



Revista de História e Estudos Culturais

Julho - Dezembro de 2023 Vol. 20 Ano 20 nº 2

www.revistafenix.pro.br ISSN 1807-6971

**ESTADO ARTE DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE A
RELAÇÃO ENTRE PATRIMÔNIO CULTURAL,
TURISMO, COMUNIDADE E INDICAÇÃO
GEOGRÁFICA**

**STATE OF THE ART OF SCIENTIFIC PRODUCTION
ON THE RELATIONSHIP BETWEEN CULTURAL
HERITAGE, TOURISM, COMMUNITY AND
GEOGRAPHIC INDICATION**

Breno Anastacio Pereira*

Universidade da Região de Joinville - UNIVILLE

 <https://orcid.org/0000-0003-1331-3789>

brenoanastaciopereira@gmail.com

Patrícia de Oliveira Areas**

Universidade da Região de Joinville – UNIVILLE

 <https://orcid.org/0000-0003-3401-3873>

patricia.areas@univille.br

Felipe Borborema Cunha Lima***

Instituto Federal Catarinense - IFC

 <https://orcid.org/0000-0003-2012-9138>

felipebcl2@hotmail.com

* Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Patrimônio Cultural e Sociedade da Universidade da Região de Joinville - UNIVILLE

** Doutora em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina. Trabalha como professora na Universidade da Região de Joinville, na qual leciona no departamento de Direito e no Programa de Pós-graduação em Patrimônio Cultural e Sociedade. Também é professora do Programa de Pós-graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT) - ponto focal UFSC.

*** Doutorado em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí, com estágio sanduíche em Portugal na Universidade do Algarve (UAlg). Professor Substituto no IFC campus São Francisco do Sul. Professor Colaborador e pesquisador Programa Acadêmico em Patrimônio Cultural e Sociedade (MPCS) da Universidade da Região de Joinville (UNIVILLE) de 2016 a 2021.

RESUMO: O presente texto é um estado da arte que mapeou, entre os dias 20 e 23 de julho de 2021, pesquisas científicas publicadas na base de dados da CAPES no período de dez anos (2011 à julho de 2021). A busca foi orientada para publicações nacional e internacional, utilizando descritores como patrimônio cultural, turismo, comunidade e indicação geográfica e resultou na seleção de 35 artigos. Com os dados obtidos foi possível analisar e sistematizar os resultados da busca de acordo abordagens e temáticas, colocando os artigos em grupos de maior afinidade entre si.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimônio cultural; turismo; comunidade; indicação geográfica.

ABSTRACT: This text is a state of the art that mapped, between July 20 and 23, 2021, scientific research published in the CAPES database over a period of ten years (2011 to July 2021). The search was oriented towards national and international publications, using descriptors such as cultural heritage, tourism, community and geographical indication and resulted in the selection of 35 articles. With the data obtained, it was possible to analyze and systematize the search results according to approaches and themes, placing the articles in groups with greater affinity with each other.

KEYWORDS: Cultural heritage; tourism; community; geographical indication.

INTRODUÇÃO

Diante de uma pesquisa se faz necessário estar atualizado com as discussões acadêmicas-científicas acerca do tema para que a produção de conhecimento continue avançando confirmando, e criando novas hipóteses.

Para Silva e Malfitano (2017, p. 41):

Quando uma pesquisa bibliográfica é realizada com adequação, ela constitui-se em um potente instrumento para dar visibilidade a temas pouco explorados e para postular hipóteses passíveis de constituir problemas de pesquisa para outros trabalhos.

Tendo em vista que os termos patrimônio cultural, turismo, comunidade e indicação geográfica são base para a pesquisa de dissertação, em andamento, da qual este artigo é um dos resultados, foi feito num primeiro momento uma revisão de literatura para compreender quais as discussões acerca dos temas e quais autores são referências. Nesta revisão primária percebeu-se que os quatro termos não eram utilizados conjuntamente. As

publicações geralmente tratavam de patrimônio cultural e turismo ou patrimônio cultural e indicação geográfica.

Por meio de uma busca simples por bases de dados, verificou-se a possibilidade de pesquisar artigos que possam ter trabalhado estes termos juntos. Dessa forma, foi proposto fazer o levantamento dos possíveis trabalhos que abordam esses temas conjuntamente. Ao mapear os artigos, foram analisados e categorizados de acordo com suas principais abordagens assim como: pelo ano de publicação; país no qual foi publicado; quais os estudos de caso; quais autores publicaram mais de um artigo e qual área de conhecimento pertence à revista na qual publicaram.

Deste modo, este texto tem como objetivo principal analisar as relações presentes entre os descritores patrimônio cultural, turismo, comunidade e indicação geográfica, visando ampliar o debate e conseqüentemente a compreensão dos conhecimentos constituídos pelo imbricamento dessas temáticas e da transversalidade dessas áreas e, assim, descobrir quais os vieses que os pesquisadores tem seguido, bem como averiguar os enfoques discutidos pelos autores.

METODOLOGIA

Iniciou-se o estado da arte com base em palavras-chave que fazem parte da dissertação: patrimônio cultural, turismo, indicação geográfica e comunidade. A pesquisa e coleta dos artigos e seus dados ocorreram entre os dias 20 e 23 de julho de 2021 por meio da base de dados do Periódicos CAPES com acesso pelo usuário da Universidade da Região de Joinville (UNIVILLE).

Esta pesquisa, como já mencionado, é um estado da arte e, portanto, caracteriza-se como uma investigação bibliográfica, sendo possível sistematizar os resultados e analisar os discursos dos trabalhos inventariados. Contém também métodos quantitativos e qualitativos, o que, conforme Lozada (2018),

torna a metodologia deste trabalho mista, devido a usos combinados de coleta e análise de dados quantitativos e qualitativos.

Com acesso feito e já na página online do portal de periódico optamos como estratégia de busca, nesse primeiro momento, não utilizar a busca avançada e todas as palavras como descrito em palavras-chave, afim de se ambientar com o espaço e as ferramentas de busca que usamos. Assim iniciamos a uma série de buscas experimentando os termos e filtros de busca. Encontrando o que nos é mais relevante para o estado da arte, utilizamos os seguintes termos: "Patrimônio cultural" *and* turismo *and* comunidade *and* "indicação geográfica", especificado como contém, obtendo três artigos como resultado.

Na busca seguinte, utilizaram-se os termos Patrimônio Cultural, especificado como exato, e Turismo, especificado como contém, assim, foram obtidos 1433 resultados. Na opção de adicionar filtros para refinar a pesquisa, limitaram-se os resultados que houvessem sido revisados por pares, passando o número de trabalhos para 1263. Neste ponto aprendeu-se que se deve usar os operadores booleanos em letras maiúsculas (*AND*, *OR*, *NOT*) para maior precisão da pesquisa (BRASIL, 2019). A terceira busca foi no modo simples utilizando os termos "Patrimônio cultural" *AND* turismo *AND* comunidade, da qual retornaram 119 resultados que, ao se selecionar o filtro revisado por pares, passou para 99 resultados. Pensou-se, então, em retirar o termo patrimônio cultural continuando só com o termo cultura. Retornou-se à busca simples com os termos cultura *AND* turismo *AND* comunidade, que apresentou 733 resultados, chegando a 602 com o uso do filtro revisado por pares.

Estreitando mais as buscas, adicionou-se um novo termo ficando as seguintes palavras cultura *AND* turismo *AND* comunidade *AND* indicação geográfica. Desta busca alcançaram-se 28 trabalhos, sendo 21 revisado por pares. Nesta etapa de escolheu-se usar os termos em inglês e observou-se um aumento nos números de publicações. Com as palavras *Cultural heritage AND*

tourism AND community AND geographical indication, 1267 resultados surgiram. Ao utilizar o filtro de revisado por pares e definindo a data de publicações entre 2011 e 2021 chegou-se a 653 resultados. Por fim, foram usados os termos "*Cultural heritage*" *AND tourism AND community AND "geographical indication"*, o que retornou 51 resultados que, com os filtros de revisado por pares, somente artigos e data de publicação entre 2011 e 2021 alcançou 37 resultados. A primeira busca foi refeita, utilizando os operadores booleanos da maneira correta, "Patrimônio cultural" *AND turismo AND comunidade AND "indicação geográfica"* e retornaram nove resultados sendo três revisados por pares. A partir desses resultados, uma análise mais detalhada foi feita para filtrar os 40 artigos: 37 com termos em inglês e três com os termos em português e por fim buscar compreender e refletir as interseções provenientes da utilização dos termos pesquisados. A seguir detalhamos o resultado dessa análise.

