

INFORMATIVO TURÍSTICO CULTURAL: UMA ALTERNATIVA PARA O FORTALECIMENTO DA IDENTIDADE DA SERRA DO TEPEQUÉM – RORAIMA/BRASIL

Leila de Sena Cavalcante¹
Eduardo Bruno Ferreira Parnaíba²
Karen Janaína do Nascimento Bezerra²
Tainah da Silva Level²

Resumo

O patrimônio histórico-cultural é um elemento importante para a sociedade enquanto forma de expressão de seus diferentes costumes, crenças, ideias e atitudes. Sua valorização é algo imprescindível para a manutenção da identidade cultural, componente de grande atratividade de vários destinos turísticos. A Serra do Tepequém, localizada no município do Amajari, em Roraima/Brasil, possui bens culturais singulares de forte influência indígena e nordestina, mas que, ao longo dos anos, tem se depreciado, comprometendo a propagação de sua herança cultural. O presente trabalho teve como objetivo elaborar um folheto sobre o patrimônio histórico-cultural da Serra do Tepequém, visando o fortalecimento da identidade de seu povo, a divulgação e a valorização de seu legado e o desenvolvimento do turismo sustentável local. O trabalho consistiu em estudo de caso e utilizou como procedimentos metodológicos as pesquisas bibliográfica, descritiva e documental. Buscou-se, através da pesquisa, criar o Informativo Turístico Cultural da Serra do Tepequém, visando a conservação e a valorização do seu legado histórico-cultural e natural. Acredita-se que a elaboração de tal informativo é indispensável para a identificação e o incentivo da produção diversificada dos bens da localidade, o que resultará no fortalecimento da sua identidade e no desenvolvimento do turismo sustentável.

Palavras-chave: Turismo. Patrimônio Histórico-Cultural. Identidade.

¹ Especialista em Planejamento, Gestão e Marketing do Turismo, Bacharel em Turismo, Pesquisadora do Grupo de Pesquisa GEPTTEC, Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima (IFRR), Boa Vista/RR, Brasil. E-mail: leila_turismo@yahoo.com.br

² Tecnólogo em Gestão de Turismo, Pesquisador do Grupo de Pesquisa GEPTTEC, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima (IFRR), Boa Vista/RR, Brasil.

Introdução

As cidades têm estado cada vez mais associadas ao turismo e à sustentabilidade deste. O termo sustentabilidade está relacionado à integração da economia com a sociedade, ao respeito e à conservação do patrimônio histórico-cultural e natural de um povo, garantindo o usufruto de bens materiais e imateriais às futuras gerações.

O turismo é uma atividade já realizada por civilizações antigas e que tem ganhado destaque tanto na economia quanto na ciência mais recentemente. Pela sua magnitude, este ainda carece de aprofundamento técnico-científico e de valorização cujos motivos de preocupação são atuais. A atividade turística envolve pessoas e junto a elas está a motivação. Como um dos setores que mais crescem no mundo, o turismo cultural tem sido um segmento de muito atrativo para os destinos turísticos que exploram tanto áreas urbanas quanto rurais. E esta é uma realidade ascendente, que também merece ser muito mais considerada e aprofundada.

O equilíbrio quanto ao usufruto dos bens patrimoniais está diretamente relacionado ao desenvolvimento sustentável e, o turismo, por suas facetas, se bem planejado e trabalhado, pode garantir melhorias para qualquer região a partir da sua prática.

A cultura é um elemento fundamental para a caracterização de um povo e é a ela que se agregam suas tradições, seus costumes e suas atitudes, e não há indivíduo que nasça sem a mesma. Assim, a cultura não pode ser extinta, pois se trata da identidade da nação e do seu conhecimento.

Nesse contexto, tal trabalho teve como objetivo principal elaborar um folheto sobre o patrimônio histórico-cultural da Serra do Tepequém, visando o fortalecimento da identidade de seu povo, a divulgação e a valorização de seu legado e o desenvolvimento do turismo sustentável local.

O objeto de estudo, a Serra do Tepequém, é um campo riquíssimo que agrega diversas atividades as quais podem ser trabalhadas para o crescimento econômico sustentável da região, envolvendo segmentos turísticos como o Turismo Cultural, Turismo de Aventura e o Ecoturismo. Localizada no município do Amajari, Estado de Roraima - Brasil, a Serra possui bens históricos, naturais e culturais singulares, de forte influência indígena, nordestina e garimpeira para a prática do turismo e que, ao longo

dos anos, têm-se depreciado, comprometendo a propagação dessas heranças culturais.

Considerando a importância do patrimônio histórico-cultural para a sociedade enquanto forma de expressão de seus diferentes costumes, crenças, idéias e atitudes, entende-se que sua valorização é algo imprescindível para a manutenção da identidade cultural, elemento de grande atratividade de vários destinos turísticos.

