INFORMATIVO TURÍSTICO CULTURAL: UMA PROPOSTA PARA A PROMOÇÃO E A VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO-CULTURAL DA SERRA DO TEPEQUÉM – RORAIMA

Eduardo Bruno Ferreira Parnaíba

Karen Janaína do Nascimento Bezerra

Leila de Sena Cavalcante

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, em Roraima, 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 artigo tem como objetivo apresentar a proposta de elaboração de um folheto intitulado "Informativo Turístico Cultural da Serra do Tepequém". Este folheto visa à promoção e à valorização do patrimônio histórico-cultural da Serra do Tepequém, bem como o fortalecimento da identidade de seu povo e o desenvolvimento do turismo sustentável local. Estabeleceu-se a utilização das pesquisas bibliográfica, descritiva, documental e de campo para a execução desse estudo. Como procedimentos metodológicos, adotou-se: levantamento bibliográfico, através da leitura de livros, revistas especializadas, jornais e artigos da internet a respeito do assunto; registro, análise e correlação de alguns fatos existentes no Brasil com àqueles ocorridos na Serra do Tepequém; investigação de documentos do acervo bibliográfico e uso de imagens do acervo fotográfico disponibilizados por indivíduos diretos e indiretos da comunidade local e, finalmente, na pesquisa de campo, realização de entrevistas não estruturadas com pessoas da comunidade da Serra do Tepequém, observação individual e participante junto a tal comunidade, registros fotográficos e as filmagens da localidade, feitos pelos próprios autores deste artigo. Toda a pesquisa foi realizada no período de abril a agosto de 2010, na Serra do Tepequém. Como resultado da pesquisa, percebeu-se que a elaboração do informativo é uma estratégia de promoção eficaz e indispensável para a identificação e o incentivo da produção diversificada dos bens da Serra do Tepequém, o que resultará no fortalecimento da sua identidade e no desenvolvimento do turismo sustentável local.

Palavras-chave*:* Patrimônio Histórico-Cultural. Informativo. Promoção. Turismo Sustentável.

ABSTRACT

The historic and cultural heritage is an important element for society as a form of expression of their different customs, beliefs, ideas and attitudes. The recovery is something essential to the maintenance of cultural identity, a component of great attractions of several touristic destinations. The Tepequem Mountain, Roraima, has a singular cultural heritage of strong native and the Northeast influence, although it has been depreciated, affecting the propagation of their cultural heritage. This article aims to present the proposal to develop a brochure entitled "Cultural and Touristic Informative of Tepequem Mountain." This brochure aims the promotion and enhancement of historic and cultural heritage of the Tepequem Mountain as well as strengthening the identity of his people and the development of local sustainable tourism. It was used the descriptive bibliographic, documentary and field to perform this study. The methodological procedures, was adopted: literature through the reading of books, journals, texts of magazines and internet articles on the subject, recording, analysis and correlation of some facts that exist in Brazil with those occurring in the Tepequem Mountain; It was done research of documents in their bibliographic and we used photographic images provided by individuals directly and indirectly from the local community and, finally, in field research, we worked unstructured interviews with the community of Tepequem Mountain, individual observation and we could participate with the community, photographs and footage of the town by the authors. The research was conducted between April-August 2010, in Tepequem Mountain. As a result, it was noted that preparation of the informative is a strategy to promote effective and indispensable for the identification and promotion of diversified production of Tepequem Mountain heritage, which will result in the strengthening of their identity and the development of sustainable tourism in the place.

Keywords*:* Historic and Cultural Heritage. Informative. Promotion. Sustainable Tourism.

1. EMBASAMENTO TEÓRICO

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.

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 (CMMAD[1], 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 CMMAD[1], 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,

[1]CMMAD: Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento.

sugerindo a idéia de promover a atividade turística aliada ao monitoramento e à avaliação constantes, 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 em 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 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, dos 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 e Patrimônio Histórico-Cultural

A utilização de bens culturais no turismo é efetuada com a intenção de valorizar e promover estes 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 pela 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, entre outros. Logo, 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 então 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, o 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 articular 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.

