

DIVERSIDADE MINERAL NO BRASIL E GEOTURISMO

Antonio Liccardo

O Brasil é um dos grandes produtores de gemas do planeta e conhecido internacionalmente por isto. De fato em sua imagem turística, de terra com múltiplas cores e matizes, as gemas de cor estão firmemente associadas como produto de exportação. O consumo de objetos por turistas que visitam o Brasil é computado como um dos meios de exportação, ou seja, atividade que traz divisas para o país.

Com uma história muito rica de mineração de minerais preciosos, o Brasil se destaca em termos do que se conhece hoje por geodiversidade.

Mínerais gemológicos de quase todas as espécies são encontrados em todas as regiões do país. Desde os relatos dos primeiros viajantes europeus que aqui estiveram no século XIX como John Mawe, Saint Hilaire, Spix e Martius e até o Barão de Eschwege, que implantou a primeira mina de ouro do Brasil (a Mina de Passagem, em Minas Gerais), a descrição de minerais raros e gemas espetaculares vem atraindo a curiosidade de estrangeiros. Durante 140 anos (1720 – 1860) o Brasil foi o maior, ou praticamente único, fornecedor de diamantes no mundo, os quais foram usados em quase todas as coroas da Europa.



Entre os minerais gemológicos produzidos no território brasileiro destacam-se por sua quantidade a ametista, ágata, água-marinha e até mesmo esmeraldas, já que hoje o Brasil detém várias jazidas em produção (Minas Gerais, Goiás, Bahia, Tocantins e Rio Grande do Norte). Também em termos qualitativos o Brasil apresenta grandes destaques como a alexandrita, gema de extrema raridade, ou o topázio imperial, produzido unicamente em Ouro Preto, Minas Gerais.

A variedade e quantidade de minerais raros e gemas que o Brasil produz constitui uma importante delicada faceta do patrimônio geológico nacional. Para se conhecer sobre o conteúdo mineralógico é preciso extraí-lo, ao contrário de outros aspectos da geodiversidade. Este material possui um valor econômico significativo e, mais ainda, um valor imaterial ligado à cultura da mineralogia científica e da gemologia. Conhecer as sutilezas deste segmento geocientífico costuma exercer um fascínio em profissionais e leigos. Gemas são um forte atrativo turístico apenas pelo fascínio, sem que lhe seja agregado algum valor cultural, normalmente.





O turismo como segmento econômico é bem mais recente na história do país e até mesmo em termos mundiais é um fenômeno moderno. Durante décadas (no século XX) os esforços políticos para a implantação desta atividade concentraram-se na infra-estrutura (hotelaria, transporte, alimentação) em locais com potencial natural de visitação. Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu ou Salvador são até hoje os grandes pólos de atração para o turismo estrangeiro, que está ligado à existência de belezas naturais e/ou locais de lazer (sol/praias). Recentemente, porém, aconteceram mudanças no direcionamento político do setor turístico, baseadas na evolução do turismo, do turista e da consciência mundial. Um dos principais sintomas foi a segmentação do setor. Novas variantes de turismo, como o ecoturismo, turismo religioso, turismo rural, cultural ou gastronômico revelam uma especialização e um novo perfil do visitante. Neste contexto, o mais recente destes segmentos é o geoturismo, que procura funcionar como elo entre o ecoturismo e o turismo cultural.

A primeira definição de geoturismo surgiu na Inglaterra (Hose, 1995), propondo “facilitar o entendimento e fornecer facilidades de serviços para que turistas adquiram conhecimentos da geologia e geomorfologia de um sítio, indo além de meros espectadores de uma beleza estética”. A ideia do geoturismo é agregar o conhecimento científico ao patrimônio natural de forma agradável e compreensível, valorizando-o e possibilitando que aconteça uma visitação turística de modo sustentável (Nascimento et al. 2008). Neste sentido, o conhecimento gemológico (mineralógico e geológico), além de oferecer esta informação científica agregada ao atrativo, pode ser utilizado como o próprio atrativo. Qualquer comerciante sabe que a informação sobre gemas pode ser o principal motivo causador de vendas.



O turismo mineral já funciona no Brasil há muitas décadas, porém de maneira empírica e desorganizada. Grupos de mineralogistas amadores, cientistas, colecionadores, joalheiros e comerciantes já visitam as principais minerações de gemas há muito tempo e mostram como característica marcante um intenso comércio local, movimentando a economia em locais de extração artesanal (garimpos). O turismo mineral ou gemológico tem como atrativo um dos aspectos da geodiversidade e une a informação mineralógica ao fator estético, ao conhecimento da natureza e à geração de renda.



SOBRE O AUTOR:
Antonio Liccardo é geólogo e professor no Depto de Geociências da Universidade Estadual de Ponta Grossa - PR. Com formação em mineralogia e gemologia desenvolve pesquisas em geodiversidade e turismo mineral