A Serra do Tepequém, apesar de apresentar um rico patrimônio histórico-cultural como citado acima, presencia, hoje, sua depreciação e o conseqüente enfraquecimento da sua identidade, o que tem tornado o turismo, gradativamente, uma atividade pouco convidativa para a localidade. Isso tem ocorrido devido à supervalorização dos atrativos naturais da localidade em detrimento aos atrativos culturais.

Neste sentido, entende-se que a elaboração do Informativo Turístico Cultural da Serra do Tepequém é indispensável para a identificação dos bens culturais locais e para o incentivo da produção diversificada destes, ao mesmo tempo em que contribuirá à sua valorização, ao fortalecimento da identidade de seu povo e ao desenvolvimento do turismo sustentável.

Turismo e Desenvolvimento Sustentável

O turismo, nos últimos anos, tem-se mostrado como principal alternativa para pessoas que buscam experiências diferentes das quais vivenciam no cotidiano. Tem-se definido a partir de diversas perspectivas, em virtude de ser considerado um fator de influência econômica, social e política em uma região. No Brasil, a prática do turismo destaca-se devido ao grande consumo de produtos turísticos variados, resultando na significativa movimentação de capital e desenvolvimento sociocultural.

Acredita-se que praticar o turismo é uma experiência de vida e, muitas vezes, a realização de um sonho. Assim, nada melhor que praticá-lo em um ambiente saudável, conservado e preservado ecologicamente, no qual haja respeito pela diversidade humana e cultural. Se essas condições não são asseguradas, o destino começa a declinar e deixa de gerar benefícios econômicos, sociais e ambientais, comprometendo o que se chama de sustentabilidade, grande preocupação do turismo atual.

A sustentabilidade pode assegurar que certos benefícios perdurem, mas para isto é necessário que se desenvolvam políticas públicas direcionadas à conservação e ao aumento gradual dos benefícios que o turismo provoca nas comunidades receptoras.

Neste sentido, Dias concorda com Beni, quando este defende que a implantação de uma política de turismo, é a espinha dorsal do ‘formular’ (planejamento), do ‘pensar’ (plano), do ‘fazer’ (projetos e programas) do ‘executar’ (preservação, conservação, utilização e ressignificação dos patrimônios natural e cultural e sua sustentabilidade), do ‘reprogramar’ (estratégia) e do ‘fomentar’ (investimento e vendas) o desenvolvimento de um país (BENI *apud* DIAS, 2008: p. 120).

Uma política de turismo pensada e elaborada com preocupação de gerar bem estar nas comunidades receptoras e nos visitantes reafirma a durabilidade dos recursos naturais e culturais utilizados para o desenvolvimento do turismo local. Porém, é necessário que os governos coloquem como prioridade em suas plataformas as políticas públicas para o desenvolvimento turístico, entendendo estas como um conjunto de ações desenvolvidas pelo Estado para atender as necessidades de toda a sociedade. A elaboração destas políticas públicas (nas três esferas governamentais) direcionadas para o uso responsável dos espaços onde estejam presentes os recursos supracitados demonstra amadurecimento por parte dos envolvidos e faz com que os visitantes sintam-se parte da localidade em que visitam.

Esse sentimento de pertinência é de suma importância para o turismo sustentável, que cria um elo entre turistas e residentes. Este pode ser de afetividade com a população local ou tradicional, ou simplesmente de cuidado com os elementos culturais encontrados. Assim, é preciso pensar em formas de desenvolver as localidades de maneira que este desenvolvimento não afete o modo de vida das pessoas.

Estudar sobre o desenvolvimento sustentável é deparar-se com muitos conceitos, os quais todos enfatizam um objetivo primordial, o de satisfazer às necessidades e aspirações humanas e que, em sua essência, pode-se dizer que é:

Um processo de transformações no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas, sendo regido pelos seguintes princípios: econômico, social, ambiental,

cultural e político (CMMAD³, 1991, p. 49)

A manutenção desses princípios é de suma importância para a durabilidade dos recursos utilizados atualmente. O usufruto destes recursos pelas populações atuais não deve ocasionar limitações de uso para as gerações futuras.

Neste sentido e parafraseando o documento da CMMAD¹, a sustentabilidade ambiental deve garantir o desenvolvimento turístico eficiente aliado aos processos ecológicos; a sustentabilidade econômica deve oferecer igualdade na distribuição dos benefícios do desenvolvimento e gerar recursos para suprir as necessidades das futuras gerações; a sustentabilidade político-institucional deve garantir a continuidade do desenvolvimento turístico, independente da alternância de poder e finalmente a sustentabilidade sociocultural deve garantir a presença dos costumes, valores e identidade de uma comunidade.

