

INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO  
DEPARTAMENTO DE PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM  
TURISMO

ANTONIO CARLOS CORRÊA

UMA PROPOSTA DE COMUNICAÇÃO PARA A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA  
DIVINA PASTORA DA RENDA IRLANDESA

ARACAJU  
NOVEMBRO/2023

ANTONIO CARLOS CORRÊA

UMA PROPOSTA DE COMUNICAÇÃO PARA A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA  
DIVINA PASTORA DA RENDA IRLANDESA

Produto Tecnológico apresentado ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe, como obtenção do título de Mestre em Turismo.

Linha de Pesquisa: 01 - Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação

Orientadora: Dra. Ilka Maria Escalante Bianchini

ARACAJU  
NOVEMBRO/2023

Corrêa, Antônio Carlos.  
C824p Uma proposta de comunicação para indicação geográfica Divina Pastora da renda irlandesa. / Antônio Carlos Corrêa. – Aracaju, 2023.  
21p.: il.

1. Turismo – Indicação geográfica. 2. Turismo Cultural. 3. Turismo – Renda Irlandesa. I. Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Sergipe - IFS. II. Bianchini, Ilka Maria Escalante III. Título.

CDU: 338.48

## PRODUTO TECNOLÓGICO



# RENDA IRLANDESA

DIVINA PASTORA - SE



Site Oficial no ar

[RENDAIRLANDESAOFICIAL.COM.BR](http://RENDAIRLANDESAOFICIAL.COM.BR)

## 1.1 Estrutura do website da IG Divina Pastora Renda Irlandesa

O projeto do website para a ASDEREN considerou que este canal de comunicação deveria permitir acesso e entendimento sobre a história da produção da Renda Irlandesa de Divina Pastora, a organização das rendeiras, as suas conquistas como patrimônio, o seu reconhecimento como uma IG, além de funcionar como uma vitrine digital para exposição de seus produtos, com vistas à sua comercialização. O objetivo também atentou para uma interface de fácil acesso e com uma estética agradável. Neste contexto, o planejamento do projeto foi dividido em quatro etapas para melhor organizar a execução das tarefas, a saber: definição, arquitetura, design e implementação, conforme apresentado no Quadro 1.

O projeto gráfico adotado para o website foi realizado a partir de um template básico disponível no Wix.com e com a inclusão detalhada de mais informações específicas da Renda Irlandesa foi possível traçar o aspecto estético, as diretrizes formais, a arquitetura da informação e conceitos a serem considerados para a criação do site.

Houve a preocupação e o cuidado com a compatibilidade entre o projeto gráfico e os diferentes tipos de plataformas e navegadores para que o mesmo não perdesse a sua qualidade nos quesitos eficiência e acessibilidade. Para o conteúdo imagens foram utilizadas as imagens do banco de dados disponibilizado pela ASDEREN e também por imagens coletadas durante esta pesquisa.

Quadro 1. Etapas do planejamento para construção do website da ASDEREN

Etapa	Descrição
Definição	Elaboração do briefing contendo a definição das informações a serem apresentadas; organização de documentos em pastas e subpastas; criação de banco de imagens e definição das fontes.
Arquitetura	Definição da estrutura do site, propriamente dito. Detalhamento a análise do conteúdo levantado na etapa anterior, determinando a relevância de cada material recolhido, a estrutura da informação e estabelecimento da prioridade dos dados a serem apresentados. Destaca-se que a mensagem pretendida

	norteou a estrutura da informação com seus agrupamentos de conteúdo e a organização da arquitetura. Nesta etapa foi definida a visualização em diferentes mídias, a interatividade e a navegabilidade.
Design	A elaboração gráfica: foi realizada pesquisa prévia em websites de IG brasileiras e lojas que comercializam produtos artesanais similares com intuito de obter referências. O processo de coleta de imagens e fotografias, além de pesquisas documentais, contou com a colaboração da própria ASDEREN que já possuía um banco de imagens. As imagens foram tratadas e salvas em formato PNG (Portable Network Graphic, em português gráficos portáteis de rede).
Implementação	Nesta etapa deu-se o início aos testes e ajustes do website. Dentre os pontos importantes da fase dos testes, destaca-se a verificação de todos os links, a interface em diferentes browsers e versões e também em diferentes modos de configuração de monitor. Como ferramenta digital para a montagem prévia do site, a plataforma Wix.com foi utilizada pelo fato de oferecer uma interface acessível, interativa e intuitiva. Todas as proposições de conteúdo, arquitetura da informação e layout foram configuradas nesta plataforma, visando mais agilidade no processo de criação e decisão dos itens gráficos/textuais e de navegação.

Fonte: elaborado pelo autor (2023)

A descrição de como foram utilizados os principais elementos para elaboração do design digital, estão apresentados no Quadro 2. Ressalta-se que os elementos estéticos sempre foram utilizados em harmonia com a identidade visual da ASDEREN.