O patrimônio natural e histórico-cultural como produto turístico: alguns exemplos de destinos brasileiros

Há diversos exemplos de destinos brasileiros que servem de referência para este estudo, já que os mesmos utilizam seu patrimônio histórico-cultural e natural como produto turístico. Eis alguns deles:

Em Bonito, no Estado do Mato Grosso do Sul, Mariani (2004) relata a respeito de exemplos de desenvolvimento do turismo e de conservação do patrimônio natural, como a Gruta do Lago Azul e a Ilha do Padre, o Aquário Natural, o Rio do Peixe e o Rio Sucuri. Nestes espaços, são realizadas atividades como passeios de bote nos rios, guiados por profissionais e passeios em cachoeiras nas fazendas, além de mergulho e pesca. Bonito possui toda esta movimentação e gradativamente preparou-se para o usufruto de suas belezas naturais. Foi dessa forma e através da propaganda do Pantanal, que diversas pessoas passaram pela região. Assim, novas culturas e visões foram surgindo para a transformação de Bonito como produto turístico, preocupando-se com a conservação do entorno, de maneira a trabalhar para o seu desenvolvimento, planejado por iniciativas públicas e privadas.

Já na Barra do Rio Doce, no Espírito Santo, o produto turístico utilizado é baseado na sua história e nas diversas manifestações culturais. Narrado por Reis

(2004), trata-se de um cenário histórico, em Regência, que envolve um conjunto de acontecimentos no período que vai do final do século XVIII aos dias atuais, com interpretações e dramatizações de momentos ligados à vida e à morte do Caboclo Bernardo, principal atrativo da região. Rio Doce recebeu este nome derivado de uma lenda dos navegadores portugueses, que relatavam encontrar água doce defronte à foz desse rio a seis milhas da barra. Este apresenta os cenários de Naufrágio do Imperial Marinheiro e a festa da cultura popular local Caboclo Bernardo, evento que agrega bandas de [2]congo, abrangendo também bandas mirins e que ainda reúne apresentações de âmbito nacional, atraindo turistas de diversos lugares.

Esse evento conta com a participação tanto de órgãos governamentais quanto da Associação dos Moradores de Regência – AMOR e da Associação de Pró-Desenvolvimento Caboclo Bernardo – ASPROCUL. O significado desse distrito é atribuído à tradição. Nota-se como a comunidade insere seus motivos de sobrevivência apoiados na figura heróica do Caboclo Bernardo. Esses significados expressam-se na cultura popular, no folclore da área e no ambiente ecológico. Toda a comunidade trabalha em prol do desenvolvimento sustentável da região e os órgãos governamentais no Projeto TAMAR.

Outros exemplos de localidades brasileiras que trabalham com o patrimônio histórico-cultural e natural como produto turístico podem ser citados. Dentre elas, destaca-se a cidade de Blumenau, em Santa Catarina, bastante conhecida pelo Festival Oktoberfest, o maior evento germânico do país; o Rio de Janeiro, com o Carnaval Carioca da Marquês Sapucaí, a maior festa folclórica do mundo, envolvendo desfiles das escolas de samba; Catandubas, também em Santa Catarina, com a Festa do Chimarrão, que valoriza tradições locais e conta com atrações nacionais; a cidade de Caruaru, em Pernambuco, com a Festa de São João, que conta com apresentações de quadrilhas e bandas locais; Picatuba em Minas Gerais e seu Festival Gastronômico, com ênfase na culinária mineira, dentre outras.

Percebe-se assim que as manifestações culturais compõem expressivos produtos turísticos em diversas regiões do país. Se trabalhadas com planejamento e

[2] Bandas de Congo são as mais típicas manifestações populares do Estado do Espírito Santo com músicas tocadas ao som dos bumbos, congos, cuícas, chocalhos, triângulos e reco-reco.

ainda se sua valorização for de interesse comum da comunidade e dos governos, envolvendo a gestão participativa, os produtos turísticos das quais farão parte, poderão ser desenvolvidos de maneira economicamente viável, respeitando os princípios da sustentabilidade.

No caso da Serra do Tepequém, em Roraima, existe na localidade tanto um importante legado histórico-cultural (manifestações históricas, tradições, costumes garimpeiros e nordestinos, gastronomia) quanto um rico patrimônio natural (cachoeiras, rios, fauna, flora, etc). Por se tratar de um destino ainda em desenvolvimento, um trabalho no sentido de consolidar seus produtos turísticos e valorizar o patrimônio local torna-se imprescindível.

Marketing: uma breve contextualização

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 os 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 imprensa 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 freqüente 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.

A Serra do Tepequém e seu patrimônio natural e histórico-cultural

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, a Serra do Deus do Fogo. Entre as décadas de 1930 e 1980, houve exploração de diamantes em grandes proporções na Serra, anos conhecidos como Tempos Áureos. Com a proibição do garimpo por causa do uso maquinários, a comunidade local adotou o turismo como atividade econômica sustentável.