Os princípios anteriormente citados foram instituídos pela CMMAD em 1991. Esses mostram a relação direta entre desenvolvimento sustentável e turismo, sugerindo a idéia de promover a atividade turística aliada ao monitoramento e à avaliação constante, através da criação de indicadores que permitam medir e acompanhar os avanços e retrocessos deste desenvolvimento.

Mendonça (2003) enfatiza que, para compreender o que é sustentabilidade e o seu uso efetivo, é necessário que os indivíduos e as sociedades aprendam os princípios que regem os ecossistemas e os utilizem nas práticas e vivências humanas. Porém, os fatores que influenciam na sustentabilidade de uma atividade são muitos e não é possível esta garantia a longo prazo, por isso, quando se classifica uma atividade como sustentável, afirma-se com base em uma análise do seu desenvolvimento em um determinado momento.

Com base nas afirmações anteriores, percebe-se que os conceitos e definições do turismo sustentável devem ser utilizados e aplicados no desenvolvimento da atividade turística, tendo em vista que estão intimamente relacionados à manutenção da qualidade de vida dos residentes e das experiências vividas pelos visitantes.

Nessa ordem de idéias, de acordo com Machado (2005: p. 43), o turismo sustentável pode ser entendido como:

aquele que é desenvolvido em uma área (comunidade e

³ CMMAD: Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento.

ambiente) de maneira que se mantenha viável pelo maior tempo possível, não degradando ou alterando o meio ambiente de que usufrui (natural e cultural) não interferindo no desenvolvimento de outras atividades e processos, não degradando a qualidade de vida da população envolvida, mas pelo contrário, servindo de base para uma diversificação da economia local.

Assim, é possível afirmar que ao se praticar o turismo sustentável, se promove a qualidade de vida das populações receptoras, respeitando a sociodiversidade das mesmas, através da conservação da herança histórica e cultural das localidades.

O turismo sustentável deve vir acompanhado de estratégias, atividades e práticas ambientalmente responsáveis com o intuito de atender as necessidades dos visitantes, dos empreendedores, operadores turísticos, sempre levando em consideração a opinião da comunidade receptora para que a mesma sinta-se valorizada e atendida nos seus desejos básicos.

Turismo cultural e patrimônio histórico-cultural

A definição de Turismo Cultural está relacionada com a motivação do turista, porém existem conflitos quanto à formulação de um conceito sobre o assunto que tenha uma abrangência maior, que contemple o termo “cultura” em sua totalidade. De acordo com Costa (2009: p. 39):

O turismo cultural tem sido identificado como uma das áreas de maior crescimento nos últimos anos no turismo em geral. Entretanto, a pesquisa em turismo cultural não seguiu o mesmo ritmo que o crescimento do mercado. Um dos motivos da falta de pesquisas é a diversidade da “cultura” que os turistas consomem, o que, por sua vez, torna difícil definir o turismo cultural.

Diante dessa abrangência, o Ministério do Turismo em conjunto com o Ministério da Cultura e o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), Brasil (2006, p.10) estabeleceu um recorte em que define o segmento:

Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do

conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.

A atividade de Turismo Cultural parte da motivação do turista e sua necessidade de vivenciar a cultura e o cotidiano de localidades, a fim de agregar conhecimento e preservar a sua integridade. Vivenciar implica em duas formas de relação do turista com a cultura, que é o conhecimento e as experiências participativas.

A utilização de bens culturais no turismo é efetuada com a intenção de valorizar e promover os bens, a fim de alcançar a manutenção de sua representatividade e a permanência na memória e na identidade da comunidade. Valorizar e promover esses bens significa facilitar o acesso e a utilização dos mesmos por turistas e comunidade em geral, além de reconhecer a importância da cultura na relação turista e comunidade local.

O patrimônio histórico-cultural tem sido bem explorado pelo turismo e a noção de posse coletiva como parte do exercício da cidadania inspirou o emprego do termo “patrimônio” para designar o valor cultural que passou a ser visto como propriedade da nação, portanto, pertencente a todos os cidadãos (PIRES, 2001: p.69).

Patrimônio tem sua origem etimológica do latim *patrimoniu* e está associado à idéia de herança. Barretto (2000: p. 9) define-o:

A palavra patrimônio tem vários significados. O mais comum é o conjunto de bens que uma pessoa ou uma identidade possuem. Transportado a um determinado território, o patrimônio passa a ser o conjunto de bens que estão dentro de seus limites de competência administrativa. Assim, patrimônio nacional, por exemplo, é o conjunto de bens que pertencem a determinado país.

