



RESPONSABILIDADE SOCIAL E A CONSTRUÇÃO DO PARQUE ARQUEOLÓGICO E AMBIENTAL DE SÃO JOÃO MARCOS/RJ

Maria Amália Silva Alves de Oliveira

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO

m_amali@hotmail.com

Eunice Mancebo

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO

manceboeunice@gmail.com

Resumo

Processos de revitalização de centros históricos e a instauração de pontos turísticos tem sido comuns em várias cidades e localidades brasileiras¹ e, no campo do turismo, os processos convencionalmente denominado “turistificação”² aparecem acompanhados de investimentos materiais e simbólicos em torno da manutenção e restauração de equipamentos percebidos como expressão do patrimônio das cidades.

Repensar os processos de tombamento sob o prisma da utilização dos bens tombados por empresas privadas e não somente pelo Estado, pode revelar os interesses de atores que até então não apareciam nos estudos relacionados ao patrimônio. Assim sendo, meu objetivo é verificar quais foram os valores que nortearam a ação da Light Serviços de Eletricidade S.A.³, que através do Instituto Light empreendeu o processo de construção de um parque arqueológico e ambiental no distrito de São João Marcos, pertencente ao município fluminense de Rio Claro.

Palavras-chave: Parque Arqueológico; Responsabilidade Social; Patrimônio; Memória; Turismo.

São João Marcos: tombamento e “destombamento”

¹ Citamos as cidades de Salvador, São Luiz e atualmente a zona portuária da cidade do Rio de Janeiro.

² Turistificação é a denominação dada por estudiosos do turismo enquanto fenômeno social e por planejadores da atividade turística para o processo de transformação de uma localidade em uma atração turística.

³ A Light Serviços de Eletricidade S.A. é uma empresa do Grupo Light responsável pela distribuição de energia a 3,9 milhões de clientes, nos 31 municípios do estado do Rio de Janeiro abrangidos por sua área de concessão.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

São João Marcos foi um antigo município do estado do Rio de Janeiro e que foi despovoado e demolido na década de 1940 para a formação de uma represa para a produção de energia elétrica. Atualmente parte de seu território constitui o 3º distrito do município de Rio Claro, no Vale do Paraíba Fluminense. São João Marcos tem como marco de surgimento o ano de 1733, quando foi erguida uma pequena capela em homenagem ao santo que deu o nome ao local. A localidade atingiu o auge da prosperidade no século seguinte, com a expansão da cultura cafeeira no estado do Rio de Janeiro, sendo uma das maiores cidades fluminenses do século XIX, cuja população passava dos 20.000 habitantes. A então riquíssima São João Marcos, anteriormente conhecida como Vila de São João Marcos do Príncipe, era um dos principais núcleos produtivos do país, produzindo aproximadamente dois milhões de arrobas de café por ano. Detinha, também, uma posição geográfica privilegiada, pois estava localizada no centro da área produtora, na confluência de grandes rios, próximo à capital imperial e com ligação direta e calçada com o mar via o município de Mangaratiba. Devido ao sucesso econômico alcançado pelo município, foi ali construída a primeira estrada de rodagem do Brasil, em 1856, com 40 quilômetros de extensão, visando o escoamento do café das fazendas do Vale do Paraíba para o porto de Mangaratiba.

Entretanto, em 1889, com a abolição da escravidão, a produção cafeeira fluminense entrou em fase de declínio, tendo em vista a dificuldade encontrada pelos fazendeiros em suprir a necessidade de grandes contingentes humanos para trabalhar nas plantações; paralelamente, os agricultores do Oeste Paulista, com lavouras mais recentes e contando com lavradores assalariados, meeiros e imigrantes, assumiram a liderança do mercado rapidamente.

Com a decadência da cultura cafeeira e o desenvolvimento dos novos meios de transportes, São João Marcos foi perdendo importância e sua população ficou reduzida a pouco mais de sete mil pessoas no início do século XX. Nesse ínterim, a cidade do Rio de Janeiro, então Distrito Federal, se desenvolvia aceleradamente. A população desse município aumentava e a pensamento político centrava-se na transformação da capital numa metrópole moderna e a questão que se colocava era onde conseguir as fontes dos recursos exigidos pelo “progresso”, como energia elétrica e água potável encanada, por exemplo.