ANÁLISES E RESULTADOS: ABORDAGENS DOS TERMOS

Detalhando este processo de busca dos artigos, para abranger estudos internacionais e nacionais, os descritores foram divididos em duas buscas, uma em inglês e outra em português, sendo seus resultados os selecionados. Desse modo, os termos foram "*Cultural heritage*" *AND tourism AND community AND "geographical indication"* retornando 51 publicações. Porém, utilizaram-se os filtros somente artigos revisados por pares e ano de publicação 2011-2021 passando para 37 trabalhos destes, a delimitação temporal foi necessária para trabalhar com pesquisas mais atuais e manter um número possível de artigos para se analisar neste estudo. Destes 37 artigos, cinco foram descartados por não tratarem dos temas em questão e estarem fora dos moldes da pesquisa, restando 35 artigos para análise.

Na segunda busca os descritores foram os seguintes, "Patrimônio cultural" *AND turismo AND comunidade AND "indicação geográfica"*,

utilizando a mesma ordem da pesquisa anterior. Desta busca retornaram nove resultados, porém um artigo repetia três vezes reduzindo para sete o número de trabalhos, sendo três revisados por pares.

Como descrito anteriormente, a coleta das palavras-chave (descritores) resultou num banco de dados com 58 trabalhos que, após leitura e seleção dos dados pertinentes à pesquisa, proporcionaram a sistematização de 35 publicações selecionadas, que representam 60,34% do universo pesquisado. Posteriormente, possibilitaram ser extraídas informações como título, ano da publicação e autores e estão apresentados no Quadro 1.

Quadro 1. Trabalhos selecionados

Titulo	Ano de publicação	Autores
PDO Olive Oil Products: A Powerful Tool for Farmers and Rural Areas	2019	MATTAS, Konstadinos ; BAOURAKIS, George ; TSAKIRIDOU, Efthimia ; HEDOU, Mohamed Amine ; HOSNI, Hanin
The recognition of foods and food-related knowledge and practices as an intangible cultural heritage.	2015	SANTILLI, Juliana
Implications of geographical indications: a comprehensive review of papers listed in CAPES' journal database.	2016	MEDEIROS, Mirna de Lima ; PASSADOR, Claudia Souza ; PASSADOR, Joao Luiz
Nature-related knowledge as intangible cultural heritage: safeguarding and tourism utilisation in Austria	2019	KATELIEVA, Maria ; MUHAR, Andreas ; PENKER, Marianne
Culinary Tourism Packages and Regional Brands in Czechia	2013	SPILOVÁ, Jana ; FIALOVÁ, Dana
'Heritagisation', a challenge for tourism promotion and regional development: an example of food heritage	2013	BESSIÈRE, Jacinthe
Traditional and regional food as seen by consumers – research results: the case of Poland	2018	BARSKA, Anetta ; WOJCIECHOWSKA-SOLIS, Julia
Social Organizational Life Cycle Assessment: an approach for identification of relevant	2020	D'EUSENIO, Manuela

subcategories for wine production in Italy		
Verace Glocal Pizza. Localized globalism and globalized localism in the Neapolitan artisan pizza	2021	STAZIO, Marialuisa
Regional management and biodiversity conservation in GIAHS: text analysis of municipal strategy and tourism management	2019	KOHSAKA, Ryo ; MATSUOKA, Hikaru ; UCHIYAMA, Yuta ; ROGEL, Marie
Geographical indications in brazilian food markets: quality conventions, institutionalization, and path dependence	2013	NIERDELE, Paulo ; GELAIN, Jhulia
Investigating Markers of Authenticity: The Weavers' Perspective Insights from a Study on Bhutanese Hand-woven Kira Textiles	2016	LO, Joseph ; MACINTYRE, Lisa ; KALKREUTER, Britta
Development of small-scale agro-tourism in the province of Bali, Indonesia	2015	SATRIAWAN, I. Ketut ; PUJAASTAWA, Ida Bagus Gde ; SARJANA, I. Made
Shelby D. Hunt's legacy, the R-A theory of competition, and its perspective on the geographical indications (GIs) debate	2021	BICEN, Pelin
Quality-based excellence and product-country image: case studies on Italy and China in the beverage sector	2013	RUBINI, Laretta ; MOTTA, Luca ; DI TOMMASO, Marco R
Savouring place: cheese as a food tourism destination landmark	2020	FUSTÉ-FORNÉ, Francesc
Disintegration of Italian rural landscapes to international environmental agreements	2015	GUARINO, R ; CUTAIA, F ; GIACOPELLI, A ; MENEGONI, P ; PELAGALLO, F ; TROTTA, C ; TROMBINO, G
Place branding and local food souvenirs: the ethical attributes of national parks' brands	2020	PIZZICHINI, Lucia ; TEMPERINI, Valerio ; GREGORI, Gian
Fostering biocultural diversity in landscapes through place-based food networks: a "solution scan" of European and Japanese models	2017	PLIENINGER, Tobias ; KOHSAKA, Ryo ; BIELING, Claudia ; HASHIMOTO, Shizuka ; KAMIYAMA, Chiho ; KIZOS, Thanasis ; PENKER, Marianne ; KIENINGER, Pia ; SHAW, Brian ; YOSHIDA, Yuki ; SAITO, Osamu
Political implications of preserving traditional rural	2013	PAVEL, Silvia - Mihaela

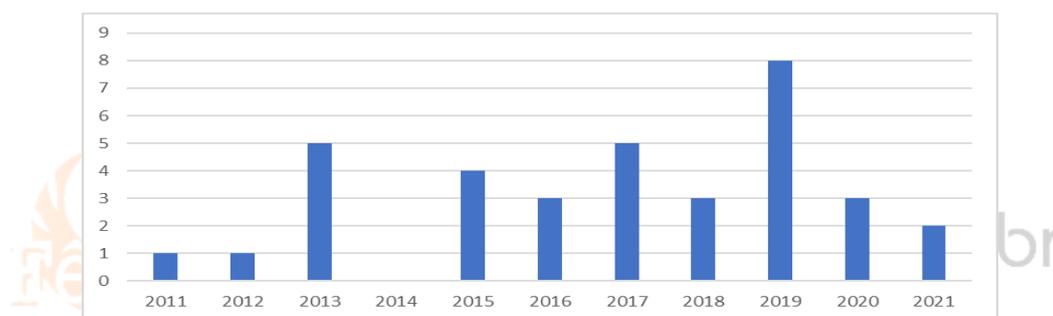
industries in Eastern Europe: evidence from the Romanian wine sector.(ORIGINAL PAPER)		
Quality and origin of mountain food products: the new European label as a strategy for sustainable development	2019	BENVETIVOGLIO, Deborah ; SAVINI, Sara ; FINCO, Adele ; BUCCI, Giorgia ; BOSELLI, Emanuele
Assessing policy impacts on the economy of European insular rural regions: the case of the smaller Aegean islands programme	2019	KARELAKIS, Christos ; LOIZOU, Efstratios ; CHATZITHEODORIDIS, Fotios ; MATTAS, Konstadinos
Current status of global dairy goat production: an overview	2019	MILLER, Beth A ; LU, Christopher D
Country of Origin Effect for Food Products from Developing and Transition Countries: A PLS Analysis of German Consumers' Perception	2018	OTTER, Verena ; PRECHTEL, Bianca ; THEUVSEN, Ludwig
Soft power in recycling spaces: Exploring spatial impacts of regeneration and youth entrepreneurship in Southern Italy	2019	SCAFFIDI, Federica
Silence and Savoir-Faire in the Marketing of Products of the Terroir	2011	GUY, Kolleen M
Place branding: revealing the neglected role of agro food products	2018	LOPES, Celso ; LEITÃO, João ; RENGIFO-GALLEGO, Juan
Frontier Commodification: Governing Land, Labour and Leisure in Darjeeling, India	2017	BENNIKE, Rune
Exploring place marketing by American microbreweries: neolocal expressions of ethnicity and race	2016	MATHEWS, Adam J ; PATTAN, Matthew T
The nature and value of terroir products	2017	CHARTERS, Stephen ; SPIELMANN, Nathalie ; BABIN, Barry J
Social Life Cycle Assessment for agricultural sustainability: comparison of two methodological proposals in a paradigmatic perspective	2017	LOFRIDA, Nathalie ; DE LUCA, Anna Irene ; STRANO, Alfio ; GULISANO, Giovanni
Introduction of Participatory Conservation in Croatia, Residents' Perceptions: A Case Study from the Istrian Peninsula	2012	SLADONJA, Barbara ; BRŠČIĆ, Kristina ; POLJUHA, Danijela ; FANUKO, Neda ; GRGUREV, Marin
Boticas e o "Vinho dos Mortos":	2017	SALVADO, Josefina Olívia

reforçar a identidade cultural do território na experiência de enoturismo		
Sociomaterialidade, Poder e Conexões em Redes de Ação no Organizar do Artesanato	2019	SILVA, Christianne Lobato Ramalho da ; SILVA, Alfredo Rodrigues Leite da
Valorização de produtos alimentares tradicionais: os usos das indicações geográficas no contexto brasileiro	2015	SANTOS, Jaqueline Sgarbi ; MENASCHE, Renata

Fonte: Dos autores, 2021

Delimitadas as publicações para análise, no Gráfico 1 a seguir temos o número de artigos publicados entre 2011 até julho de 2021.