Definir o significado de patrimônio torna-se complexo devido aos inúmeros sentidos que lhe pode ser destinado e suas variadas mutações sofridas ao longo dos tempos. No entanto, para Rodrigues (*apud* FUNARI e PINSKY, 2005), o patrimônio originalmente esteve relacionado à herança familiar, mais diretamente aos bens materiais, estendendo-se mais tarde aos bens protegidos por lei e pela ação de órgãos especialmente constituídos, nomeando o conjunto de bens culturais de uma nação, devido à realização das primeiras medidas de proteção aos monumentos de valor para a

história das nações. Pode-se dizer que ele envolve tanto memórias, tradições e manifestações de um povo na construção de sua identidade coletiva como também os recursos a que os Estados possam vir a legitimar como sendo da nação.

Partindo do pressuposto de que o turismo traz encantamento, fascinando e seduzindo o indivíduo por onde passa, pode-se dizer que o legado histórico-cultural de uma região é um dos principais elementos geradores de experiências sensoriais singulares para qualquer pessoa.

Segundo Barretto (2000), o patrimônio é importante para manter a identidade nacional e pode ser classificado por duas grandes divisões: natureza e cultura. Patrimônio natural são as riquezas que estão no solo e no subsolo, tanto as florestas como as jazidas. Quanto ao patrimônio cultural, esse conceito vem sendo ampliado à medida que se revisa o conceito de cultura. Diante disso, torna-se indispensável refletir sobre algumas de suas definições.

De acordo com Neves (*apud* MARTINS, 2003), a cultura representa as idéias, os conceitos e os valores que regulam coletivamente e individualmente tais relações, transmitidos no processo de socialização, por sua vez criados pela transformação ou invenção, cuja qualidade mais significativa é de ser basicamente homogênea. Para o senso comum, cultura é identificada como o domínio de certos conhecimentos e habilidades que permitem algumas pessoas compreenderem e usufruírem de bens ditos superiores, como obras de arte, literatura erudita, espetáculos teatrais, etc.

É através da cultura que um povo tem a oportunidade de mostrar suas principais características e peculiaridades, cabendo a todos sua conservação e preservação.

Com a fusão dos conceitos de patrimônio e cultura tem-se o que chamamos de patrimônio cultural, o qual foi definido na Convenção do Patrimônio Mundial da Unesco, em 1972 (*apud* BARBOSA, 2001: p. 14):

Os monumentos seriam obras de arquitetura, escultura e pintura monumentais, elementos ou estruturas de natureza arqueológica, inscrições, cavernas e combinações destas que tenham um valor de relevância universal do ponto de vista da história, da arte ou das ciências. Também seriam considerados como patrimônio cultural, conjunto de edificações separados ou conectados, os quais, por sua arquitetura, homogeneidade ou localização na

paisagem, sejam de relevância universal do ponto de vista da história, da arte ou das ciências.

Para Martins (2003), no conceito amplo de patrimônio cultural estão presentes as esferas da natureza, o meio ambiente natural onde o homem habita e transforma para sobreviver e realizar suas necessidades materiais e simbólicas, o conhecimento, as habilidades, o saber fazer humano, necessário para a construção da existência em toda sua plenitude, e os chamados bens culturais propriamente ditos, que são os produtos resultantes da ação do homem na natureza.

Para que ocorra a conservação e/ou a preservação do patrimônio cultural de um povo faz-se necessário, primordialmente, que se identifiquem os bens culturais que merecem maior atenção para que estes não se percam com o passar dos anos. Porém, esta responsabilidade não se restringe apenas à comunidade. O Estado deve criar e programar políticas capazes de assegurar a conservação e/ou a preservação do legado cultural de um povo.

Como o turismo necessita de subsídios para que possa se desenvolver, ele se utiliza do patrimônio cultural de muitos povos para incentivar sua prática, aumentando a demanda interessada nos bens culturais de determinados destinos turísticos.

Marketing, Turismo e Cultura

Em 1960, a *American Marketing Association* definiu marketing como o desempenho das atividades de negócios que dirigem o fluxo de bens e serviços do produtor ao consumidor. Com o passar dos anos, surgiu a necessidade, a partir do desenvolvimento do mercado, de aprimorar a definição de marketing. Em 1965, Ohio State University (*apud* COBRA, 1997: p. 23), definiu marketing como “o processo na sociedade pelo qual a estrutura da demanda para bens econômicos e serviços é antecipada ou abrangida e satisfeita através de concepção, promoção, troca e distribuição física de bens e serviços”.

A definição citada acima, assim como muitas outras, sofreu críticas por muitos autores e a principal razão foi por não incluir o conceito que satisfizesse todas as ações de marketing, preocupando-se principalmente com a definição de um marketing operacional, que não caracterizava totalmente a maneira moderna de comercializar.

Então, Las Casas (2004) discute e propõe uma nova definição para marketing:

Marketing é a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos e empresas e indivíduos e considerando sempre o meio ambiente de atuação e o impacto que essas relações causam no bem-estar da sociedade.

