiva e setorial. Revista Espacios, [S.L.], v. 39, n. 33, p. 8, 2018.

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

D' ALEXANDRIA, Marcel Azevedo Batista. O TURISMO NAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: a potencialidade do turismo de experiência na denominação de origem vale dos vinhedos. Cadernos de Prospecção, [S.L.], v. 8, n. 2, p. 394-404, 30 jun. 2015. Universidade Federal da Bahia.

FELICIDADE, Luciana Aparecida; SILVA, Elcione Luciana. Turismo cultural e interpretação do patrimônio na cidade de Diamantina – Minas Gerais/Brasil. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, [S.L.], v. 17, n. 4, p. 758-778, 2019. University of La Laguna.

FONSECA, Maria Cecília Londres. O patrimônio em processo: trajetória da política federal de preservação no Brasil. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

GOMES, Mariana Elias. Patrimônio Cultural e Turismo: Estudo de Caso Sobre a Relação Entre o Órgão ARP Schinitger e a População Local de Mariana, MG. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDICPLINARES EM CULTURA, III. 2007, Bahia. Belo Horizonte: Centro Universitário Newton Paiva, 2007.

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.

IPHAN. Ministério da Cultura. Livro dos Saberes. [S.D.]. Disponível em: http://colaborativo.ibict.br/taianacan-iphan/livros-de-registro/livro-dos-saberes/?order=ASC&orderby=date&view_mode=masonry&perpage=12&paged=1&fetch_only=thumbnail%2Ccreation_date%2Ctitle%2Cdescription&fetch_only_meta=. Acesso em: 23 jan. 2024.

IPHAN. Registro de Bens Culturais. (c2014). Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Registro%20de%20Bens%20Culturais1.pdf>. Acesso em: 27 set. 2023.

KAKUTA, Susana Maria et al. Indicações geográficas: guia de respostas. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.

LAKATOS. Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas 2003.

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.

NASCIMENTO, Jaqueline Silva; NUNES, Gilvanda Silva; BANDEIRA, Maria da Glória Almeida. A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. Revista GEINTEC: Gestão, Inovação e Tecnologia, [S.L.], v. 2, n. 4, p. 378-386, 2012.

OLIVEIRA, Filipe Vieira de; ZANIRATO, Silvia Helena. Patrimônio cultural e turismo: uma alternativa para o desenvolvimento local do Vale Histórico Paulista – SP. Revista Influências Culturais, [S.L.], v. 2, n. 6, p. 101-112, set. 2017.

PENA, Lara Conceição Campos et al. Saber-Fazer gastronômico no Brasil: patrimônio imaterial e Indicação Geográfica como recursos para sua proteção. Confluências Culturais, [S.L.], v. 11, n. 1, p. 37-49, 2022.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Freevale, 2013. 276 p.

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.

SEBRAE. Entenda o conceito de indicação geográfica: o que é. O que é. 2013. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-conceito-de-indicacao-geografica,5a8e438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 06 nov. 2023.

SEBRAE. Indicações Geográficas Brasileiras: as indicações de procedência e as denominações de origem garantem a diferenciação de produtos e serviços. Ganham os produtores, a comunidade e os consumidores. 2016. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/indicacoes-geograficas-brasileiras,8a47d106b5562510VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=As%20Indica%C3%A7%C3%B5es%20Geogr%C3%A1ficas%20ajudam%20na,da%20cria%C3%A7%C3%A3o%20de%20valor%20local..> Acesso em: 04 set. 2023.

SOTRATTI, Marcelo Antonio. Turismo, vivências e novas perspectivas para a valorização do patrimônio cultural imaterial e da diversidade cultural. Patrimônio, Território e Turismo no Brasil, Costa Rica e Itália, Rio de Janeiro: EDUERJ, p. 179-195, 2020. EDUERJ. <http://dx.doi.org/10.7476/9786500030327.0009>.

VIANNA, Letícia C. R. Patrimônio Imaterial. In: GRIECO, Bettina; TEIXEIRA, Luciano; THOMPSON, Analucia (Orgs.). Dicionário IPHAN de Patrimônio Cultural. 2. ed. rev. ampl. Rio de Janeiro, Brasília: IPHAN/DAF/Copedoc, 2016. (verbete). ISBN 978-85-7334-299-4.

VIEIRA, Lício Valério Lima; SOARES, Roberta Nascimento G. Turismo e geografia: perspectivas da indicação geográfica (ig) no planejamento territorial. Caderno Virtual de Turismo, [S.L.], v. 19, n. 3, p. 1-14, 21 fev. 2020. Editora de Livros IABS.