Quadro 2. Descrição dos elementos utilizados para o design digital do website

<b>Elementos de design</b>	<b>Descrição dos critérios para utilização</b>
Tamanho da tela	Tela de computador (orientação paisagem) Tela de celular (orientador retrato)
Ícones	Representativos de informações rotineiras já conhecidas pelo usuário
Plug-in	O site não requer a instalação de plug-in pelo usuário final.
Fontes	Simples e de fácil leitura
Peso da imagem	As imagens de alta resolução foram convertidas em PNG
Texto	Sucinto, claro e objetivo para entendimento do usuário
Cores	Palheta padrão de 256 cores (disponível para uso)

Fonte: elaborado pelo autor com base em Baptistella e Barcellini (2000)

A elaboração do layout da página principal do website, denominada *homepage*, teve o objetivo de uma apresentação geral ao usuário, mostrando como navegar pelo site e indicando quais os assuntos que estão disponíveis. Por se tratar do primeiro contato do usuário com o site, houve a preocupação de um destaque maior para gerar um impacto positivo e estimular o usuário a continuar a sua navegação na página, de forma fácil e intuitiva, como se fosse o índice de um livro ou a recepção de uma empresa, conforme explicam Baptistella e Barcellini (2000):

A ideia de Home Page vem de um dos primeiros sistemas de Hipertexto e Hypercard, da Apple. Era uma espécie de fichário digital em que o usuário podia ver os registros em sequência (o próximo ou o anterior) ou voltar para a primeira ficha, chamada de Home. A ideia era que se você estava perdido, poderia voltar para casa (BAPTISTELLA e BARCELLINI, 2000).

Para auxiliar no uso da *homepage* foi utilizado um menu âncora horizontal, informando visualmente a localização da informação e campo de navegação. Para um melhor entendimento sobre a estrutura de navegação do website, a Figura 1 ilustra as seções do menu superior e suas subseções correspondentes.

Figura 1. Organização das informações do website da ASDEREN



Fonte: elaborado pelo autor (2023)

Como pode ser verificado na figura apresentada, as seções do menu superior foram organizadas de modo a dispor as informações importantes para o usuário, considerando-o um cliente em potencial para consumir os produtos comercializados pela ASDEREN. O layout foi apresentado para os principais gestores da ASDEREN, que tiveram a oportunidade de dar suas opiniões sobre o projeto gráfico adotado, sobretudo quanto a disposição das informações no site.

A estrutura das informações foi organizada por relevância e pontos em comum, sendo que a arquitetura do design foi utilizada sempre de acordo com a arquitetura das informações. A partir das categorias de conteúdo foi feita a subdivisão do menu nas seguintes seções, sempre acompanhados do cabeçalho e rodapé fixos:

### 1.1.1 Cabeçalho

- Logomarca (canto superior esquerdo da tela)
- Seções (distribuídas e nominadas)

Figura 2. Print do website da ASDEREN - Cabeçalho fixo



Fonte: elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2023)

### 1.1.2 Renda Irlandesa

- A Renda Irlandesa de Divina Pastora;
- Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil que foi incluído no Livro do Registro dos Saberes em 2008;

- Indicação Geográfica em 2012

Figura 3. Print da página inicial do website da ASDEREN - Renda Irlandesa



Fonte: elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2023)

Figura 4. Print do website da ASDEREN – Patrimônio Cultural Imaterial e Indicação Geográfica

**Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil**

É foi assim que a tradicional Renda (rendas de Divina Pastora) ficando cada vez mais famosa e em 2008, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), reconheceu o seu modo de fazer como Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil e incluiu no Livro do Registro dos Saberes.

Sua notoriedade e qualidade permitiram o registro de sua Indicação Geográfica pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) no ano de 2012, garantindo a proteção dessa tradição e contribuindo para a abertura de novos mercados com maior valorização do trabalho das rendadeiras locais.