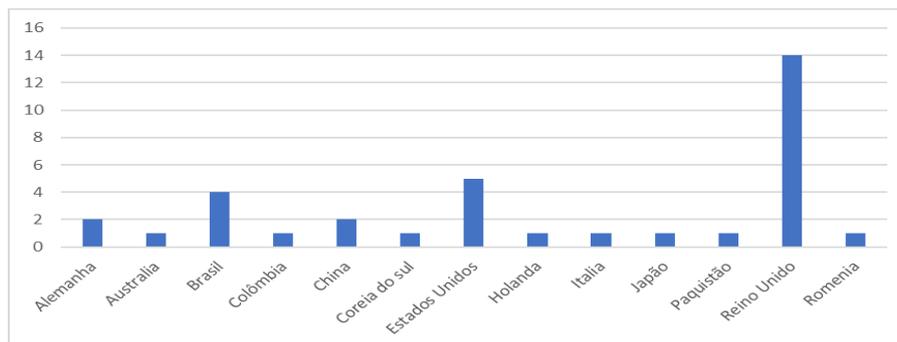
Gráfico 1. Número de publicações ano a ano



Fonte: Dos autores, 2021

Pode-se observar uma irregularidade no número de publicações por ano, alcançando um pico de oito publicações em 2019, sendo que em 2020 o gráfico retorna à média de três publicações por ano.

No Gráfico 2 a seguir pode-se observar e analisar os dados referentes à origem e ao número de publicações em cada um dos países.

Gráfico 2. Número de publicações por país

Fonte: Dos autores, 2021

Pode-se destacar o Reino Unido com o maior número de publicações – 14 – as quais representam 40% do total, seguido pelo Estados Unidos com cinco trabalhos publicados, sendo 14,28% do total. O Gráfico 2 demonstra uma variedade de países, sendo a África o continente sem nenhuma publicação e a Europa com o maior número, num total de 19 artigos, 54,28% mais da metade das publicações.

Com objetivo de ampliar o entendimento sobre os artigos e quais são as abordagens em comum, optou-se por se fazer uma nuvem de palavras (NP) utilizando as palavras-chave de cada artigo, conforme Figura 1 a seguir. Vale ressaltar que nem todos os artigos estão representados, pois não estavam acessíveis suas palavras-chave: dos 35 trabalhos, em dois não constam as palavras.

que está em menor destaque, porém, relacionado a outras palavras como conhecimento e tradições. Da análise desta NP e os demais artigos é possível extrair como os pesquisadores têm lidado com as análises envolvendo estes campos: patrimônio cultural, indicação geográfica, turismo e comunidade.

Ao analisar as palavras-chave e os resumos dos trabalhos foi possível dimensionar quais as abordagens dos artigos.

Dos 35 artigos, 20 trabalharam com questões econômicas. Isso representa 57,14% das pesquisas analisadas, conforme relação a seguir descrita no Quadro 2 a seguir.

Quadro 2. Trabalhos com abordagem econômica

Titulo	Autores
PDO Olive Oil Products: A Powerful Tool for Farmers and Rural Areas	MATTAS, Konstadinos ; BAOURAKIS, George ; TSAKIRIDOU, Efthimia ; HEDOUI, Mohamed Amine ; HOSNI, Hanin
Nature-related knowledge as intangible cultural heritage: safeguarding and tourism utilisation in Austria	KATELIEVA, Maria ; MUHAR, Andreas ; PENKER, Marianne
Culinary Tourism Packages and Regional Brands in Czechia	SPILKOVÁ, Jana ; FIALOVÁ, Dana
'Heritagisation', a challenge for tourism promotion and regional development: an example of food heritage	BESSIÈRE, Jacinthe
Traditional and regional food as seen by consumers – research results: the case of Poland	BARSKA, Anetta ; WOJCIECHOWSKA-SOLIS, Julia
Regional management and biodiversity conservation in GIAHS: text analysis of municipal strategy and tourism management	KOHSAKA, Ryo ; MATSUOKA, Hikaru ; UCHIYAMA, Yuta ; ROGEL, Marie
Development of small-scale agro-tourism in the province of Bali, Indonesia	SATRIAWAN, I. Ketut ; PUJAASTAWA, Ida Bagus Gde ; SARJANA, I. Made
Savouring place: cheese as a food tourism destination landmark	FUSTÉ-FORNÉ, Francesc
Place branding and local food souvenirs: the ethical attributes of national parks' brands	PIZZICHINI, Lucia ; TEMPERINI, Valerio ; GREGORI, Gian
Political implications of preserving traditional rural industries in Eastern Europe: evidence from the Romanian wine sector.(ORIGINAL PAPER)	PAVEL, Silvia - Mihaela
Quality and origin of mountain food products: the new European label as a	BENVETIVOGLIO, Deborah ; SAVINI, Sara ; FINCO, Adele ; BUCCI, Giorgia ;

strategy for sustainable development	BOSELLI, Emanuele
Assessing policy impacts on the economy of European insular rural regions: the case of the smaller Aegean islands programme	KARELAKIS, Christos ; LOIZOU, Efstratios ; CHATZITHEODORIDIS, Fotios ; MATTAS, Konstadinos
Current status of global dairy goat production: an overview	MILLER, Beth A ; LU, Christopher D
Country of Origin Effect for Food Products from Developing and Transition Countries: A PLS Analysis of German Consumers' Perception	OTTER, Verena ; PRECHTEL, Bianca ; THEUVSEN, Ludwig
Soft power in recycling spaces: Exploring spatial impacts of regeneration and youth entrepreneurship in Southern Italy	SCAFFIDI, Federica
Silence and Savoir-Faire in the Marketing of Products of the Terroir	GUY, Kolleen M
Frontier Commodification: Governing Land, Labour and Leisure in Darjeeling, India	BENNIKE, Rune
Exploring place marketing by American microbreweries: neolocal expressions of ethnicity and race	MATHEWS, Adam J ; PATTAN, Matthew T
The nature and value of terroir products	CHARTERS, Stephen ; SPIELMANN, Nathalie ; BABIN, Barry J
Boticas e o "Vinho dos Mortos": reforçar a identidade cultural do território na experiência de enoturismo	SALGADO, Josefina Olívia

Fonte: Dos autores, 2021

Nota-se uma grande presença de abordagens com relação a fatores econômicos discutindo, principalmente, sobre desenvolvimento de áreas rurais a partir de questões como: uso comercial de tradições; *marketing* de regiões e produtos; estímulos a produtos viáveis para o turismo; análise sobre o padrão de consumidores e o próprio turismo como alternativa para um desenvolvimento sustentável.

Como se vê, este viés econômico se destaca nas pesquisas publicadas quando usamos os 4 (quatro) termos pesquisados: patrimônio cultural, indicações geográficas, turismo e comunidade. Vê-se, por exemplo, a palavra *etnia*, palavra-chave no artigo de Mathews e Pattan (2016): ela foi utilizada de forma associada a um interesse econômico visando conquistar consumidores que buscam por produtos mais locais e exclusivos. Em várias outras oportunidades se observa esse viés econômico, o qual aparece muito

relacionado ao uso de elementos do patrimônio cultural a fim de promover produtos que não têm necessariamente uma relação com esse patrimônio a não ser por estarem numa mesma região. Ou seja, a valorização que se espera não é a do patrimônio cultural, mas o uso deste como recurso para o *marketing* do produto comercializado. A partir deste ponto, fica evidente que boa parte das pesquisas relacionadas a patrimônio cultural e indicação geográfica têm muito presente o viés econômico desta relação.

