



TURISMO DE CONTEMPLAÇÃO EM SANTA VITÓRIA DO PALMAR/RS: UMA PESQUISA DE DEMANDA

Cláudia Brandão Schwab¹
Gabriel Silveira Martins²

Universidade Federal do Rio Grande – FURG

Resumo: O objetivo deste estudo é apontar alternativas viáveis de transformação do município de Santa Vitória do Palmar, no extremo sul do Rio Grande do Sul, em um destino de turismo alternativo de bases sustentáveis. Para tal, foi realizada uma pesquisa de demanda com os turistas que transitavam pela Aduana Brasileira no Município de Chuí/RS durante o feriado da Semana Santa, no Brasil e *Semana del Turismo*, no Uruguai, em março de 2013, além servidores públicos pertencentes aos quadros da Receita Federal do Brasil. Os questionários do tipo quantitativo e mistos, foram aplicados aos turistas de forma direta e enviados por *e-mail* aos servidores da Receita Federal. Os dados levantados apontam para uma aceitação maciça da proposta e serão utilizados para um posterior estudo visando a implementação deste tipo de turismo no Município.

Palavras-chave: Turismo contemplativo; pesquisa de demanda; desenvolvimento local.

Introdução

O município de Santa Vitória do Palmar, localizado no extremo sul do Rio Grande do Sul, historicamente latifundiário e agropastoril enfrentou na década de 80 do século XX uma grave crise econômica e social, motivada por desequilíbrios no setor agrário. Desde então, houve uma marcante migração de mão-de-obra rural para o meio urbano. Grande parte da população em idade economicamente produtiva mantém-se afastada do mercado de trabalho, ocorrendo também migração de jovens para outros municípios em busca de melhores oportunidades de trabalho. Em 2008, 86,8% da população do município vivia na zona urbana e apenas 13,20% na zona rural (UCPEL, 2009). Segundo dados do IBGE (2010), a população sofreu uma queda de 34.462 para 30.910 habitantes entre 1991 e 2010, sendo registrados os menores índices entre os

¹ Licenciada em Letras Português/Espanhol – UNITINS; pós-graduanda em LIBRAS – FAEL; graduanda do curso de Turismo Binacional – FURG; claudiaschwab@furg.br

² Graduando do Curso de Turismo Binacional – FURG; gabriel.silveira@yahoo.com.br



homens de idade entre 20 e 40 anos. Outro dado importante é que Santa Vitória do Palmar é considerado o município mais desigual em distribuição de renda no RS (KUHNS ET AL, sd.).

Dentro deste quadro, o turismo surgiu como uma alternativa salvadora no discurso dos representantes do poder público municipal que, apesar disso, transcorridos trinta anos do início da crise, ainda não conseguiram fazer com que, de fato, o turismo interfira na economia local de forma efetiva. Em 1992, o historiador Péricles Azambuja (1992, p. 45) afirmava: “O turismo será, com a culminação de relevantes objetivos, o símbolo mais expressivo de uma nova etapa econômica e social para Santa Vitória e Chuí, a ocupar o mais alto de sua plena realização”. No mesmo trabalho, relacionando as ações da Prefeitura Municipal na gestão então vigente, relata:

No que se refere ao Turismo (...) a prefeitura gestionou o concurso de atividades diversas – arte, desporto e competições culturais – capazes de suscitar o interesse para as coisas belas da terra dos Palmares, no propósito de atrair visitantes do país e do Prata. No entanto, o município ressentia-se de uma infraestrutura turística suficientemente capaz de embasar esses procedimentos que lhe poderão carrear apreciáveis recursos financeiros (...) O prefeito (...) na preocupação de formular uma equação de longo alcance para a Barra do Chuí tem estudado um projeto de criação de um Parque Histórico Científico e Turístico para a área (...) (AZAMBUJA, 1992, p. 33-34).

Governos anteriores e posteriores a este discutiram programas ou planos de desenvolvimento turístico, sem que saíssem do papel ou atingissem algum resultado efetivo. Buscando uma proposta alternativa que possibilite que o turismo se desenvolva na região de forma amplamente sustentável no município, em 2011 iniciamos um trabalho de pesquisa exploratória, descritiva e documental baseada no Turismo de Contemplação. Este trabalho pretende dar continuidade à pesquisa inicial, verificando se há demanda para o tipo de turismo proposto.