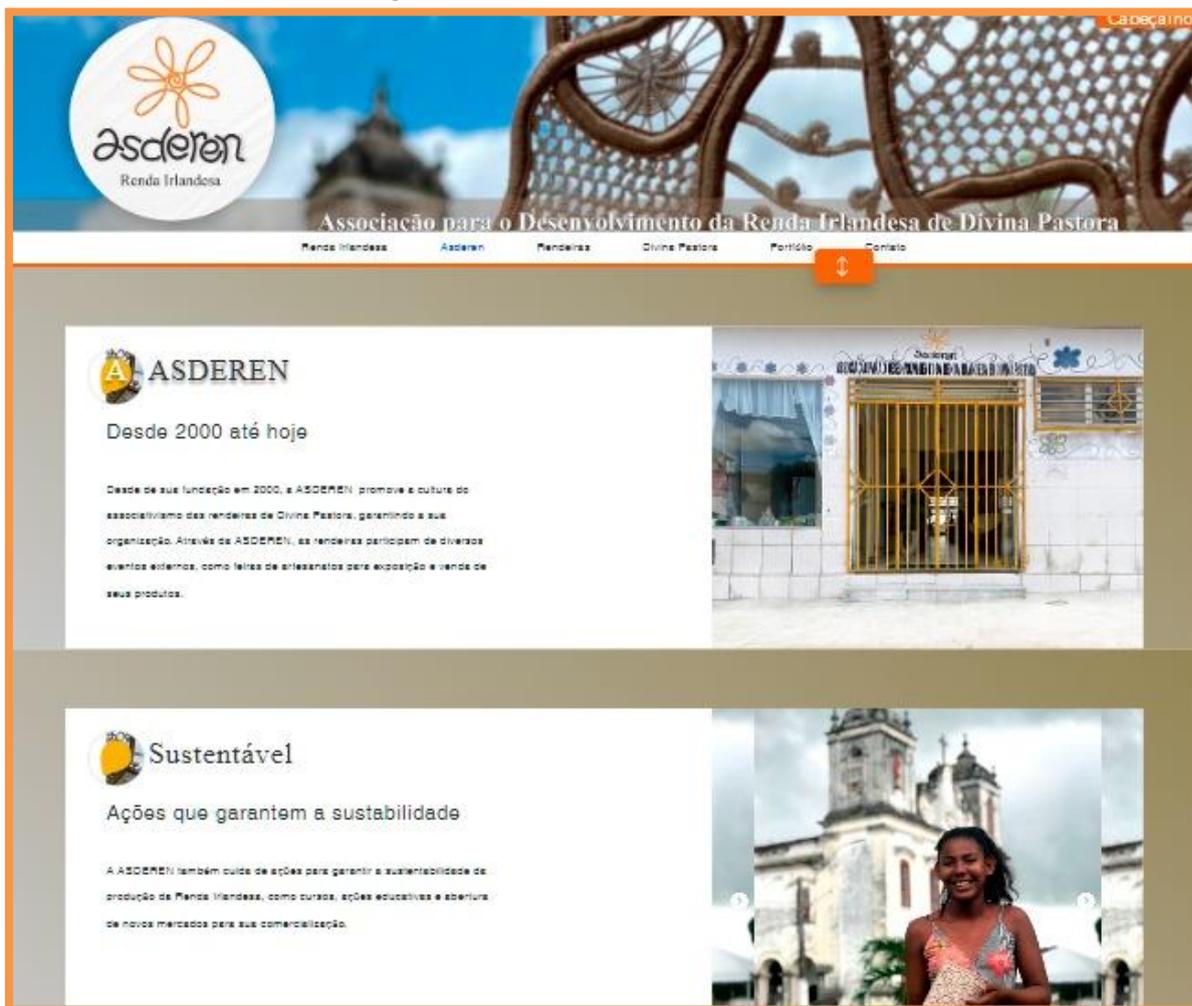
Preço: Denúlio Vargas, 125 | Divina Pastora - SE - Brasil | CEP 48.850-000  
 asderen.sp@hotmail.com  
 +55 79 9 8833 0620  
 © 2023 asderen

Fonte: elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2023)

### 1.1.3 ASDEREN

- Breve história da ASDEREN
- As associadas da ASDEREN
- Ações da ASDEREN
- Sustentabilidade da ASDEREN