Como explica Ghedin (2006), em 1985, por decreto-lei federal, foram proibidas as 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 autorizou aos residentes da Serra o garimpo manual, que tem menores impactos para o meio ambiente.

E assim sendo, a autora descreve a situação da comunidade:

> La población local no esta contenta, porque percibe que los recursos naturales y culturales son sus grandes riquezas y entonces, los habitantes de la Sierra de Tepequem, buscan otras alternativas para sobrevivir y una de ellas, identificada por la misma comunidad, es el turismo. No obstante no quieren un turismo masivo, sino un desarrollo que les proporcione ganancias a largo plazo, y que ellos mismos puedan participar en la planificación, organización y gestión de estos procesos. (GHEDIN, 2006, p. 7).

Hoje, o turismo na Serra do Tepequém dá-se, principalmente, em função da natureza privilegiada da região. São cachoeiras, platô, flora e fauna diversificadas que atraem visitantes os quais buscam contemplar as belezas naturais ou aventura. Os atrativos naturais da Serra do Tepequém são indiscutivelmente singulares. A flora do Tepequém é constituída por savanas, com vegetação ombrófila densa. Encontra-se, ainda, predominância de [3]ipês amarelos, durante todo o percurso na subida à Serra; flores do campo e variedade de espécies de orquídeas amazônicas.

[3] Árvore nativa do Brasil, bastante resistente.

Além da flora, pode-se encontrar desde cachoeiras até mesmo [4]platô. 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 [5]igarapés.

O Tepequém conta também com um patrimônio histórico-cultural riquíssimo 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 as lendas indígenas, as histórias contadas pelos ex-garimpeiros e seus descendentes, as antigas construções, a gastronomia e o dialeto que resistiram às décadas e que foram repassados às atuais gerações.

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. Segundo a lenda Macuxi, 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 [6]cunhãs 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

[4] Mesmo que planalto, superfície plana que se estende em terreno elevado.
[5] Pequeno rio estreito que nasce na mata e deságua no rio maior.
[6] Da língua indígena macuxi, referência a mulher jovem. Há termos similares também utilizados, como é o caso de cunhantã e cunhatã.

que parou de lançar suas lavas e, 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 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. A população era composta por [7]garimpeiros que saíram de seu lugar de origem pela conquista do sonho de enriquecer e se tornar pessoas mais dignas. E foi na antiga Vila do Cabo Sobral que se concentraram moradores da região, migrantes nordestinos e garimpeiros de diversas localidades. Com a proibição do garimpo, restaram apenas ruínas da vila.

O artesanato local é caracterizado por fortes influências garimpeira, indígena e nordestina e é produzido de diversas formas. 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 locais, 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, pois se mostra influenciada pela culinária nordestina. Os pratos típicos incrementam seus costumes na junção de sabores amazônicos como o quarentão, como é chamada a [8]polenta;

[7] Pessoa que trabalha na extração de pedras e metais preciosos.
[8] 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.

peixes [9]escabeche, fritos, assados ou cozidos; doces de frutas regionais, rapaduras, além de [10]quitutes.

Apesar do rico patrimônio aqui descrito, teme-se a perda da história e da cultura da Serra do Tepequém, devido à inexistência da valorização da sua autenticidade por parte dos próprios moradores, dos visitantes e dos profissionais de turismo que atuam na localidade. Portanto, são necessárias ações de marketing turístico que promovam esse patrimônio e que colaborem para o fortalecimento da identidade deste povo e para o reconhecimento da sua importância não só para o município de Amajari, mas para todo o Estado de Roraima.

2. METODOLOGIA

De acordo com o contexto em que se insere o presente trabalho, estabeleceu-se a utilização das pesquisas bibliográfica, descritiva, documental e de campo para sua execução.

Conforme Lakatos e Marconi (2001, p. 43), a pesquisa bibliográfica "trata-se de levantamento de toda a bibliografia já publicada, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita". Para sua realização, foi feito levantamento bibliográfico, através da leitura de livros, revistas especializadas, jornais e artigos da internet a respeito do assunto tratado nesse estudo.

No que se refere à pesquisa descritiva, esta registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Procura descobrir, com a maior precisão possível, a freqüência com que um fenômeno ocorre, sua relação e correlação com outros, sua natureza e suas características (BERVIAN *et al*, 2007, p. 61). No caso dessa pesquisa, buscou-se registrar, analisar e correlacionar alguns fatos existentes no Brasil com àqueles ocorridos na Serra do Tepequém.