Esta constatação reforça o principal intuito da propriedade intelectual e, em especial, da Indicação Geográfica: um instituto jurídico que permite uma exclusividade de mercado (econômica) para signos distintivos vinculados ao território. Assim, o principal intuito de uma indicação geográfica é atingir o mercado, ainda que se tenha efeitos de divulgação e usos de um patrimônio cultural. Conforme Paula e Mecca (2018) ao pesquisar a região turística “Uva e Vinho” na Serra Gaúcha, onde está inserida a Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, primeiro território brasileiro reconhecido como IG, em 2002, na época classificada com IP, porém, em 2012 foi alterada para DO. As autoras sustentam que produtos regionais que tenham técnicas próprias da cultura local na sua produção são mais atrativos para os consumidores. Turistas podem por meio do consumo de produtos artesanais, gastronômicos que representam significados da cultura local, essa relação entre a cultura e o produto tem um valor de autenticidade. A pesquisa de Paula e Mecca (2018) demonstrou que a procura por produtos com procedência da região “Uva e Vinho” promoveu uma maior valorização da cultura e preservação de saberes.

Outra abordagem muito presente nos resultados e que coincide com um dos termos usados para a pesquisa é o Turismo. O Quadro 3 a seguir relaciona os trabalhos com abordagem no turismo, totalizando 11 artigos.

Quadro 3. Trabalhos com abordagem no turismo

Titulo	Autores
Nature-related knowledge as intangible cultural heritage: safeguarding and tourism utilisation in Austria	KATELIEVA, Maria ; MUHAR, Andreas ; PENKER, Marianne
Culinary Tourism Packages and Regional Brands in Czechia	SPILKOVÁ, Jana ; FIALOVÁ, Dana
'Heritagisation', a challenge for tourism promotion and regional development: an example of food heritage	BESSIÈRE, Jacinthe
Regional management and biodiversity conservation in GIAHS: text analysis of municipal strategy and tourism management	KOHSAKA, Ryo ; MATSUOKA, Hikaru ; UCHIYAMA, Yuta ; ROGEL, Marie
Development of small-scale agro-tourism in the province of Bali, Indonesia	SATRIAWAN, I. Ketut ; PUJAASTAWA, Ida Bagus Gde ; SARJANA, I. Made
Savouring place: cheese as a food tourism destination landmark	FUSTÉ-FORNÉ, Francesc
Place branding and local food souvenirs: the ethical attributes of national parks' brands	PIZZICHINI, Lucia ; TEMPERINI, Valerio ; GREGORI, Gian
Fostering biocultural diversity in landscapes through place-based food networks: a "solution scan" of European and Japanese models	PLIENINGER, Tobias ; KOHSAKA, Ryo ; BIELING, Claudia ; HASHIMOTO, Shizuka ; KAMIYAMA, Chiho ; KIZOS, Thanasis ; PENKER, Marianne ; KIENINGER, Pia ; SHAW, Brian ; YOSHIDA, Yuki ; SAITO, Osamu
Political implications of preserving traditional rural industries in Eastern Europe: evidence from the Romanian wine sector.(ORIGINAL PAPER)	PAVEL, Silvia - Mihaela
Frontier Commodification: Governing Land, Labour and Leisure in Darjeeling, India	BENNIKE, Rune
Boticas e o "Vinho dos Mortos": reforçar a identidade cultural do território na experiência de enoturismo	SALGADO, Josefina Olívia

Fonte: Dos autores, 2021

Turismo foi o termo mais usado, repetindo-se seis vezes, e se incluir enoturismo e agroturismo, ele totaliza 10 vezes na NP. Também apresenta esta abordagem um dos artigos que não continham palavras-chave, totalizando os 11 relacionados no Quadro 3 acima. Pode-se observar que tais inserções estavam relacionadas a questões gastronômicas, como o próprio turismo gastronômico, o enoturismo, produtos alimentares tradicionais, agroturismo e a questões do turismo cultural em locais com patrimônios culturais e naturais. Nos artigos analisados, o turismo está associado ao uso do patrimônio cultural

como recurso para possível desenvolvimento sustentável no espaço rural empregando a ótica de geração de emprego, renda, redução do êxodo rural e, especialmente no caso do agroturismo, a aspectos relacionados ao fomento de novos arranjos produtivos e do fortalecimento de valores como o pertencimento.

Analisando a NP e os resumos, percebe-se que estes dialogam sobre saberes e produtos locais, tradições e de qual forma usar e salvaguardar esses patrimônios junto de um desenvolvimento sustentável. Conforme um dos trabalhos analisados, o de Mattas et al (2019), ao falar sobre desenvolvimento, argumenta-se que em uma região que tem seu patrimônio cultural, principalmente, a ponto de seu produto ser reconhecido por uma IG, os ganhos econômicos não devem se restringir aos que lidam diretamente com o patrimônio cultural, mas se deve pensar na totalidade daquela região e os demais atores da comunidade devem aproveitar a visualização e reconhecimento que o território conquistou, a partir de consumidores mais atentos e interessados em produtos autênticos e com um histórico de tradição e saber fazer. Além disso, esses atores, mesmo que indiretamente, terão seus serviços relacionados, pelos consumidores, aos já reconhecidos. Neste processo, as demais características podem ser valorizadas e exploradas a ponto de contribuir com a manutenção do patrimônio cultural e aumentar o vínculo e pertencimento da comunidade com a identidade local, assim como explicita Prats (2011) ao afirmar que pode existir uma relação de retroalimentação entre o patrimônio cultural e o turismo. O turismo tem o patrimônio como produto e destino e o patrimônio, por sua vez, tem sua atratividade e renda aumentada gerando um maior interesse da população local possibilitando uma melhor salvaguarda.

Os termos social e comunidade pouco aparecem, apresentam-se os produtos, os consumidores e os impactos do turismo para os que pertencem a este setor.

Destaco que o trabalho que apresenta o termo “social” – o de Scaffidi (2019) – retrata a possibilidade de inclusão e reinclusão de jovens no mercado de trabalho em vilas rurais, a partir do empreendedorismo social juvenil, utilizando recursos locais, o que pode ser uma solução no contexto de êxodo rural, em busca de oportunidades em cidades maiores.

O termo “comunidade” foi usado nas palavras-chave e no resumo do artigo *“Regional management and biodiversity conservation in GIAHS: text analysis of municipal strategy and tourism management”* (KOHSAKA et al, 2019). Ele apresenta que nos discursos e nas teorias sobre áreas com patrimônio cultural é destacada e estimulada a participação dos que vivem nessas regiões, porém, na prática tal inclusão não ocorre como o esperado. Macedo e Gonçalves (2014) em seu artigo buscam demonstrar os conceitos de comunidade de acordo com alguns autores. Neste processo, percebe-se que os autores tendem a associar comunidade a um território em que os habitantes têm fortes laços afetivos entre eles, um sentimento de pertencimento com lugar, memórias em comum, características essas muito evidentes em meios rurais.

A indicação geográfica também aparece como uma abordagem nos artigos selecionados. Conforme a Quadro 4 a seguir, foram 11 artigos que tiveram essa abordagem.