Neste momento tratamos de realizar uma pesquisa de demanda para o tipo de atividade turística proposta. O método utilizado foi aplicação de questionários mistos, de aplicação direta, submetidos à análise de dados quantitativa. O público escolhido para a aplicação dos questionários incluiu os turistas que circulam na região durante um dos períodos de maior movimento na fronteira Chuí/Brasil – Chuy/Uruguai: a Semana



Santa, feriado brasileiro que coincide com a *Semana Del Turismo* uruguaia. Os questionários foram entregues a 40 turistas, independentemente sua nacionalidade, no momento após executarem os trâmites de migração na Aduana Brasileira do Chuí. Este público foi escolhido levando em consideração ser este o mais fácil de ser captado para o desenvolvimento turístico local, tendo em vista que está circulando pela região abrangida pelo estudo. Outra parcela de público consultada foi composta por 20 servidores da Receita Federal do Brasil, residentes em diversos Estados da União, que receberam os questionários por meio eletrônico. Este público foi considerado por tratar-se de integrantes da classe média brasileira, turistas em potencial, buscando estabelecer a possibilidade de atrair um público diverso daquele que já está em trânsito pela região. Os questionários, compostos por nove questões objetivas, foram aplicados entre os dias 23 e 30 de março de 2013.

O objetivo deste estudo é apontar alternativas viáveis de transformação do município de Santa Vitória do Palmar em um destino de turismo alternativo de bases sustentáveis, considerando-se que não há atividade turística relevante tendo o município como destino – à exceção de um turismo sazonal de veraneio de peso insignificante na economia da região. Além disso, buscamos detectar se a paisagem pode ser um diferencial para a região.

Contemplação e turismo contemplativo:

O papel da contemplação na sociedade tem sido objeto de interesse de filósofos e pensadores desde a antiguidade. Aristóteles afirmava que a essência do homem está em sua alma intelectual, sendo a razão o que nos distingue dos demais animais e através dela que se chega à sapiência. “Contemplação e conhecimento são, desde a origem do pensamento ocidental, elementos essenciais para a compreensão do ser humano e estão vinculados à felicidade e ao livre arbítrio” (SCHWAB, PEREIRA e MARTINS, p. 3, 2012). Ainda segundo estes autores, o filósofo Merleau-Ponty afirmava que “é a capacidade de percebermos o que nos cerca, dando significado ao que foi captado pelos sentidos que está na base do conhecimento. A filosofia deveria voltar-se às coisas como



se apresentam a nós no mundo cotidiano. A consciência seria “sempre consciência *de* alguma coisa, e o objeto sempre *para* alguma consciência” (*idem*, p. 4.). Os autores prosseguem, citando Hanna Arendt que: “[...] divide as atividades humanas em vida ativa – que inclui o trabalho, o labor e a ação e o discurso; e vida contemplativa – que engloba as atividades mentais básicas como o raciocínio lógico, a cognição, o julgamento, a volição e o pensamento” (*ibidem*, p.4).

Para De Masi:

A tendência natural do homem a ter o que não está ao seu alcance é explorada pela indústria do turismo. Vive-se em uma sociedade do consumo, em que o ter é mais importante do que o ser. Porém, vive-se também uma nova revolução social, em que o tempo vago começa a superar o tempo de trabalho. Na era da informação, a sociedade industrial começa a ser substituída pela chamada sociedade pós-industrial. O mercado de trabalho passa a valorizar as atividades criativas e cada vez mais são substituídas as atividades físicas pelas mentais (DE MASI, 2000, p. 13 e 14).

A sociedade industrial permitiu que milhões de pessoas agissem somente com o corpo, mas não lhes deixou a liberdade para expressar-se com a mente. Na linha de montagem, os operários movimentavam mãos e pés, mas não usavam a cabeça. A sociedade pós-industrial oferece uma nova liberdade: depois do corpo, liberta a alma (DE MASI, 2000, p. 15).

Segundo Krippendorf:

A evolução da industrialização, dando origem a verdadeiras nações industriais, leva ainda hoje milhões de seres humanos a viajar em busca de novas realidades e fugir do cotidiano estressante do trabalho nas grandes cidades. Este processo tomou tal dimensão que, no entanto, o turista termina por encontrar, em seu tempo de lazer, ambientes superpopulosos, muitas vezes degradados, como efeito da massificação dos destinos (KRIPPENDORF, 2009, p. 9-10).