Figura 5. Print do website da ASDEREN

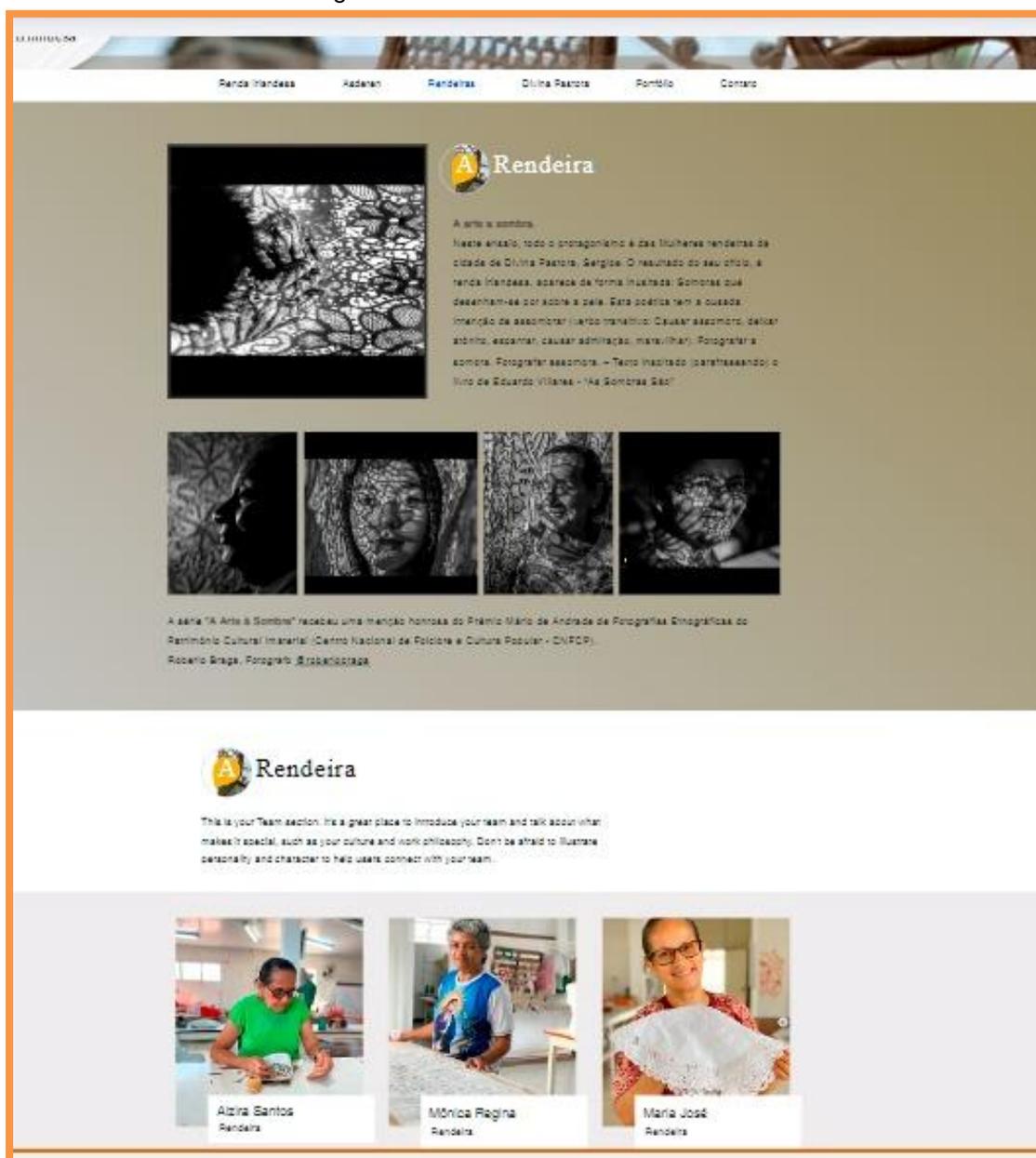


Fonte: elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2023)

### 1.1.4 Rendeiras

- Ensaio fotográfico das rendeiras e suas rendas: “A Arte à Sombra”
- Citação da menção honrosa do Prêmio Mário de Andrade de Fotografias Etnográficas do Patrimônio Cultural Imaterial (Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular - CNFCP) para o fotógrafo Roberio Braga.
- Apresentação das rendeiras