Quadro 4. Trabalhos com abordagem na indicação geográfica

Titulo	Autores
PDO Olive Oil Products: A Powerful Tool for Farmers and Rural Areas	MATTAS, Konstadinos ; BAOURAKIS, George ; TSAKIRIDOU, Efthimia ; HEDOU, Mohamed Amine ; HOSNI, Hanin
Implications of geographical indications: a comprehensive review of papers listed in CAPES' journal database.	MEDEIROS, Mirna de Lima ; PASSADOR, Claudia Souza ; PASSADOR, Joao Luiz
Verace Glocal Pizza. Localized globalism and globalized localism in the Neapolitan artisan pizza	STAZIO, Marialuisa
Geographical Indications In Brazilian Food Markets: Quality Conventions,	NIERDELE, Paulo ; GELAIN, Jhulia

Institutionalization, And Path Dependence	
Shelby D. Hunt's legacy, the R-A theory of competition, and its perspective on the geographical indications (GIs) debate	BICEN, Pelin
Quality-based excellence and product-country image: case studies on Italy and China in the beverage sector	RUBINI, Laretta ; MOTTA, Luca ; DI TOMMASO, Marco R
Quality and origin of mountain food products: the new European label as a strategy for sustainable development	BENVETIVOGLIO, Deborah ; SAVINI, Sara ; FINCO, Adele ; BUCCI, Giorgia ; BOSELLI, Emanuele
Country of Origin Effect for Food Products from Developing and Transition Countries: A PLS Analysis of German Consumers' Perception	OTTER, Verena ; PRECHTEL, Bianca ; THEUVSEN, Ludwig
Silence and Savoir-Faire in the Marketing of Products of the Terroir	GUY, Kolleen M
The nature and value of terroir products	CHARTERS, Stephen ; SPIELMANN, Nathalie ; BABIN, Barry J
Valorizacao de produtos alimentares tradicionais: os usos das indicacoes geograficas no contexto brasileiro	SANTOS, Jaqueline Sgarbi ; MENASCHE, Renata

Fonte: Dos autores, 2021

Os trabalhos que tinham entre suas palavras-chave termo “Indicação geográfica” demonstravam seus impactos com relação ao reconhecimento do produto; estímulo para uma maior propaganda; possível meio para desenvolvimento rural. Nesses trabalhos não foi perceptível uma relação direta com o turismo. Apresentam a IG como um meio de proteção e reconhecimento de uma tradição e saber fazer que dá origem ao produto em si, sendo um mecanismo para venda desse produto onde quer que se encontre o consumidor.

Como citado anteriormente, a IG é um signo distintivo vinculado a um território, que promove uma exclusividade de mercado, atraindo mais consumidores gera efeitos e consequências para o patrimônio cultural do território. Conforme Paula e Mecca (2018), produtos vinculados ao território, principalmente os produzidos artesanalmente, em baixa escala, podem favorecer o desenvolvimento sustentável. Esse desenvolvimento sustentável se dá por ser mais uma forma de renda para produtores rurais, mais oportunidade

de emprego, geração de novos produtos e negócios, interesse na preservação de tradições e modos de fazer.

Se por um lado pode promover um desenvolvimento, a relação entre turismo e patrimônio cultural pode ser maléfica para os bens patrimoniais, como destaca Steinke (2020) ao citar exemplos de que o turismo pode ser exploratório. O turismo de massa gera um maior desgaste dos bens e dos recursos, o alto fluxo de turistas pode desagradar a população local de modo que a renda que o turismo proporciona não compensa os ônus. Com isso, como a autora observa, cada caso em que houver a interação entre patrimônio cultural e turismo deve-se levar em conta as suas particularidades, pois em cada lugar haverá a própria cultura e infraestrutura, mais ou menos recursos econômicos de modo a não existir uma fórmula pronta ou genérica, que sirva de modelo.

O termo “rural” se mostrou bem presente nos artigos analisados, por vezes associado ao termo “regional”. Selecionaram-se 19 artigos que se relacionam de algum modo com o termo, pois falam sobre IG e rural, turismo rural, tradições rurais, gastronomia rural, conforme se vê no Quadro 5 a seguir.

Quadro 5. Trabalhos com abordagem no rural

Titulo	Autores
PDO Olive Oil Products: A Powerful Tool for Farmers and Rural Areas	MATTAS, Konstadinos ; BAOURAKIS, George ; TSAKIRIDOU, Efthimia ; HEDOU, Mohamed Amine ; HOSNI, Hanin
Nature-related knowledge as intangible cultural heritage: safeguarding and tourism utilisation in Austria	KATELIEVA, Maria ; MUHAR, Andreas ; PENKER, Marianne
Culinary Tourism Packages and Regional Brands in Czechia	SPIPKOVÁ, Jana ; FIALOVÁ, Dana
'Heritagisation', a challenge for tourism promotion and regional development: an example of food heritage	BESSIÈRE, Jacinthe
Traditional and regional food as seen by consumers – research results: the case of Poland	BARSKA, Anetta ; WOJCIECHOWSKA-SOLIS, Julia

Social Organizational Life Cycle Assessment: an approach for identification of relevant subcategories for wine production in Italy	D'EUSENIO, Manuela
Regional management and biodiversity conservation in GIAHS: text analysis of municipal strategy and tourism management	KOHSAKA, Ryo ; MATSUOKA, Hikaru ; UCHIYAMA, Yuta ; ROGEL, Marie
Development of small-scale agro-tourism in the province of Bali, Indonesia	SATRIAWAN, I. Ketut ; PUJAASTAWA, Ida Bagus Gde ; SARJANA, I. Made
Savouring place: cheese as a food tourism destination landmark	FUSTÉ-FORNÉ, Francesc
Disintegration of Italian rural landscapes to international environmental agreements	GUARINO, R ; CUTAIA, F ; GIACOPELLI, A ; MENEGONI, P ; PELAGALLO, F ; TROTTA, C ; TROMBINO, G
Fostering biocultural diversity in landscapes through place-based food networks: a "solution scan" of European and Japanese models	PLIENINGER, Tobias ; KOHSAKA, Ryo ; BIELING, Claudia ; HASHIMOTO, Shizuka ; KAMIYAMA, Chiho ; KIZOS, Thanasis ; PENKER, Marianne ; KIENINGER, Pia ; SHAW, Brian ; YOSHIDA, Yuki ; SAITO, Osamu
Political implications of preserving traditional rural industries in Eastern Europe: evidence from the Romanian wine sector.(ORIGINAL PAPER)	PAVEL, Silvia - Mihaela
Quality and origin of mountain food products: the new European label as a strategy for sustainable development	BENVETIVOGLIO, Deborah ; SAVINI, Sara ; FINCO, Adele ; BUCCI, Giorgia ; BOSELLI, Emanuele
Assessing policy impacts on the economy of European insular rural regions: the case of the smaller Aegean islands programme	KARELAKIS, Christos ; LOIZOU, Efstratios ; CHATZITHEODORIDIS, Fotios ; MATTAS, Konstadinos
Current status of global dairy goat production: an overview	MILLER, Beth A ; LU, Christopher D
Soft power in recycling spaces: Exploring spatial impacts of regeneration and youth entrepreneurship in Southern Italy	SCAFFIDI, Federica
Place branding: revealing the neglected role of agro food products	LOPES, Celso ; LEITÃO, João ; RENGIFO-GALLEGO, Juan
Social Life Cycle Assessment for agricultural sustainability: comparison of two methodological proposals in a paradigmatic perspective	LOFRIDA, Nathalie ; DE LUCA, Anna Irene ; STRANO, Alfio ; GULISANO, Giovanni
Boticas e o "Vinho dos Mortos": reforçar a identidade cultural do território na experiência de enoturismo	SALGADO, Josefina Olívia

Fonte: Dos autores, 2021

Os trabalhos estudam possíveis meios para um desenvolvimento sustentável rural, valorizar o patrimônio cultural de áreas rurais, modos de valorizar o produto rural, principalmente o alimentar (MATTAS, 2019;

SPIILKOVÁ, 2013; BESSIÈRE, 2013; BARSKA, 2018; D'EUSENIO, 2020; SATRIAWAN, 2015; FUSTÉ-FORNÉ, 2020; PLIENINGER, 2017; PAVEL, 2013; BENVETIVOGLIO, 2019; MILLER, 2019; LOPES, 2018; LOFRIDA, 2017; SALGADO, 2017) e apresentam o turismo como possível modo de desenvolver a economia local.

Também no contexto da abordagem “rural” está a presença de análises de patrimônio. Vê-se a valorização do alimento e do conhecimento para prepará-lo e servir, é o que se pode reconhecer como patrimônio alimentar. Como destaca Santilli (2015) em seu artigo sobre patrimonialização de comidas, o alimento e os utensílios para preparar e consumir são os bens tangíveis desse patrimônio alimentar, mas que carregam uma série de elementos intangíveis que são herdados pelas pessoas a cada geração, como seus significados, ritos, saberes e todo um imaginário que faz com que esse alimento represente a identidade de um grupo, comunidade.

Essas foram as principais abordagens identificadas e que teriam impacto para a presente pesquisa. Contudo, outros elementos também podem ser extraídos da análise desses artigos.

Vale ressaltar que, de todos os trabalhos analisados, três autores estão presentes em mais de uma publicação, sendo eles: Konstadinos Mattas; Marianne Penker; Ryo Kohsaka, ambos com dois artigos. Num artigo, Penker e Kohsaka discutem casos e modelos de paisagens culturais com grande diversidade de elementos bioculturais tanto no Japão quanto na Europa. No Quadro 6 a seguir está a relação de trabalhos com autores com mais de um artigo.