O *composto de marketing* ou *mix de marketing* faz parte dos principais conceitos do marketing moderno, pois seus elementos estão sempre voltados para a satisfação dos desejos e das necessidades dos consumidores. Tais elementos são chamados de 4P's (produto, preço, praça e promoção), de E. Jerome McCarthy.

Segundo Kotler (*apud* VILHA 2002: p. 67), o composto de marketing pode ser definido como:

Um conjunto de variáveis controláveis de marketing que a empresa utiliza para produzir a resposta que deseja no mercado-alvo. Assim, o composto de marketing consiste em todas as ações da empresa com a intenção de influenciar a demanda do seu produto. As várias possibilidades podem ser reunidas em quatro grupos de variáveis, conhecida como os “quatro P’s”: produto, preço, promoção e praça (ou distribuição).

Dentre as variáveis citadas acima, a de maior importância para este estudo é a promoção. A promoção é uma variável controlável do composto mercadológico e a mesma é utilizada como forma de comunicação. Dessa maneira, deve haver preocupação especial com as várias ferramentas de promoção, tornando-as eficientes para informar aos consumidores a respeito dos seus produtos, serviços ou para criar a própria imagem da empresa ou do bem. A finalidade da promoção é comunicar ao mercado-alvo que o produto existe e induzir sua compra.

Para que a promoção seja, de fato, eficaz, ela segue um caminho que vai desde a idealização até a efetivação pública da mesma, passando pela técnica, que diz respeito ao tipo de linguagem escolhida para elaborar a mensagem, tendo em vista o objetivo que o mensageiro procura atingir. Para isso, são utilizadas algumas técnicas promocionais, como a publicidade, a promoção de vendas, o marketing direto, etc.

De acordo a BARSA, Enciclopédia Universal (2007, p. 4.928), a publicidade pode ser definida como:

Um processo de comunicação e divulgação de idéias e produtos, baseado em dados sociológicos e psicológicos, técnicas e meios, que se dirige a um público para persuadi-lo, provocar-lhe comportamentos ou para aumentar as vendas ou o prestígio de um produto ou entidade.

A publicidade é, atualmente, um grande meio de comunicação com as massas. É paga, com a finalidade de fornecer informações, desenvolver atitudes e provocar ações benéficas para o anunciante, geralmente para vender seus produtos e serviços.

Os folhetos são utilizados como uma ferramenta para o desenvolvimento das atividades da publicidade. Segundo o Dicionário Aurélio (2008: p. 490), o folheto é “impresso informativo ou publicitário, geralmente de poucas páginas; PROSPECTO”. A utilização de folhetos na promoção turística é muito comum, pois se trata de uma forma eficiente de se promover um produto intangível para comercialização, ou seja, um produto que não pode ser apreciado antes da compra.

Balanzá e Nadal (*apud* GUARALDO, 2006: p.3) dividem o folheto turístico em três tipos:

- 1) Brochura: folheto de custo elevado por possuir imagens de alta qualidade e pretender passar o status de prestígio do produto;
- 2) Folheto informativo: mais comuns, são utilizados para apoio à promoção, com fotos e imagens do produto e serviço, sem mencionar preços;
- 3) Folheto de vendas: inclui toda informação possível sobre o produto e contêm preços, servindo para apenas uma temporada, ou trazendo o preço em anexo.

Já Ruschmann (*apud* GUARALDO, 2006: p.3) defende que os folhetos são divididos em duas categorias:

- 1) folheto de caráter informativo: contêm informação sobre o local ou empreendimento, com a finalidade de torná-lo mais conhecido. Trazem informações sobre acesso, gastronomia,

folclore, população, equipamentos, etc. É feito com papel de boa qualidade e fotos coloridas;

2) Folhetos de caráter comercial: sua função é estimular a venda, indicando roteiros de viagem, hotéis, categorias e preços, mas esse último item não é tão frequente no Brasil, pois pode ocorrer variação de preço.

Então, o folheto é uma forma de promoção de grande relevância, podendo constar em seu conteúdo, além de inúmeras informações sobre o produto, fotos e valores, os quais são fundamentais para a tomada de decisão do consumidor, principalmente em se tratando do produto turístico.

Análises

O presente trabalho consistiu em estudo de caso e utilizou como procedimentos metodológicos as pesquisas bibliográfica, descritiva e documental. Para a coleta de dados foram realizadas entrevistas não estruturadas com pessoas da comunidade da Serra do Tepequém e observação individual e participante junto à comunidade. Além disso, houve uso do acervo fotográfico, disponibilizado por indivíduos diretos ou indiretos da localidade, registros fotográficos e filmagens do local, feitos pelos próprios autores do trabalho. Todo o estudo foi realizado no período de abril a agosto de 2010, na Serra do Tepequém, em Amajari – Roraima - Brasil.