A necessidade em suprir a demanda e colocar a cidade do Rio de Janeiro dentro dos padrões de modernidade exigidos para a época favoreceu a Rio de Janeiro Tramway, Light and Power Company⁴, que entendia como melhor opção para o abastecimento da demanda, a criação de uma represa e uma hidrelétrica no Ribeirão das Lajes. No entanto, a solução apresentava o inconveniente de que a área necessária para a construção da represa e da hidrelétrica era ocupada por 97 grandes fazendas e o local escolhido incidia justamente sobre as maiores propriedades da área rural de São João Marcos.

Economicamente enfraquecidos e sem o poder político de outrora, os fazendeiros de São João Marcos pouco puderam fazer contra a inundação de suas terras. Ofícios, atas, moções e comunicados da época retratam a situação dos moradores e mostram com riqueza de detalhes o conflito instalado entre o poder local e a empresa citada por ocasião do início da construção da Represa de Ribeirão das Lajes. Nesse panorama, uma parte da população foi deslocada para municípios vizinhos como Rio Claro, Mangaratiba, Itaguaí e Piraí. Outra parte, constituída por famílias pobres, que não tinham para onde ir, e famílias que não acreditavam na inundação, ficaram. As terras adquiridas pela Empresa foram alagadas, transformando a geografia local. Enormes áreas da zona rural do município submergiram e, nesse processo, formaram-se áreas alagadiças às margens da represa, nas quais jazia grande quantidade de restos orgânicos. A ausência de cuidados sanitários na retirada deste material propiciou a proliferação da malária, que alcançou níveis de epidemia, provocando a morte de um grande número de pessoas. Esse processo, que durou quase duas décadas, foi vivenciado pelos poucos habitantes que resistiram em deixar suas casas.

São João Marcos foi reduzida a ponto de, em 1938, ser extinto como município, tornando-se um distrito de Rio Claro. No ano seguinte, o núcleo urbano foi tombado pelo Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - SPHAN, classificado oficialmente como *"raro exemplo intacto de conjunto de arquitetura colonial"*, atendendo aos pedidos da população local. Contudo, a proteção fornecida pelo tombamento teve curta duração, pois em 1940, o presidente Getúlio Vargas "destombou" o distrito a fim de ceder as terras para a ampliação da represa, sendo esse

⁴ Companhia de origem canadense responsável pelo fornecimento de eletricidade ao município do Rio de Janeiro e algumas outras localidades do estado. É a precursora da atual Light.



o primeiro e único caso de "destombamento" no Brasil. O decreto-lei nº 2.269 autorizou a desapropriação de terrenos, prédios e quaisquer benfeitorias que viessem a ser inundadas.

Pouco antes de ser demolido, o centro de São João Marcos tinha, além da Igreja Matriz, uma antiga capela, pertencente à Irmandade Nossa Senhora do Rosário e dedicada a São Benedito; dois cemitérios, o da Irmandade, e o da Caridade, para os pobres; dois clubes, o "Marquense", de elite, com futebol e danças; e o "Prazer das Morenas", mais popular; um teatro, o "Tibiriçá"; um hospital e uma pensão, além da primeira estrada de rodagem do Brasil, aberta nos tempos áureos do café. Já não circulava mais o jornal local, "O Município", fechado em 1932. Um pouco afastadas, uma jazida de manganês inexplorada e uma fonte de água mineral.