Quadro 6. Trabalhos de autores com mais de um artigo

Titulo	Autores
PDO Olive Oil Products: A Powerful Tool for Farmers and Rural Areas	MATTAS, Konstadinos ; BAOURAKIS, George ; TSAKIRIDOU, Efthimia ; HEDOU, Mohamed Amine ; HOSNI,

	Hanin
Nature-related knowledge as intangible cultural heritage: safeguarding and tourism utilisation in Austria	KATELIEVA, Maria ; MUHAR, Andreas ; PENKER, Marianne
Regional management and biodiversity conservation in GIAHS: text analysis of municipal strategy and tourism management	KOHSAKA, Ryo ; MATSUOKA, Hikaru ; UCHIYAMA, Yuta ; ROGEL, Marie
Fostering biocultural diversity in landscapes through place-based food networks: a “solution scan” of European and Japanese models	PLIENINGER, Tobias ; KOHSAKA, Ryo ; BIELING, Claudia ; HASHIMOTO, Shizuka ; KAMIYAMA, Chiho ; KIZOS, Thanasis ; PENKER, Marianne ; KIENINGER, Pia ; SHAW, Brian ; YOSHIDA, Yuki ; SAITO, Osamu
Assessing policy impacts on the economy of European insular rural regions: the case of the smaller Aegean islands programme	KARELAKIS, Christos ; LOIZOU, Efstratios ; CHATZITHEODORIDIS, Fotios ; MATTAS, Konstadinos

Fonte: dos autores, 2021

Outra análise feita foi com relação aos artigos que estudaram casos de regiões ou países. Destaca-se que, dos 25 artigos que se enquadram nessa metodologia, apenas dois abordam casos brasileiros (SANTILLI, 2015; SILVA, 2019). A maior parte dos trabalhos (19) utilizam-se de casos europeus, tanto isolados quanto em comparativo com países de outros continentes. Entre os países com mais casos estudados está a Itália, com sete publicações, sendo cinco trabalhos só sobre regiões da Itália, sem estudar e comparar outros países. O Quadro 7 a seguir relaciona os trabalhos que envolvem estudos de caso.

Quadro 7. Trabalhos com estudos de casos

Titulo	Autores	Casos
The recognition of foods and food-related knowledge and practices as an intangible cultural heritage.	SANTILLI, Juliana	Dieta mediterrânea, Gastronomia tradicional mexicana (Michoacán), Comida gastronômica dos franceses, do Washoku (sistema culinário japonês), Pão de gengibre da Croácia. Ofício das baianas de acarajé, Produção tradicional de cajuína no Piauí, Modo artesanal de fazer queijo em Minas Gerais, Queijo artesanal em

		Santa Catarina e Rio Grande do Sul, Sistema agrícola tradicional do Rio Negro-Amazonas, Produção tradicional de doces em Pelotas - Rio Grande do Sul, Tatacazeiras, Belém – Pará, Brasil.
Nature-related knowledge as intangible cultural heritage: safeguarding and tourism utilisation in Austria	KATELIEVA, Maria ; MUHAR, Andreas ; PENKER, Marianne	Áustria
Culinary Tourism Packages and Regional Brands in Czechia	SPILKOVÁ, Jana ; FIALOVÁ, Dana	Vysočina, na Tchécua
'Heritagisation', a challenge for tourism promotion and regional development: an example of food heritage	BESSIÈRE, Jacinthe	Nord Aveyron, Sud Aveyron, Périgord Noir, França
Traditional and regional food as seen by consumers – research results: the case of Poland	BARSKA, Anetta ; WOJCIECHOWSKA-SOLIS, Julia	Polônia
Social Organizational Life Cycle Assessment: an approach for identification of relevant subcategories for wine production in Italy	D'EUSENIO, Manuela	Abruzzo, Itália.
Verace Glocal Pizza. Localized globalism and globalized localism in the Neapolitan artisan pizza	STAZIO, Marialuisa	Nápoles, Itália.
Regional management and biodiversity conservation in GIAHS: text analysis of municipal strategy and tourism management	KOHSAKA, Ryo ; MATSUOKA, Hikaru ; UCHIYAMA, Yuta ; ROGEL, Marie	Noto, Japão
Investigating Markers of Authenticity: The Weavers' Perspective Insights from a Study on Bhutanese Hand-woven Kira Textiles	LO, Joseph ; MACINTYRE, Lisa ; KALKREUTER, Britta	Butão
Development of small-scale agro-tourism in the province of Bali, Indonesia	SATRIAWAN, I. Ketut ; PUJAASTAWA, Ida Bagus Gde ; SARJANA, I. Made	Bali, Indonesia
Quality-based excellence and product-country image: case studies on Italy and China in the beverage sector	RUBINI, Lauretta ; MOTTA, Luca ; DI TOMMASO, Marco R	Chianti, Italia; Guangdong, China
Savouring place: cheese as a food tourism destination	FUSTÉ-FORNÉ, Francesc	Reus, Espanha

landmark		
Place branding and local food souvenirs: the ethical attributes of national parks' brands	PIZZICHINI, Lucia ; TEMPERINI, Valerio ; GREGORI, Gian	Macerata e Rimini, Itália
Fostering biocultural diversity in landscapes through place-based food networks: a "solution scan" of European and Japanese models	PLIENINGER, Tobias ; KOHSAKA, Ryo ; BIELING, Claudia ; HASHIMOTO, Shizuka ; KAMIYAMA, Chiho ; KIZOS, Thanasis ; PENKER, Marianne ; KIENINGER, Pia ; SHAW, Brian ; YOSHIDA, Yuki ; SAITO, Osamu	Europa e Japão
Political implications of preserving traditional rural industries in Eastern Europe: evidence from the Romanian wine sector.(ORIGINAL PAPER)	PAVEL, Silvia - Mihaela	Romênia
Assessing policy impacts on the economy of European insular rural regions: the case of the smaller Aegean islands programme	KARELAKIS, Christos ; LOIZOU, Efstratios ; CHATZITHEODORIDIS, Fotios ; MATTAS, Konstadinos	Ilhas do mar Egeu, Grécia
Country of Origin Effect for Food Products from Developing and Transition Countries: A PLS Analysis of German Consumers' Perception	OTTER, Verena ; PRECHTEL, Bianca ; THEUVSEN, Ludwig	Alemanha
Soft power in recycling spaces: Exploring spatial impacts of regeneration and youth entrepreneurship in Southern Italy	SCAFFIDI, Federica	Periferica de Mazara del Vallo e ExFadda de San Vito dei Normanni, Itália
Silence and Savoir-Faire in the Marketing of Products of the Terroir	GUY, Kolleen M	França
Frontier Commodification: Governing Land, Labour and Leisure in Darjeeling, India	BENNIKE, Rune	Darjeeling, Índia
Exploring place marketing by American microbreweries: neolocal expressions of ethnicity and race	MATHEWS, Adam J ; PATTAN, Matthew T	Estados Unidos
Social Life Cycle Assessment for agricultural sustainability: comparison of two methodological proposals in a	LOFRIDA, Nathalie ; DE LUCA, Anna Irene ; STRANO, Alfio ; GULISANO, Giovanni	Calábria, Itália

paradigmatic perspective		
Introduction of Participatory Conservation in Croatia, Residents' Perceptions: A Case Study from the Istrian Peninsula	SLADONJA, Barbara ; BRŠČIĆ, Kristina ; POLJUHA, Danijela ; FANUKO, Neda ; GRGUREV, Marin	Península da Ístria, Croácia
Boticas e o "Vinho dos Mortos": reforçar a identidade cultural do território na experiência de enoturismo	SALGADO, Josefina Olívia	Vinho dos Mortos, Boticas, Portugal
Sociomaterialidade, Poder e Conexões em Redes de Ação no Organizar do Artesanato	SILVA, Christianne Lobato Ramalho da ; SILVA, Alfredo Rodrigues Leite da	Artesãs Filezeiras, Maceió, Alagoas, Brasil

Fonte: Dos autores, 2021

Ao analisar os escopos das revistas, nas quais foram publicados os artigos, foi possível reconhecer as principais áreas de conhecimento que elas exploram. A partir de termos que exemplificam as áreas de conhecimento foi possível montar um gráfico do tipo radar que permite quantificar quantos periódicos trabalham cada tema. Por mais que muitos dos temas conversem entre si, preferiu-se deixá-los mais delimitados para mostrar a multidisciplinaridade que os termos da pesquisa permitem ter. O Gráfico 3 a seguir apresenta as áreas de conhecimento das revistas.