Figura 6. Print do website da ASDEREN

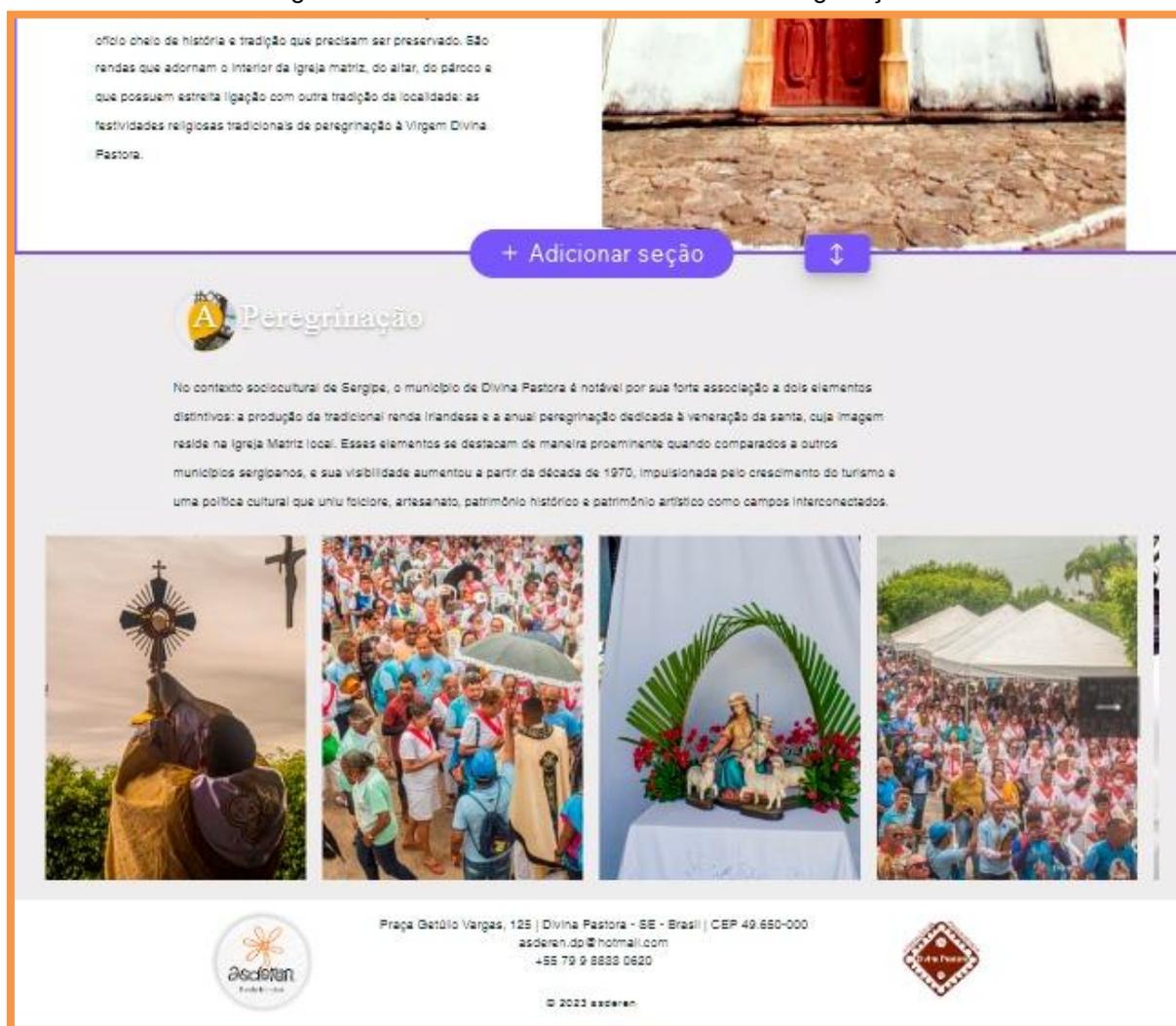


Fonte: elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2023)

### 1.1.5 Região

- Breve histórico do município de Divina Pastora
- Apresentação das festividades religiosas tradicionais de peregrinação à Virgem Divina Pastora, que tem a sua imagem residente na Igreja Matriz do município;
- Localização com link do Google Maps

Figura 7. Print do website da ASDEREN - Peregrinação

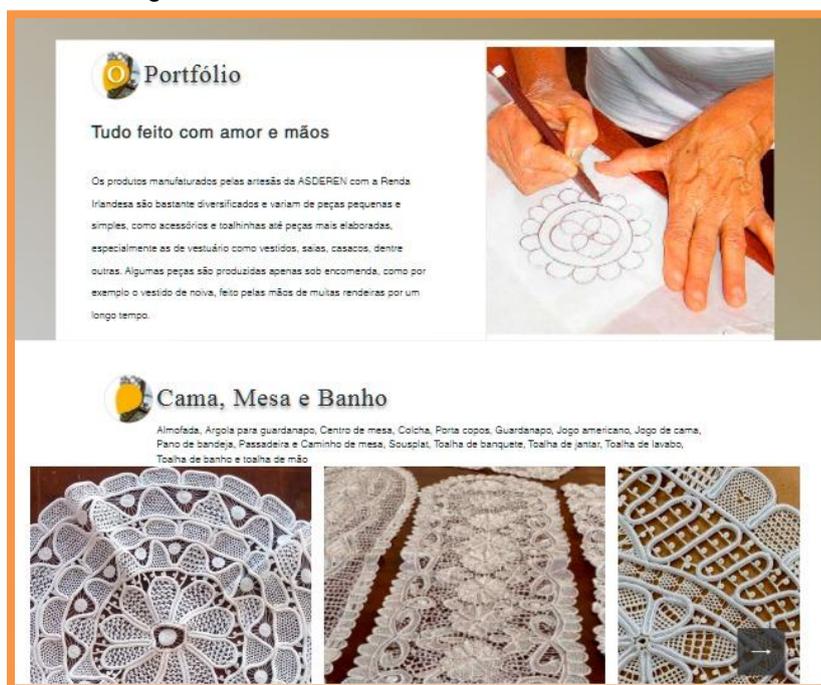


Fonte: elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2023)

### 1.1.6 Portfólio

- Apresentação das peças de Renda Irlandesa

Figura 8. Print do website da ASDEREN - Portfólio



Fonte: elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2023)

Figura 9. Print do website da ASDEREN - Portfólio



Fonte: elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2023)

### 1.1.7 Rodapé - Contato

- Logomarca ASDEREN
- Endereço e rede social
- Logomarca da Indicação de Procedência

Figura 10. Print do website da ASDEREN - Rodapé fixo



Fonte: elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2023)

Após os ajustes requeridos pelos gestores e a aprovação final do website, deu-se o início da fase de implementação e verificação da usabilidade pelos usuários, que novamente participaram os gestores (considerados aqui como usuários internos) e mais cinco pessoas de diferentes localidades, que não tinham nenhum tipo de relacionamento com a ASDEREN (considerados como usuários externos). O feedback dos dois grupos, usuários internos e usuários externos, foi importante para os ajustes finais e finalização do site. A proposta do autor, é que ações periódicas de ajustes sejam realizadas, com a intenção de melhorar cada vez mais o processo de navegação no site.