As demolições começaram numa Quinta-Feira Santa. Dezenas de trabalhadores munidos de marretas e explosivos retiravam as últimas famílias e dinamitavam as casas. Os prédios próximos da represa foram demolidos por barcos rebocadores com cabos de aço. Apesar de ter sido destruída a fim de ser inundada, as águas do lago que se formou se nivelara bem abaixo do nível da cidade. Mediante essa ocorrência, os antigos moradores e moradores de regiões vizinhas, entenderam que os técnicos da Empresa haviam errado os cálculos e que a demolição de São João Marcos tinha sido desnecessária, pois a água não cobriu toda a extensão da cidade. A população começou a se revoltar e, diante da complexidade da situação, foi expedida a ordem de inundação total, isto é, que o nível de água subisse ao limite máximo e encobrisse todo o conjunto arquitetônico que ficara em ruínas. Todo esse esforço quase custou a própria represa, pois foi preciso fechar as comportas e fazer o nível subir além dos limites máximos de segurança da barragem. A água apenas encobriu alguns centímetros das ruínas. Desde então, jamais a represa tornou a alcançar a cidade, nem nos períodos de chuva mais intensa.

Por muito tempo, São João Marcos esteve sob a condição de um local de pastagem, no qual ainda existiam alguns calçamentos em meio ao matagal às margens da Rodovia RJ-149, entre os municípios de Rio Claro e Mangaratiba. Com muita dificuldade, era possível caminhar pela antiga rua principal e de lá avistar algumas ruínas. Em 16 de fevereiro de 1990 a Ponte Bela e o Conjunto Histórico de São João



Marcos foram provisoriamente tombados pelo Instituto Estadual do Patrimônio Cultural do Estado do Rio de Janeiro, sendo posteriormente tombados em definitivo.

Em 2008, O Instituto Light com patrocínio da Secretaria de Cultura, através da Lei de Incentivo à Cultura, e apoio do INEPAC, da Prefeitura de Rio Claro, do IPHAN e do INEA; iniciou o projeto de construção do Parque Arqueológico e Ambiental de São João Marcos, sendo esse um espaço organizado em termos de um circuito turístico, que viesse a “*reforçar os significativos atributos turísticos já ali existentes*”. O projeto piloto assenta-se na construção do Parque Arqueológico e Ambiental de São João Marcos em uma área de 930 mil metros quadrados que cobre toda a extensão da antiga cidade e trechos importantes da outrora Estrada Imperial. De acordo com o Instituto Light, o objetivo do projeto e conseqüentemente do Parque, é contribuir para a conscientização, educação e lazer da população do Vale do Paraíba.

O projeto em tela está dividido em fases, sendo a primeira marcada pelas ações resultantes das pesquisas relativas à história, a iconografia e ao ambiente físico; a coleta de depoimentos de pessoas que haviam residido no local e; prospecção arqueológica. Essas pesquisas embasaram a elaboração dos seguintes sub-projetos: a) projeto arqueológico cujo objetivo foi tornar visível a estrutura elementar da Cidade no intuito de favorecer as vias de circulação e os perímetros de suas edificações. Visava expor ainda as estruturas da antiga Estrada Imperial nos trechos mais próximos a Cidade; b) o projeto ambiental incide especialmente sobre a área de proteção da Represa de Ribeirão das Lajes; c) projeto museológico abrange três espaços distintos: o Centro de Memória, a Área de Guarda e o Circuito de Visitação do Parque. Este projeto possui apelo turístico e educativo, pois segundo o Instituto Light, “nestes espaços pretende-se oferecer aos visitantes a oportunidade de trazer para o presente as memórias impregnadas nos fragmentos e ruínas encontrados nas escavações arqueológicas, nos documentos, fotografias, objetos e depoimentos”; d) o projeto arquitetônico elaborado para atender três objetivos principais: acolhimento ao público visitante, a exposição sobre a memória da Cidade e a guarda e conservação dos documentos e objetos originais. Essa primeira fase compreendia o período entre os anos 2008 e 2010, quando no mês de março ocorreria a inauguração do Parque.