Gráfico 3. Áreas de conhecimento das revistas



Fonte: Dos autores, 2021

A abordagem em *Marketing* se destaca em 6 periódicos, *marketing* de acordo com as revistas são um conjunto de métodos, que aplicados em serviços

e produtos agregam valor e satisfazem as necessidades dos *consumidores* (*Journal Of Global Scholars Of Marketing Science, European Journal Of Marketing, Journal Of Place Management And Development, International Review On Public And Nonprofit Marketing, Journal Of International Food & Agribusiness Marketing, Revista De Administração Contemporânea*). Outras abordagens se destacam também desenvolvimento e alimentação. As revistas com o enfoque em desenvolvimento discutem sobre: desenvolvimento sustentável, desenvolvimento local, desenvolvimento econômico e desenvolvimento por meio de políticas. As revistas que abordam alimentação publicam sobre: Pesquisas relacionadas a gestão, consumo de alimentos e também nutrição. Tais assuntos correlacionam com a pesquisa pois tratam de alimento e tradição, patrimônio alimentar.

CONSIDERAÇÕES

Com o objetivo de identificar relações entre patrimônio cultural, turismo, comunidade e indicação geográfica, utilizou-se de um estado da arte como ferramenta para a metodologia aqui empregada para assim ser possível fazer mapeamento e análises dos artigos disponíveis na plataforma de dados, como a utilizada neste trabalho, Periódicos CAPES. Para melhor apresentar os dados resultante das análises do estado da arte, lançou-se mão de instrumentos como gráficos, tabelas, nuvem de palavras para demonstrar as diversas temáticas em que os artigos com os termos pesquisados se correlacionam e desse modo ampliar o entendimento das possíveis correlações entre elas. Futuras pesquisas podem fazer uso desses resultados para um maior aprofundamento devido às diversas áreas de conhecimento em que estes termos estão inseridos.

Contudo, para o recorte desta pesquisa, notou-se, dentre os artigos analisados, a falta de trabalhos que discutissem de maneira direta todos os

termos pesquisados. Vê-se uma resistência em inserir a problemática do termo “comunidade” junto dos demais termos. É discutido sobre atores que de certa maneira estão diretamente ligados ao turismo, IG, e aos saberes e tradições, mas pouco se inseriu os demais conterrâneos, aqueles que estão na mesma região, mas não têm uma relação direta, ou talvez não saibam que tenham, com a cultura local.

Pesquisas que envolvam também o estudo da comunidade podem trazer informações sobre o sentimento de pertencimento destes com o patrimônio local, os seus vínculos e participações quanto ao turismo e patrimônio cultural local, tendo, assim, base para promover políticas públicas de incentivo à cultura local.

A memória coletiva e a identidade da comunidade são a base para o patrimônio cultural, são as pessoas que produzem e dão significados para o patrimônio. Se a comunidade não for valorizada, o patrimônio cultural que foi mercantilizado terá que ser mantido de maneira artificial, pois o cotidiano poderá mudar com o fluxo de turistas.

Esta pesquisa se destaca por trazer um estudo atualizado sobre quais caminhos que os termos pesquisados têm seguido, além de suas inter-relações. A partir disso, novos estudos podem procurar outras formas de abordagem, trazer novos setores para a discussão, utilizar metodologias diferentes. A divisão dos artigos por meio de suas principais abordagens abre caminhos para mais pesquisas se aprofundarem e extraírem mais informações a partir de casos já estudados comparando com novos estudos do assunto ou com outros casos. Dessa forma, como continuar a analisar o viés econômico do patrimônio faz com que poderes públicos e privados mercantilizem, de forma exploratória, patrimônios culturais, sem o devido respeito e inclusão das pessoas que estão no território.

REFERÊNCIAS

BARSKA, Anetta; WOJCIECHOWSKA-SOLIS, Julia. Traditional and regional food as seen by consumers – research results: the case of Poland. **British Food Journal**, [S.L.], v. 120, n. 9, p. 1994-2004, 7 ago. 2018. Emerald. <http://dx.doi.org/10.1108/bfj-01-2018-0054>.

BENNIKE, Rune. Frontier Commodification: governing land, labour and leisure in Darjeeling, India. **South Asia: Journal of South Asian Studies**, [S.L.], v. 40, n. 2, p. 256-271, 27 mar. 2017. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/00856401.2017.1289618>.

BENTIVOGLIO D, SAVINI S, FINCO A, et al. (2019) Quality and origin of mountain food products: the new European label as a strategy for sustainable development. **Journal of Mountain Science** 16(2). <https://doi.org/10.1007/s11629-018-4962-x>

BESSIÈRE, Jacinthe. 'Heritagisation', a challenge for tourism promotion and regional development: an example of food heritage. **Journal Of Heritage Tourism**, [S.L.], v. 8, n. 4, p. 275-291, 26 fev. 2013. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/1743873x.2013.770861>.

BICEN, Pelin. Shelby D. Hunt's legacy, the R-A theory of competition, and its perspective on the geographical indications (GIs) debate. **Journal Of Global Scholars Of Marketing Science**, [S.L.], v. 31, n. 2, p. 213-233, 18 fev. 2021. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/21639159.2020.1785919>.

BRASIL. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. **Periodicos CAPES Guia 2019 Oficial**. https://www.periodicos.capes.gov.br/images/documents/Portal_Periodicos_CAPES_Guia_2019_4_oficial.pdf. Acesso em: 22 de jul. 2021

CHARTERS, Stephen; SPIELMANN, Nathalie; BABIN, Barry J.. The nature and value of terroir products. **European Journal Of Marketing**, [S.L.], v. 51, n. 4, p. 748-771, 10 abr. 2017. Emerald. <http://dx.doi.org/10.1108/ejm-06-2015-0330>.

DA SILVA, Marina Jorge e SERRATA MALFITANO, Ana Paula. "Pesquisas bibliográficas nos moldes "estado da arte": produção de conhecimento científico". **Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social - ReLMIS**. Nº14. Año 7. Octubre 2017- Marzo 2018. Argentina. Estudios Sociológicos Editora. ISSN 1853-6190. Pp. 40-50, 2017.

D'EUSANIO, Manuela; LEHMANN, Annekatrin; FINKBEINER, Matthias; PETTI, Luigia. Social Organizational Life Cycle Assessment: an approach for identification of relevant subcategories for wine production in Italy. **The International Journal Of Life Cycle Assessment**, [S.L.], v. 25, n. 6, p. 1119-1132, 18 maio 2020. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s11367-020-01746-4>.

FUSTÉ-FORNÉ, Francesc. Savouring place: cheese as a food tourism destination landmark. **Journal Of Place Management And Development**, [S.L.], v. 13, n. 2, p. 177-194, 3 mar. 2020. Emerald. <http://dx.doi.org/10.1108/jpmd-07-2019-0065>.

GUARINO, R.; CUTAIA, F.; GIACOPELLI, A. L.; MENEGONI, P.; PELAGALLO, F.; TROTTA, C.; TROMBINO, G.. Disintegration of Italian rural landscapes to international environmental agreements, [S.L.], v. 17, n. 2, p. 161-172, 16 out. 2015. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s10784-015-9310-9>.

GUY, Kolleen M.. Silence and Savoir-Faire in the Marketing of Products of the Terroir. **Modern & Contemporary France**, [S.L.], v. 19, n. 4, p. 459-475, nov. 2011. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/09639489.2011.610165>.

LO, Joseph; MACINTYRE, Lisa; KALKREUTER, Britta. Investigating Markers of Authenticity: the weavers' perspective insights from a study on Bhutanese hand-woven kiratextiles. **Textile**, [S.L.], v. 14, n. 3, p. 306-325, 20 maio 2016. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/14759756.2015.1119576>.

LOFRIDA, Nathalie ; DE LUCA, Anna Irene ; STRANO, Alfio ; GULISANO, Giovanni. Social Life Cycle Assessment for agricultural sustainability: comparison of two methodological proposals in a paradigmatic perspective. **Rivista di economia agraria**, 2017-12-01, Vol.72 (3), p.223

LOPES, Celso; LEITÃO, João; RENGIFO-GALLEGO, Juan. Place branding: revealing the neglected role of agro food products. **International Review On Public And Nonprofit Marketing**, [S.L.], v. 15, n. 4, p. 497-530, 20 out. 2018. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s12208-018-0211-9>.