## 2 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados alcançados neste estudo, permitiram a construção de um conhecimento acadêmico científico sobre a Indicação Geográfica Divina Pastora da Renda Irlandesa, com foco na sua comunicação.

Verificou-se o cenário dos registros de IG já concedidos no Brasil e mais especificamente aqueles que utilizam o website para a divulgação de seus produtos, bem como os conteúdos disponibilizados neste canal de comunicação, que de certa

forma foram utilizados como referências para o presente estudo.

A pesquisa de campo, baseada em entrevista com a gestora da ASDEREN, o acesso ao banco de imagens da associação, juntamente com as pesquisas documentais e bibliográficas permitiram reunir as informações relevantes para apresentar uma proposta estratégica de comunicação.

Dessa forma, realizou-se o planejamento e execução da criação de um website para a ASDEREN, com foco na divulgação da IG Divina Pastora da Renda Irlandesa como uma ferramenta de inovação para o produto, bem como na promoção do Turismo Cultural deste artesanato que já é reconhecido como Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil.

Entende-se o website como o produto final desta pesquisa que teve a intenção de organizar, preservar e melhorar a divulgação das informações relevantes da IG Divina Pastora e o seu potencial turístico, ampliando a sua visibilidade através do uso de uma solução tecnológica inovadora de comunicação. E em consequência, contribuir para o desenvolvimento da região, sobretudo das rendeiras artesãs e de suas famílias.

## REFERÊNCIAS

AMA. American Marketing Association, 2022. Disponível em: <<https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>>. Acesso em: 15 Nov 2022.

ARAÚJO, C. A. Á. Problematizando o conceito de "meio" de comunicação. **e-Com**, v.1, n.1, 2007. Disponível em: <<https://revistas.unibh.br/ecom/article/view/486>>. Acesso em: 15 Jul 2023.

ASDEREN. Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora. **Regulamento da Indicação Geográfica de Agulha e Lacê "Renda Irlandesa" de Divina Pastora**, 2009. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/cadernos-de-especificacoes-tecnicas/DivinaPastora.pdf>>. Acesso em: 28 Jul 2023.

BAPTISTELLA, F. M.; BARCELLINI, G. M. B. Desenvolvimento de Websites. **Centro de Computação UNICAMP**, São Paulo, Brasil, 2000.

BARBOSA, L. G. M.; MARTELOTTE, M. C.; ZOUAIN, D. M. Os impactos econômicos do turismo no município do Rio de Janeiro e suas implicações no desenvolvimento local. **Revista Turismo-Visão e Ação**, Itajaí, set/dez 2006. 397-409.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 6a. edição. ed. São Paulo: SENAC, 2001.

BIANCHINI, I. M. E. **Modelo de estratégias de gestão para utilização em indicação geográfica de rendas e bordados**. Tese de Doutorado. Programa de Pós Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual. Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão: [s.n.]. 2019.

BIANCHINI, I. M. E. et al. **Turismo e indicação geográfica**: possibilidades para o incremento do turismo. In: International Symposium on Technological Innovation-ISTI/SIMTEC. Aracaju/SE: [s.n.]. 2016. p. 547-554.

BIANCHINI, I. M. E.; RUSSO, S. L. Intellectual Property and regional development: handicraft with Geographical Indication in Brazil. **Revista INGI-Indicação Geográfica e Inovação**, v.3, n.2, 2019. 333-247. Disponível em: <Intellectual Property and regional development: handicraft with Geographical Indication in Brazil. Revista INGI-Indhttp://ingi.api.org.br/index.php/INGI/article/view/46.>. Acesso em: 28 Jul 2023.

BRASIL. Lei 9.279 de 14 de maio de 1996. Regula Direitos e Obrigações Relativos à Propriedade Industrial. **Diário Oficial da União: seção 1, Brasília/DF, p. 8353**, 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil\_03/leis/l9279.htm>. Acesso em: 04 Jun 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo (MTUR). Segmentos do Turismo., 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/segmentacao-do-turismo.>. Acesso em: 15 Nov 2022.

CAPOBIANCO, L. A revolução em curso: Internet, Sociedade da Informação e Cibercultura. **Estudos em Comunicação**., n. 7, v. 2, p. 175-193, 2010. Disponível em: <http://ec.ubi.pt/ec/07/vol2/capobianco.pdf.>. Acesso em: 17 Jul 2023.

CARVÃO, S. Tendências do turismo internacional. **Exedra: Revista Científica**, n. 4, p. 17-32, 2010.