A Serra do Tepequém está localizada no município de Amajari a 213 km da capital do Estado de Roraima, Boa Vista. Teve seu nome originado das palavras indígenas "Tupã Quem", que quer dizer "Deus do fogo", sendo assim, Serra do Deus do Fogo. Entre as décadas de 30 e 80, houve exploração de diamantes em grandes proporções na Serra, anos conhecidos como Tempos Áureos. Com a proibição do garimpo devido ao uso de maquinários, a comunidade local adotou o turismo como atividade econômica sustentável.

Como explica Ghedin (2006), em 1985, por decreto lei federal, foram proibidas atividades de garimpo de qualquer espécie em Roraima, devido aos danos irreparáveis que a mineração causava à natureza e porque as normas não estavam sendo cumpridas pelas empresas de mineração. Em razão da cultura dos moradores ser puramente

garimpeira, o Congresso Nacional aprovou, em 2001, uma lei complementar que autorizava aos residentes da Serra o garimpo manual, que tem menores impactos para o meio ambiente.

O turismo na Serra do Tepequém dá-se, principalmente, em função da natureza privilegiada desta região. São cachoeiras, platô e flora diversificada que atraem visitantes a fim de contemplar o meio ambiente natural ou em busca de aventura. Os atrativos naturais da Serra do Tepequém são indiscutivelmente singulares, mas não há apenas estes. Há um patrimônio histórico-cultural riquíssimo nesta localidade que poderia ser melhor utilizado por seus moradores.

A história e a cultura da Serra são caracterizadas por elementos indígenas e garimpeiros, representados em trabalhos artesanais feitos pelos moradores locais. Há ainda a lenda indígena, as histórias contadas pelos ex-garimpeiros, sendo que alguns ainda existem, e seus descendentes, as antigas construções, a gastronomia e o dialeto que resistiram às décadas e que foram repassados aos descendentes.

As visitas às ruínas da antiga Vila do Cabo Sobral que sediava o garimpo e ao Centro de Artesanato do Tepequém fazem parte do roteiro de poucos condutores locais. Todavia, teme-se a perda da história e da cultura da Serra, devido à inexistência da valorização da sua autenticidade por parte dos próprios moradores, dos visitantes e dos profissionais ligados ao turismo. Portanto, são necessárias ações que fortaleçam a identidade deste povo, que reconheçam a sua importância histórico-cultural não só para o município de Amajari, mas para todo o Estado de Roraima.

A Lenda do Tepequém, como relata uma das entrevistadas, moradora da Serra, conta a história de um vulcão extinto há alguns milhares de anos, com uma altitude de 1.500 metros acima do nível do mar. Tem o topo cortado por um vale que abriga duas lindas cachoeiras: do Paiva e do Sobral. Conta a lenda Macuxi, que um imenso vulcão que vivia sempre "zangado", jogava para longe as suas lavas queimando e destruindo tudo a sua volta. Os índios daquela região já se encontravam desesperados, pois não havia mais o que caçar ou pescar. O fogo destruía as roças de macaxeira, banana, o buriti e o tucumã, os animais fugiam assustados, os pássaros já não sobrevoavam mais a região. Certo dia, o Pajé convocou a todos da tribo para se reunirem e em volta da fogueira, este recebeu uma mensagem: "Teriam que ser sacrificadas três virgens, só

assim aplacaria a fúria do vulcão". As três mais bonitas ⁴cunhãs virgens se apresentaram para realizar o sacrifício em benefício do seu povo e, em um ritual, em um sublime gesto de renúncia, atiraram-se ao vulcão. Aceito o sacrifício, viu-se aplacada a fúria do vulcão que parou de lançar suas lavas, em vez de fogo, começou a jorrar diamantes. A vida, na região, voltou ao normal, surgiram novas vegetações, os animais regressaram e muita riqueza surgiu no local. O vulcão, hoje, é a grande Serra do Tepequém, que tem à sua frente três lindas serras que representam as virgens sacrificadas.

Nas ruínas da antiga Vila do Cabo Sobral, como relata Ghedin (2006), é onde se inicia a história da comunidade implantada na Serra do Tepequém que está intimamente relacionada com a extração e mineração de diamantes que acontecia nesta área. A atividade pôde propiciar o enriquecimento de muitos, lembrando o fato de que houve presença de missões estrangeiras com o propósito de catequizar os nativos e os que haviam migrado para a localidade. Os habitantes eram compostos por ⁵garimpeiros que saíram de seu lugar de origem pela conquista do sonho de enriquecer e tornarem-se pessoas mais dignas. E foi na antiga Vila do Cabo Sobral que se concentraram moradores da região, imigrantes nordestinos e garimpeiros de diversas localidades. Com a proibição do garimpo, o resultante, hoje, são ruínas.