LOZADA, Gisele. **Metodologia científica** [recurso eletrônico] / Gisele Lozada, Karina da Silva Nunes ; [revisão técnica: Ane Lise Pereira da Costa Dalcul]. – Porto Alegre: SAGAH, 2018.

MACEDO, Marcelo Hernandez; GONÇALVES, Livia Maria Abdalla. Notas sobre os conceitos de comunidade, comunicação comunitária e

dialogia. **Comunicação & Educação**, São Paulo, Brasil, v. 19, n. 1, p. 39-49, jan./jun. 2014.

MATHEWS, Adam J.; PATTON, Matthew T.. Exploring place marketing by American microbreweries: neolocal expressions of ethnicity and race. **Journal Of Cultural Geography**, [S.L.], v. 33, n. 3, p. 275-309, 7 mar. 2016. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/08873631.2016.1145406>.

MATTAS, Konstadinos; BAOURAKIS, George; TSAKIRIDOU, Efthimia; HEDOU, Mohamed Amine; HOSNI, Hanin. PDO Olive Oil Products: a powerful tool for farmers and rural areas. **Journal Of International Food & Agribusiness Marketing**, [S.L.], v. 32, n. 4, p. 313-336, 16 jun. 2019. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/08974438.2019.1599763>.

MEDEIROS, Mirna de Lima; PASSADOR, Cláudia Souza; PASSADOR, João Luiz. Implications of geographical indications: a comprehensive review of papers listed in capes: journal database. **Rai Revista de Administração e Inovação**, [S.L.], v. 13, n. 4, p. 315-329, out. 2016. Emerald. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rai.2016.09.002>.

MILLER, Beth A.; LU, Christopher D. Current status of global dairy goat production: an overview. **Asian-Australasian Journal Of Animal Sciences**, [S.L.], v. 32, n. 8, p. 1219-1232, 1 ago. 2019. Asian Australasian Association of Animal Production Societies. <http://dx.doi.org/10.5713/ajas.19.0253>.

NIEDERLE, Paulo ; GELAIN, Jhulia. Geographical indications in Brazilian food markets: Quality conventions, institutionalization and path dependence. **Journal of Rural Social Sciences**, 28(1), 2013, pp. 26–53.

OTTER, Verena; PRECHTEL, Bianca; THEUVSEN, Ludwig. Country of Origin Effect for Food Products from Developing and Transition Countries: a pls analysis of german consumers: perception. **Journal Of International Food & Agribusiness Marketing**, [S.L.], v. 30, n. 4, p. 355-381, 2 out. 2018. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/08974438.2018.1449695>.

PAULA, Tauana Macedo de; MECCA, Marlei Salete. Valorização, preservação e promoção da cultura local através da Economia Criativa: o caso da produção do souvenir gastronômico. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, p. 121-133, ago. 2018.

PAVEL, Silvia - Mihaela. Political Implications of Preserving Traditional Rural Industries in Eastern Europe: Evidence from the Romanian Wine Sector.

Revista de Științe Politice. Revue des Sciences Politiques. n. 37-38. P. 234-245. 2013

PIZZICHINI, Lucia; TEMPERINI, Valerio; GREGORI, Gian Luca. Place branding and local food souvenirs: the ethical attributes of national parks brands. **Journal Of Place Management And Development**, [S.L.], v. 13, n. 2, p. 163-175, 17 mar. 2020. Emerald. <http://dx.doi.org/10.1108/jpmd-06-2019-0043>.

PLIENINGER, Tobias; KOHSAKA, Ryo; BIELING, Claudia; HASHIMOTO, Shizuka; KAMIYAMA, Chiho; KIZOS, Thanasis; PENKER, Marianne; KIENINGER, Pia; SHAW, Brian J.; SIOEN, Giles Bruno. Fostering biocultural diversity in landscapes through place-based food networks: a solution scan of european and japanese models. **Sustainability Science**, [S.L.], v. 13, n. 1, p. 219-233, 11 jul. 2017. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s11625-017-0455-z>.

PRATS, La viabilidad turística del patrimonio. **PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**. v. 9, n. 2, p. 249-264. 2011

RUBINI, Laretta; MOTTA, Luca; TOMMASO, Marco R. di. Quality-based excellence and product-country image: case studies on italy and china in the beverage sector. **Measuring Business Excellence**, [S.L.], v. 17, n. 2, p. 35-47, 23 maio 2013. Emerald. <http://dx.doi.org/10.1108/13683041311329429>.

SALVADO, Josefina Olívia. Boticas e o “Vinho dos Mortos”: reforçar a identidade cultural do território na experiência de enoturismo. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [S.L.], v. 11, n. 2, p. 294-319, 30 abr. 2017. ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Turismo.

SANTILLI, Juliana. The recognition of foods and food-related knowledge and practices as an intangible cultural heritage. **Demetra: food, nutrition & health**. 2015; 10(3); 585-606

SANTOS, Jaqueline Sgarbi; MENASCHE, Renata. Valorização de produtos alimentares tradicionais: os usos das indicações geográficas no contexto brasileiro. **Cuadernos de Desarrollo Rural**, [S.L.], v. 12, n. 75, p. 21, 16 mar. 2015. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

SATRIAWAN, I Ketut. Development of Small-scale Agro-tourism in the Province of Bali, Indonesia. **Advances in Environmental Biology**, 9(21) Special 2015, Pages: 9-14

SCAFFIDI, Federica. Soft power in recycling spaces: exploring spatial impacts of regeneration and youth entrepreneurship in southern Italy. **Local Economy: The Journal of the Local Economy Policy Unit**, [S.L.], v. 34, n. 7, p. 632-656, nov. 2019. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1177/0269094219891647>.

SILVA, Christianne Lobato Ramalho da; SILVA, Alfredo Rodrigues Leite da. Sociomaterialidade, Poder e Conexões em Redes de Ação no Organizar do Artesanato. **Revista de Administração Contemporânea**, [S.L.], v. 23, n. 4, p. 454-475, ago. 2019. FapUNIFESP

SLADONJA, Barbara; BRĀČIĆ, Kristina; POLJUHA, Danijela; FANUKO, Neda; GRGUREV, Marin. Introduction of Participatory Conservation in Croatia, Residents' Perceptions: a case study from the istrian peninsula. **Environmental Management**, [S.L.], v. 49, n. 6, p. 1115-1129, 11 abr. 2012. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s00267-012-9851-4>

SPIPKOVÁ, Jana; FIALOVÁ, Dana. Culinary Tourism Packages and Regional Brands in Czechia. **Tourism Geographies**, [S.L.], v. 15, n. 2, p. 177-197, maio 2013. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/14616688.2012.726268>.

STAZIO, Marialuisa. Verace Glocal Pizza. Localized globalism and globalized localism in the Neapolitan artisan pizza. **Food, Culture & Society**, [S.L.], v. 24, n. 3, p. 406-430, 23 mar. 2021. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/15528014.2021.1884400>.

STEINKE, Valéria Fernanda Serpa. O patrimônio e o turismo: um estudo sobre a construção da ideia de patrimônio mundial (UNESCO, 1960-1980)/ Valéria Fernanda Serpa Steinke; orientadora Dra. Ilanil Coelho; coorientadores Dr. Felipe Borborema Cunha Lima e Dr. Fernando Cesar Sossai. – Joinville: UNIVILLE, 2020.

KARELAKIS, Christos; LOIZOU, Efstratios; CHATZITHEODORIDIS, Fotios; MATTAS, Konstadinos. Assessing policy impacts on the economy of European insular rural regions: the case of the smaller aegean islands programme. **European Planning Studies**, [S.L.], v. 28, n. 9, p. 1771-1789, 6 nov. 2019. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/09654313.2019.1687655>.

KATELIEVA, Maria; MUHAR, Andreas; PENKER, Marianne. Nature-related knowledge as intangible cultural heritage: safeguarding and tourism utilisation in Austria. **Journal Of Tourism And Cultural Change**, [S.L.], v. 18, n. 6, p. 673-689, 20 nov. 2019. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/14766825.2019.1693581>.

KOHSAKA, Ryo; MATSUOKA, Hikaru; UCHIYAMA, Yuta; ROGEL, Marie. Regional management and biodiversity conservation in GIAHS: text analysis of municipal strategy and tourism management. **Ecosystem Health And Sustainability**, [S.L.], v. 5, n. 1, p. 124-132, 2 jan. 2019. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/20964129.2019.1610336>.

RECEBIDO EM: 21/11/2022

PARECER DADO EM: 27/01/2023



www.revistafenix.pro.br