Considerando-se que o turismo de massas se desenvolveu como uma consequência da revolução industrial, é natural que este tipo de turismo já não responda com eficácia às necessidades da sociedade pós-industrial, passa a priorizar o trabalho intelectual e criativo. Daí a necessidade de despertar o intelecto através de estímulos espirituais, da contemplação do belo e da natureza, por meio de um turismo que propicie paz de espírito e momentos de silêncio e fruição do meio e dos sentidos. De nossas leituras de “O Ócio Criativo”, selecionamos uma referência a Max Weber (DE MASI, 2000, p. 19-20), que afirma que só é possível compreender as coisas observando-as em profundidade, apreendendo sua objetividade, observando ao longo de um processo e



conferindo-lhes uma perspectiva. Ainda dos depoimentos de Domenico de Masi trazemos a idéia de formação de espíritos críticos e criativos através do lazer, da cultura como instrumento para formar espíritos críticos e livres.

Ecoturismo e desenvolvimento sustentável:

O ecoturismo é um dos ramos do turismo que se desenvolveu bastante nos últimos anos, na esteira das discussões sobre preservação do meio ambiente. Trata de utilizar de forma sustentável o patrimônio natural e cultural, na busca de uma maior consciência preservacionista e desenvolvendo o bem estar das populações receptoras. O turismo de contemplação tem se inserido no ecoturismo, e usa a interpretação dos ambientes como instrumento. Está diretamente relacionado à satisfação, à compreensão do meio e à possibilidade de viver e sentir a natureza. Aborda paisagens naturais ou não, sons, cores, fauna e flora, sempre tratando da fruição dos recursos de forma harmônica e sustentável (MAMEDE e ALHO, 2004, p.1).

Como a região de Santa Vitória do Palmar ainda não possui um desenvolvimento turístico definido, de características próprias, acreditamos que o turismo de bases sustentáveis é o caminho ideal a ser adotado. Segundo Ruschmann:

[...]outras formas de turismo estão sendo propostas, a fim de conter os impactos negativos da atividade da atividade e além do já citado turismo brando e tranquilo, recebem a denominação de 'alternativo', 'responsável', 'ecológico' e, mais recentemente, de 'turismo sustentável'. Independentemente da sua designação, o que os caracteriza são as viagens individuais, as atividades relacionadas com a natureza, o alojamento em estabelecimentos pequenos, com serviços personalizados e, às vezes, até realizados pelos próprios turistas" (RUSCHMANN, 1997, p. 23).

De acordo com Dias (2008, p. 68), com base no disposto pela OMT este tipo de turismo atende tanto às necessidades dos turistas atuais, quanto às das regiões receptoras, protegendo e fomentando as oportunidades para o turismo futuro. É o caminho para a gestão dos recursos, possibilitando satisfazer as necessidades econômicas, sociais e estéticas, com respeito à integridade cultural, aos processos ecológicos essenciais, à diversidade biológica e aos sistemas que sustentam a vida.

O município de Santa Vitória do Palmar e o turismo contemplativo

Santa Vitória do Palmar se localiza em uma península limitada pelo Oceano Atlântico ao Leste, Lagoa Mirim a Oeste, o município de Rio Grande ao Norte e Chuí/Brasil e Chuy/Uruguai ao Sul, em um ambiente geográfico caracterizado como bioma-pampa (ver mapa 1). É um corredor de passagem de turistas que transitam entre o Brasil e o Uruguai. O maior portão de entrada de turistas do MERCOSUL – Mercado Comum do Sul – no Brasil é o Estado do RS, sendo que o Chuí é o 3º ponto de fronteira em volume de entrada de turistas, segundo dados da Secretaria de Turismo do Estado do RS (SETUR/RS, 2010). Assim sendo, não há necessidade de atrair o turista. O grande desafio é fazer com que o turista em trânsito pela região permaneça no município, através da criação de produtos turísticos capazes de despertar seu interesse para que programe uma pausa em sua viagem a fim de desfrutar dos atrativos existentes.

Mapa 1 - localização do município em relação ao RS e Uruguai



Fonte: Google Maps

A região não possui uma característica turística definida, tampouco um plano de desenvolvimento turístico. Ao optarmos pelo turismo de contemplação levamos em



consideração as peculiaridades geográficas e culturais do município, além de considerarmos o turismo alternativo como o que mais se apresenta viável a um desenvolvimento sustentável, associado à gastronomia típica, aos hábitos culturais específicos de zonas de fronteira, possibilitando evitar a massificação e viabilizar a inclusão social.