O artesanato caracterizado por fortes influências garimpeira, indígena e nordestina é produzido de diversas formas. Nele são utilizados vários materiais para a sua fabricação, tais como: palhas, miçangas, cuias, madeira, pedras-sabão – principal matéria-prima, encontrada no cume da Serra – espelhos e sementes. O artesanato constitui-se em uma atratividade peculiar da Região Norte. O trabalho tepequeniense é produzido e lapidado pelos habitantes da região, no Centro de Artesanato dos Moradores. Estes buscam retratar sua vivência, seus costumes e suas tradições em produtos artesanais, o que os diferencia dos demais e conquista aos que apreciam trabalhos manuais como utensílios, componentes de vestuário e objetos decorativos, todos dotados de grande criatividade. A gastronomia é um dos elementos mais procurados por visitantes nas localidades. A referente ao Tepequém, possui um grande potencial para atratividade turística, pois se mostra influenciada pela culinária

⁴ Da língua indígena macuxi, referência a mulher jovem. Há termos similares também utilizados, como é o caso de cunhantã e cunhata.

⁵ Pessoa que trabalha na extração de pedras e metais preciosos.

nordestina. Os pratos típicos incrementam seus costumes na junção de sabores amazônicos como: quarentão, como é chamada a ⁶polenta; peixes ⁷escabeche, fritos, assados ou cozidos; doces de frutas regionais, rapaduras, além de ⁸quitutes.

A flora do Tepequém é constituída por savanas composta por vegetação ombrófila densa. Encontra-se, ainda, predominância de ⁹ipês amarelos, durante todo o percurso na subida à Serra; flores do campo e variedades de espécies de orquídeas amazônicas de família que engloba um dos grupos mais nutridos de plantas com flores, de distribuição mundial, somente estando ausente na Antártida e em alguns dos desertos mais áridos entre a Europa e a Ásia. A maior diversidade de gêneros e espécies se dá nas regiões tropicais e são pouco estudadas. Por isto, e pela complexidade da família, estima-se que o número de espécies de orquídeas oscila entre 15.000 e 25.000, podendo ser agrupadas entre diversos gêneros.

Dentre os atrativos naturais, pode-se encontrar desde cachoeiras até mesmo ¹⁰platô. Quanto às primeiras, as principais são: Cachoeira do Paiva, Cachoeira do Barata, Cachoeira do Funil, Cachoeira do Cabo Sobral e Paredão do Tilim, todas com possibilidades para a prática de atividades de Ecoturismo e Turismo de Aventura, tais como caminhadas, rappel, e ainda, possui potencial para instalações de arvorismo e tirolesa. Já no planalto, chamado de Platô, tem-se acesso pela comunidade em trilhas guiadas, podendo ser encontrada uma belíssima vegetação, um imenso vale à direita e pequenos ¹¹igarapés.

Portanto, esse conjunto de elementos patrimoniais deve ser conservado e valorizado para seu usufruto, o que se pode atingir com ações do marketing turístico.

Elaboração do Informativo

O folheto, intitulado *Informativo Turístico Cultural da Serra do Tepequém*, foi o instrumento escolhido para o desenvolvimento desse trabalho, por se tratar de uma

⁶ Alimento pastoso, feito a base de fubá de milho, também chamado de angu, uma papa grossa feita de farinha de milho, mandioca ou de arroz.

⁷ Molho preparado com cebola, tomate, azeite, vinagre para peixe ou carne.

⁸ Iguarias de salgados e bolos com sabores regionais.

⁹ Árvore nativa do Brasil, bastante resistente.

¹⁰ Mesmo que planalto, superfície plana que se estende em terreno elevado.

¹¹ Pequeno rio estreito que nasce na mata e deságua no rio maior.

estratégia de promoção eficaz, uma vez que nele podem ser inseridas informações a respeito da localização e de toda a atratividade natural e histórico-cultural de uma localidade. Neste caso, a Serra do Tepequém.

A brochura, classificada como um dos tipos de folhetos, foi elaborada seguindo os conceitos básicos de mídia impressa, assim com relevantes informações identificadas através de pesquisas aplicadas e dados coletados em visitas de campo para a composição do informativo. Definiu-se, inicialmente, as imagens para ilustração do folheto e, logo após, foram elaborados textos informativos para a sua composição.

As ferramentas utilizadas para a elaboração do *layout* foram definidas conforme um padrão de funcionalidade, respeitando também as necessidades observadas na idealização do folheto. As ferramentas apropriadas para utilização foram os programas Adobe Photoshop Cs3 e o Corel Draw X4, ferramentas que possibilitam a edição de imagens, de textos e criação de ícones.