COLNAGO, C. K. **Comunicação para os pequenos negócios: proposta de modelo de aplicação prática para posicionamento em mídias e redes sociais digitais. 2014.** Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Metodista. São Bernardo do Campo/SP. 2014.

CORRÊA, G. P.; SOARES, V. D. IDENTIDADE VISUAL: técnicas e processos de criação. **Revista Práxis-Teoria e prática publicitária**, v. 2, n. 1, p. 5-14, 2019.

DALLABRIDA, V. R.; TOMPOROSKI, A. A.; SAKR, M. R. Do marketing territorial ao branding de território: concepções teóricas, análises e perspectivas para o Planalto Norte Catarinense. **Revista Interações**, Campo Grande, v. 17, p. 671-685, 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.20435/1984-042X>>. Acesso em: 19 Jul 2023.

DE CASTRO, D.; MARANHÃO, L.; SOUSA, J. O conceito de internet na pesquisa em comunicação no Brasil. *Razón y Palabra*, n. 84, 2013. **Razón y Palabra**, n. 84, 2013. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199528904037>>. Acesso em: 29 Jul 2023.

DE MELLO, J. C. Na trilha do INPI: registro de Indicação Geográfica (IG) e inovação no artesanato brasileiro. **Ideias e Inovação-Lato Sensu**, v. 2, n. 3, 2015. Disponível em: <<https://periodicos.set.edu.br/ideiaseinovacao/article/view/1778>>. Acesso em: 13 Jul 2023.

DE OLIVEIRA, H. S. Documentos e fontes: mulher rendeira e a renda irlandesa de Divina Pastora (SE). **Revista Outras Fronteiras**, v. 7, n. 2, p. 163–177, 2020. Disponível em: <<https://periodicoscientificos.ufmt.br/outrasfronteiras/index.php/outrasfronteiras/articloe/view/419>>. Acesso em: 29 Jul 2023.

DIAS, R. C. M. **Fundamentos do Marketing Turístico**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

FAO. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Strengthening

sustainable food systems through geographical indications., 2018. Disponível em: <[http://www.fao.org/3/I8737EN/i8737en.pdf?utm\\_content=buffer61b16&utm\\_medium=socia.](http://www.fao.org/3/I8737EN/i8737en.pdf?utm_content=buffer61b16&utm_medium=socia.)>. Acesso em: 15 Nov 2022.

FERNANDES, D.; VILLEGAS, G. M. L. G. C. Processo de criação de websites: um estudo de caso do site IESAM. **Revista Dito Efeito**, v. 4, n. 4, 2013. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/de/article/view/2129>>. Acesso em: 13 Jul 2023.

FERNANDES, L. R. et al. Indicação Geográfica. In: SILVA, G. F. D.; RUSSO, S. L. **Capacite**: os caminhos para a inovação tecnológica. São Cristóvão: UFS, 2014. Disponível em: <<https://www.api.org.br/bancodearquivos/uploads/18095-livro-online-completo.pdf>>. Acesso em: 15 Nov 2022.

GOELDNER, C. R.; RITCHIE, J. R. B.; MCINTOSH, R. W. **Turismo, Princípios, Práticas e Filosofias**. 8a. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

HASSIB, R.; IBTISSEM, S. Territorial marketing: A tool for developing the attractiveness of territories. **A| Z ITU JOURNAL OF THE FACULTY OF ARCHITECTURE**, v. 15, n. 3, p. 61-69, 2018.

HOUAISS, A. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2004.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2022. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 16 Nov 2022.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo**. 2a. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

INFOGRAPHYA. Canais, Meios e Veículos de Comunicação, 2023. Disponível em: <<https://infographya.com.br/canais-meios-e-veiculos-de-comunicacao-quais-as-diferencas/>>. Acesso em: 15 Jul 2023.

INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial, 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br>>. Acesso em: 08 Abr 2022.

IPHAN. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Dossiê IPHAN 13: Modo de Fazer da Renda Irlandesa, tendo como referência o ofício em Divina**

**Pastora**. Brasília/DF, p. 168. 2014.

KOTLER, P.; ARSMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 15a. ed. [S.l.]: Pearson, 2015.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0**: Mudança do tradicional para o digital. Coimbra: Actual, 2017.

LANZARIN, L. J.; ROSA, M. O. LANZARIN, Lovenir José; ROSA, Marisa Olicéia. Marketing pessoal: uma poderosa ferramenta para ser um profissional de sucesso. **Revista Científica Semana Acadêmica, Fortaleza**, v. 1, n. 12, p. 1-14, 2013.

LIMA, F. R.; GOMES, R. Conceitos e tecnologias da Indústria 4.0: uma análise bibliométrica. **Revista Brasileira de Inovação**, v. 19, 2021.

LINS, B. F. E. A evolução da Internet: uma perspectiva histórica. **Cadernos ASLEGIS**, n. 48, Janeiro/Abril, 2013. Disponível em: <<https://www.aslegis.org.br/todas-as-edicoes-artigos/106-caderno-aslegis-48>>. Acesso em: 13 Jul 2023.