O que se pretende com o tipo de roteiro proposto é que o turismo em Santa Vitória do Palmar é atrair viajantes, e não turistas. Para que se compreenda melhor, partimos de uma citação de Mircea Eliade (1992, p.12), relacionada aos atos humanos:

“(...) aqueles, naturalmente, que não têm origem no mero automatismo. Seu significado, seu valor, não estão vinculados a seus rudes dados físicos, mas sim à sua propriedade de reproduzir um ato primordial, de repetição de um exemplo mítico.”

Pois a viagem, em sua origem, carregava um significado de peregrinação, de jornada. A humanidade sempre se deslocou, a princípio para sua sobrevivência, depois como parte de ritos de passagem ou para aprendizado e crescimento pessoal. O hábito de viajar respondia a este tipo de atos humanos a que se refere Eliade, de reprodução de um ato primordial. Após a segunda guerra mundial, no entanto, começa a ocorrer uma grande mudança no significado das viagens. Boorstin, *apud* Banducci e Barreto (2001, p. 52-53) diferencia viajante de turista, definindo o viajante como aquele que empreende uma jornada, em busca de ampliação de seus parâmetros históricos e sociais. Já o turista surge a partir das melhorias do transporte e o barateamento dos custos de viagem, e já não busca crescimento pessoal, e sim prazer e status. Para Boorstin, o viajante vivia a viagem, o turista é um espectador.

O turismo de massas é um ato de automatismo. Suzana Gastal (2001, p. 126-127) afirma que para que a viagem volte a recuperar as características de jornada, de peregrinação, é necessário lembrar que os tempos do corpo e da alma são distintos, que cultura é socialização “enquanto lidar com a dinamicidade do simbólico” e que o turismo deve oferecer não apenas um produto, mas um processo. Assim retomariamos “a gênese da Cultura e da Viagem”.

O trabalho original propôs dois roteiros que incluem o uso de carroças e charretes para o transporte dos turistas, realizados em ambientes rurais, urbanos e



rururbanos. Estes passeios, idealizados para pequenos grupos, privilegiam os horários de amanhecer e entardecer, propiciando a observação do meio ambiente de forma direta, estimulando os cinco sentidos e propiciando ao turista a possibilidade de interagir com o meio. Incluem refeições baseadas na gastronomia típica local e atividades culturais que destacam a cultura de fronteira. A presente pesquisa pretendeu verificar se há interesse por este tipo de proposta turística entre o público alvo. Em um próximo momento, deverá ser realizada pesquisa entre os residentes, para medir a aceitação pela proposta e entre potenciais parceiros, como o poder público, empresários do *trade* turístico, artesãos, pescadores, construtores de carroças e outros profissionais e membros da comunidade local que poderiam envolver-se nas atividades propostas.

Resultados

Apresentamos os resultados a cada uma das perguntas dos questionários aplicados. Em relação às questões um e dois, “você teria interesse em um passeio turístico cujo foco fosse a contemplação da paisagem e a fruição dos sons, cores, aromas e observação da fauna e da flora?” e se “acharia interessante um passeio turístico que buscasse despertar seus cinco sentidos através do contato com o ambiente natural?”, houve unanimidade nas respostas:

SIM	NÃO
60	0

As questões três, quatro e cinco tratavam de constatar se os turistas fariam passeios turísticos em veículos de tração animal, como charretes ou carroções, que percorressem trechos da zona urbana e rural de um município pequeno; que lhes propiciasse a observação do por do sol, do céu estrelado, dos sons e odores típicos da noite (como o cheiro da lenha das lareiras queimando, por exemplo), a sensação do frio noturno e cujo término fosse em um restaurante de ambiente rústico, porém acolhedor, com um jantar composto por pratos típicos da região de fronteira Brasil/Uruguai; e que tivessem como destino uma paisagem rural, na qual lhe fosse propiciado degustar pratos

típicos da região de fronteira Brasil/Uruguai em um ambiente de piquenique, ao ar livre, com fogo de chão, possibilidade de passeios a cavalo e contato com algumas atividades típicas da vida do campo. As respostas para as três questões foram as seguintes:

SIM	NÃO
58	2

OBS: As respostas negativas receberam a observação de que apenas fariam o passeio desde que não envolvesse cavalos ou bois.