Na elaboração do *layout* da capa utilizou-se o regionalismo moderno, ícone que representa as bromélias, planta facilmente encontrada na região, além de diversas imagens representando a cultura local. No interior do folheto, há informações e ilustrações do artesanato, flora, gastronomia, bens naturais, além de dados relatando a história, a localização e a linguagem da Serra. Um dos principais pontos do conteúdo do informativo está no resgate da lenda da Serra do Tepequém, que tem como ilustrações as fotos dos atrativos naturais.

Em sua finalização, o *layout* do informativo utiliza um álbum, contemplando fotos de diversos bens encontrados na Serra do Tepequém, caracterizando sua importância cultural.

A impressão do informativo terá as dimensões de 21 cm de altura por 21 cm de largura, em papel couchê brilhante, que tem como características básicas o brilho e a lisura de suas folhas.

Conclusões

Esta pesquisa surgiu da necessidade de se criar uma estratégia eficaz, a qual pudesse promover o patrimônio histórico-cultural da Serra do Tepequém e contribuir para a sua valorização, para o fortalecimento da identidade de seu povo e o

desenvolvimento do turismo sustentável na região.

Quando se trata de patrimônio, remete-se aos termos preservação e conservação. Através desse trabalho, propôs-se a conservação e a divulgação dos elementos naturais, históricos e culturais da Serra do Tepequém. A sua retratação, por meio do informativo, é uma maneira de valorizar e, ao mesmo tempo, de colaborar para os estudos do turismo.

Tepequém pode ser visto como uma ambientação de base histórica e que tem sido estudada por diversos profissionais para que se desenvolva de forma equitativa e equilibrada. Deve-se sempre buscar desenvolver ações de acordo com os princípios da sustentabilidade.

O *Informativo Turístico Cultural* busca assegurar o resgate da riqueza histórica garimpeira, assim como seus elementos culturais. Elaborado como forma de promoção, após finalizado, poderá ser publicado e utilizado como material promocional do Estado de Roraima, distribuído em agências, operadoras, feiras e nos órgãos públicos de turismo do Estado.

Bibliografia citada

BARBOSA, Ycarim Melgaço. *O despertar do turismo: um olhar crítico sobre os não-lugares*. 2 ed. rev. São Paulo: Aleph, 2001.

BARRETTO, Margarita. *Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento*. Campinas: Papirus, 2000.

BARSA, *Enciclopédia Universal*. Ed 1. Espanha: Planeta, S.A. Outubro, 2007.

BUARQUE, Aurélio. *Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa*. 2 ed. rev. e amp. 28 imp. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

COBRA, Marcos. *Administração de Marketing*. São Paulo: Atlas, 1997.

DIAS, Reinaldo. *Planejamento do Turismo: Políticas e desenvolvimento do turismo no Brasil*. São Paula: Atlas, 2008.

FUNARI, Pedro Paulo, PINSKY, Jaime. *Turismo e Patrimônio Cultural*. 4 ed. São Paulo: Contexto, 2005.

Informativo turístico cultural: Uma alternativa para o fortalecimento da identidade da Serra do Tepequém – Roraima/Brasil

Leila de Sena Cavalcante; Eduardo Bruno Ferreira Parnaíba; Karen Janaína do Nascimento Bezerra; Tainah da Silva Level

GHEDIN, Leila Márcia. *Plan de Gestión Comunitaria del Turismo para la Sierra de Tepequém, município Amajari, estado del Roraima, Brasil*. Dissertação, 2006. Maracaibo (Venezuela): Universidade de Zúlia. FAD-LUZ (não publicado).

GUARALDO, T. S. B. *Folhetos turísticos: tipos e características*. Revista Científica Eletrônica Turismo. São Paulo. 2006. Disponível em <http://docs.google.com>. Acesso em 27 de novembro de 2010, às 21:09:00.

MACHADO, Álvaro. *Ecoturismo: um produto viável*. Rio de Janeiro/RJ, Ed. SENAC Nacional, 2005.

MARTINS, José Clerton de Oliveira (org.). *Turismo, cultura e identidade*. São Paulo: Rocca, 2003.

MENDONÇA, Maria Luiza M. *Turismo Sustentável: classes sociais e subjetividade*. In *Cultura do turismo: Desafios e Práticas Socioambientais*. MONTORO, Tânia Siqueira (Org.). p. 29-53. Brasília: Thesaurus, 2003.

PIRES, Mário Jorge. *Lazer e turismo cultural*. São Paulo: Manole, 2001.

VILHA, Anapátricia Morales; AGUSTINE, Carlos Alberto. *E-Marketing para bens de consumo durável*. Rio de Janeiro: Ed. FGB, 2002.