MAIA, B. I.; OLIVEIRA, M. A.; FUTAMI, A. H. Inovação nos Canais de Comunicação como Forma de Comercialização. **Revista de Administração e Negócios da Amazônia**, v. 11, n. 4, p. 44-64, 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.18361/2>>. Acesso em: 27 Jul 2023.

MAIORKI, G. J.; DALLABRIDA, V. R. A indicação geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial. **Interações**, Campo Grande, v. 16, n. 1, p. 13-25, 2015.

MARCONI, M. D. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5a. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MASCARENHAS, G.; WILKINSON, J. Indicações geográficas em países em desenvolvimento Potencialidades e desafios. **Revista Política Agrícola**, Ano XXIII, no 2, 2014.

MELLO, J. C. D.; SILVA, E. P. S. Artesanato de renda irlandesa em Sergipe: histórias de vida, histórias de ofício. **Histórias, histórias**, v. 2, n. 4, p. 131–148, 2015. Disponível em: <<https://periodicos.unb.br/index.php>>. Acesso em: 09 Set 2023.

MELO, F. B. **Turismo sustentável: diretrizes e fundamentos**. Brasília/DF: MARTIELLI, 2008.

MICHAELIS. Michaelis on-line. Dicionário da língua portuguesa online, 2023. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/comunica%C3%A7%C3%A3o/>>. Acesso em: 31 Jul 2023.

MOLINARI, G. T. **A construção social da qualidade e o desenvolvimento: um estudo na microrregião produtora de vinhos finos Vale dos Vinhedos**. Dissertação (Mestrado em Agronegócio) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2011.

NIEDERLE, P. A.; MASCARENHAS, G. C. C.; WILKINSON, J. Governança e Institucionalização das Indicações Geográficas no Brasil. **Rev. Econ. Sociol. Rural**, v. 55, n. 1, p. 85-102, 2017.

OLIVEIRA, F. R.; MAZIERO, R. C.; ARAÚJO, L. S. D. UM ESTUDO SOBRE A WEB 3.0: evolução, conceitos, princípios, benefícios e impacto. **Revista Interface Tecnológica**, v. 15, n. 2, p. 60–71, 2018. Disponível em: <<https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/492>>. Acesso em: 17 Jul 2023.

OMT. Organização Mundial do Turismo, 2023. Disponível em: <<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>>. Acesso em: 17 Out 2023.

RODRIGUES, B. **Webwriting: Redação & Informação na Web**. Rio de Janeiro: Brasport, 2006. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=2jwK0Dey\\_0oC&oi=fnd&pg=PA1&dq=+Rodrigues,+B.+Webwriting-Reda%C3%A7%C3%A3o+%26+Informa%C3%A7%C3%A3o+para+a+Web.+Brasport,+2006.+&ots=mNLic2Agdz&sig=ak9Uh7MuOOB6wzqPMA-uJw\\_iKqE#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=2jwK0Dey_0oC&oi=fnd&pg=PA1&dq=+Rodrigues,+B.+Webwriting-Reda%C3%A7%C3%A3o+%26+Informa%C3%A7%C3%A3o+para+a+Web.+Brasport,+2006.+&ots=mNLic2Agdz&sig=ak9Uh7MuOOB6wzqPMA-uJw_iKqE#v=onepage&q&f=false)>. Acesso em: 18 Out 2023.

SERGIPE, O. D. Mapa da Divisão Política de Sergipe 2020., 2020. Disponível em: <<https://docs.observatorio.se.gov.br/wl/?id=jeMiBmdR9IGiDp5a2U2zDXRBW0QXe3Ye&path=DIVIS%C3%83O%20POL%C3%8DTICA%20DE%20SERGIPE.png&mode=default>>. Acesso em: 31 Jul 2023.

SILVA, A. A.; DA SILVA, G. F. Regional Development through the Lens of Geographical Indications in Northeast Brasil. **Revista Cerrados**, v. 21, n. 01, p. 135-169, 2023.

SOUZA, G. D. C. **Turismo Sustentável como Alternativa de Desenvolvimento e Conservação do Meio Ambiente em Picãozinho. 2008.** Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente). Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa/PB. 2008.

TRIGO, L. G. G. **Turismo Básico.** 3a. ed. São Paulo: SENAC, 1999.

VALENTE, M. E. R.; PEREZ, R.; FERNANDES, L. R. R. D. M. V. O processo de reconhecimento das indicações geográficas de alimentos e bebidas brasileiras: regulamento de uso, delimitação da área e diferenciação do produto. **Ciência Rural**, Santa Maria/RS, v. 43, n. 7, 2013.

VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. Evoluindo para uma nova lógica dominante de marketing. **Jornal de Marketing**, v. 68, n. 1, p. 1-17, 2004.