A questão seguinte buscava detectar se haveria interesse, por parte dos entrevistados, em fazer os passeios descritos nas questões anteriores em horários distintos do dia, como o amanhecer ou entardecer e noite. Todas as respostas foram positivas:

SIM	NÃO
60	0

Em relação á questão sete, “ao planejar uma viagem sua predileção é para que tipo de destino?” e que permitia múltipla escolha, obtivemos o seguinte resultado:

Praias de mar	33
Praias de água doce	12
Ambientes rurais	27
Ambientes rurais	18

9. Quanto à motivação para fazer um passeio turístico, questão que também possibilitava múltipla escolha, o resultado foi:

Descanso	49
----------	----



Mudança de Ares	60
Desfrutar a Natureza	38
Conhecer novos lugares/culturas	60
Viver novas experiências	57
Festas, vida noturna	18

Em relação ao item “Outros”, apenas dois turistas responderam: conhecer pessoas novas e pescar.

A última pergunta era: “Se lhe fossem oferecidos passeios do tipo descrito acima, você faria uma pausa em sua viagem para aproveitar esta oportunidade e conhecer um pouco mais a região?”

SIM	NÃO
60	0

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando-se as características da região onde se localiza o Município de Santa Vitória do Palmar e os resultados da pesquisa que apontam a uma aceitação quase unânime por parte do turista potencial da proposta apresentada, concluímos que esta é uma alternativa viável de desenvolvimento turístico sustentável da região. A partir do referencial teórico abordado, acreditamos que o desenvolvimento de um turismo alternativo com base na contemplação seja o caminho para um desenvolvimento turístico distinto para a nossa região, que se torne seu grande diferencial: um turismo que resgate o caráter primordial das viagens, de elemento do crescimento humano, evitando transformar o município em um destino massificado e árido, infértil.

Referências

AZAMBUJA, Péricles. Santa Vitória: um município do Prata. Santa Vitória do Palmar: Gráfica Jerivaçu, 1992.

BANDUCCI JR., A., BARRETO, M. Artífício e Autenticidade: o turismo como experiência antropológica. In: BANDUCCI JR., A., BARRETO, M. (orgs.) **Turismo e Identidade Local**: uma visão antropológica.

DE MASI, Domenico, *O ócio criativo*, Rio de Janeiro, Sextante, 2000.

DIAS, Reinaldo. Turismo Sustentável e meio Ambiente. 1 ed. São Paulo, Atlas, 2008.

DIVISÃO DE TRABALHO E TRÂNSITO/DAER e DIVISÃO DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS/ SETUR/RS (org.) *Demanda internacional por portões de entrada*: quadro evolutivo da entrada e saída de estrangeiros nos portais do RS - 2010. – fonte: DELEMIG PF/RS – Disponível em <<http://www.turismo.rs.gov.br/>> Acesso em: 20 mai.2012

ELIADE, Mircea. Mito do Eterno Retorno. São Paulo: Mercury, 1992.

GASTAL, Susana. Turismo e Cultura: por uma relação sem diletantismos. In: GASTAL, Susana (org.). **Turismo**: 9 propostas para um saber fazer. 2. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001 (p. 117 – 130)

GOMES, Isabela Motta. *Manual Como Elaborar uma Pesquisa de Mercado*. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2005. IBGE. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=431730>> Acesso em: 18 abr. 2013.

KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do Turismo*: para um nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2009.

KUHN, Daniela Dias. et al. *Pobreza no Rio Grande do Sul*: a heterogeneidade revelada pela abordagem das capacitações nos municípios gaúchos. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/pgdr/arquivos/475.pdf>> Acesso em: 18 abr. 2013.

MAMEDE, Simone B.; ALHO, Cleber J.R. Turismo de contemplação de mamíferos no Pantanal: alternativa para o uso sustentável da fauna. In: *Simpósio Sobre Recursos Naturais e Sócio-econômicos do Pantanal*, IV, 2004. Disponível em <<http://www.cpap.embrapa.br/>> Acesso em: 20 mai. 2012.

RUSCHMANN, Dóris van Der Meeme. Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente. Campinas, SP. Papirus, 1997.

SCHWAB, Cláudia; PEREIRA, Taís Natalia; MARTINS, Gabriel. A Paisagem como Produto Turístico: Turismo Contemplativo na Região de Santa Vitória do Palmar – RS. *Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL*, UCS, 2012.



UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PELOTAS. Instituto Técnico de Pesquisa e Assessoria. Banco de Dados Zona Sul – RS – ITEPA – Pelotas: EDUCAT Boletim Informativo, N° 20. 2009. Disponível em <http://www.bancodedadoszonasul.com.br/content/downloads/banco_de_dados_zona_sul.pdf> Acesso em: 18 abr. 2013.