Na pesquisa documental, segundo Bervian *et al* (2007, p. 62):

> São investigados documentos com o propósito de descrever e comparar usos e costumes, tendências, diferenças e outras características. As bases documentais permitem estudar tanto a realidade presente como o passado, com a pesquisa histórica.

[9] Molho preparado com cebola, tomate, azeite, vinagre para peixe ou carne.
[10] Iguarias de salgados e bolos com sabores regionais.

Nessa pesquisa, foram investigados documentos do acervo bibliográfico e utilizadas imagens do acervo fotográfico disponibilizados por indivíduos diretos e indiretos da comunidade local.

Quanto à pesquisa de campo, Fachin (2003, p. 133) considera que:

> A pesquisa de campo se detém na observação do contexto no qual é detectado um fato social (problema), que a princípio passa a ser examinado e, posteriormente, é encaminhado para explicações por meio de métodos e técnicas específicas.

Como procedimentos metodológicos para a coleta dos dados adotou-se a realização de entrevistas não estruturadas com pessoas da comunidade da Serra do Tepequém, a observação individual e participante junto a tal comunidade, os registros fotográficos e as filmagens da localidade, feitos pelos próprios autores deste artigo.

É importante ressaltar que os entrevistados, antes das entrevistas/depoimentos tomaram pleno conhecimento do que se tratava o estudo. Após tais explicações, os mesmos decidiram sua participação ou não na pesquisa. As entrevistas foram gravadas em vídeo e as imagens fotográficas foram captadas. Para ambas, foram solicitadas as assinaturas do termo de consentimento livre e esclarecido e do termo de autorização de imagem. Toda a pesquisa foi realizada no período de abril a agosto de 2010, na Serra do Tepequém – Amajari – Roraima.

3. RESULTADOS

A elaboração do folheto intitulado *Informativo Turístico Cultural da Serra do Tepequém* foi o tema escolhido para a realização deste estudo por se tratar de uma estratégia de promoção eficaz, uma vez que em tal folheto poderão ser inseridas informações a respeito da localização e de toda a atratividade natural e histórico-cultural da Serra do Tepequém.

A brochura, classificada como um dos tipos de folhetos, será 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.

As ferramentas a serem utilizadas para a elaboração do *layout* do informativo serão definidas conforme um padrão de funcionalidade, respeitando também as necessidades observadas na idealização do folheto. As ferramentas apropriadas para utilização são os programas Adobe Photoshop Cs3 e o Corel Draw X4, as quais possibilitam a edição de imagens, de textos e criação de ícones. Na elaboração do *layout* da capa utilizar-se-á 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, haverá informações e ilustrações do artesanato, da flora, da gastronomia, dos bens naturais, além de dados relatando a história, a localização e a linguagem da Serra.

Um dos principais pontos do conteúdo do informativo estará no resgate da Lenda da Serra do Tepequém, que terá como ilustrações as fotos dos atrativos naturais.

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

4. CONCLUSÕES

Este estudo surgiu da necessidade de se propor 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.

Nesse sentido, a proposta de elaboração do *Informativo Turístico Cultural* será uma forma de assegurar o resgate da riqueza histórica garimpeira, típica da região, refletida em seus elementos culturais. Elaborado como estratégia de promoção, após finalizado, poderá ser publicado e utilizado como material

promocional do Estado de Roraima, sendo distribuído em agências, operadoras, feiras e nos órgãos públicos de turismo do Estado.

REFERÊNCIAS

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.

BERVIAN, Pedro Alcino; CERVO, Amado Luiz; SILVA, Roberto da *Metodologia Científica.* 6 ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2007.

BUARQUE, Aurélio**.** *Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa.* Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

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

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

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.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia do Trabalho Científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos.* 6 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

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

MARIANI, Milton Augusto Pasquotto. *Turismo e Patrimônio Ambiental: Considerações sobre Bonito/MS.* In: Turismo Memória e Patrimônio Cultural. São Paulo: Roca, p. 51-65, 2004.

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

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

REIS, Regina Lúcia Paiva Rabello. *História e Estudos da Memória Popular: o Caboclo Bernardo e as Manifestações Culturais da Barra do Rio Doce*. Turismo Memória e Patrimônio Cultural. São Paulo: Roca, p. 121-135, 2004.

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