O Parque foi inaugurado no dia 09 de junho de 2011; mas, antes mesmo da inauguração, isto é, no período entre março de 2010 e maio de 2011, já pronto, o Parque



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

recebeu “*alunos-visitantes*” oriundos dos programas de visitação escolar. De acordo com o estipulado no projeto museológico do Parque, inicialmente as visitações se destinariam para o público de alunos de escolas públicas da região, atividade inserida no programa educativo constata no projeto inicial e cuja elabora o tem como meta promover a valoriza o da memória local. Entretanto, o Parque também recebeu cerca de 600 visitantes⁵, que atraídos pela “*novidade*”, solicitaram autoriza o para realizar o percurso que compõe o circuito de visita o. Vale ressaltar, que esse número de visitantes dirigiu-se para o local de forma espontânea, pois não há um programa de publicidade e marketing ostensivo. O circuito mínimo de visita o ocupa uma área de 33 mil metros quadrados, onde se localizava o centro populacional da antiga cidade. Durante as visita es, são distribuídas cartilhas explicativas e disponibilizados guias especializados para acompanhar os alunos-visitantes.

A segunda fase abrangeria os anos de 2010 a 2015 previa a continuidade dos trabalhos iniciados na fase anterior e seria marcado pelo momento em que o Parque passaria a “*explorar seu potencial ecológico e de lazer, oferecendo trilhas, passeios de barcos, etc. A partir de 2010, quatro festas populares anuais, identificadas com a região e sua história, reunirão os moradores na Cidade.*”⁶ O Instituto Light estabeleceu como meta que a partir de 2015, o Parque já tenha conquistado sua “*autossustentabilidade*”, resultante dos esforços empreendidos pela Light, a Eletronuclear, a Secretaria de Estado de Cultura, INEPAC, Prefeitura de Rio Claro, parceiros regionais, investidores e de receitas oriundas do empreendimento. O projeto enfatiza como primordial no conjunto de a es e atividades previstas o “*crescimento econ mico e social da região, organizado dentro de um Plano de Negócios que visa a autosustentabilidade do Parque.*” (Material de divulga o do Parque)

Light: Imagem Empresarial e Responsabilidade Social

Enquanto responsável pela represa de Ribeirão das Lajes e das obras que resultou na demoli o do conjunto arquitetônico de São João Marcos e no atual

⁵ Número fornecido por uma fonte ligada ao Projeto de implanta o do Parque Arqueológico e Ambiental de São João Marcos e funcionário do Instituto Light.

⁶ Material de divulga o do Parque Arqueológico e Ambiental de São João Marcos – LIGHT). Acrescento que tenho acompanhado desde do ano de 2009 o Projeto de implanta o do Parque Arqueológico e Ambiental de São João Marcos e as “festas populares” previstas ainda não ocorreram.



momento, responsável pela implantação de um Parque Arqueológico e Ambiental cuja finalidade é recuperar, promover e divulgar a memória dessa história, a presença da Light é muito forte e insere-se como importante ator na dinâmica atual da vida de Rio Claro. Nesse contexto, buscar entender a lógica que permeia essa ação parece-me ser um interessante esforço no sentido de conhecer os valores inerentes a processos dessa natureza. Assim sendo, no presente trabalho, tomo por referência a Light no que tange ao discurso sobre Responsabilidade Social, tendo como fio condutor o caso da construção do Parque Arqueológico e Ambiental de São João Marcos. Ressalto que o referido Parque não é a única ação⁷ inscrita sob o Programa de Responsabilidade Social da Empresa⁸, mas o Parque Arqueológico e Ambiental de São João Marcos me parece ser o projeto mais ambicioso, pois além de implicar no maior volume de despesas, trouxe para discussão uma “ferida aberta”⁹ na relação entre a Empresa e a população de Rio Claro.

Desde antes da demolição do conjunto arquitetônico de São João Marcos, as relações entre a Light e a população daquela região são extremamente complicadas. Depoimentos colhidos por mim invariavelmente revelam um ressentimento para com a Empresa que é acusada de retirar os moradores de suas casas e não fornecer o ressarcimento devido, assim como de prometer a reconstrução da Igreja Matriz e do núcleo urbano e não fazê-lo. A Light se defende apresentando a documentação de compra de terras e imóveis antes de promover a demolição dos mesmos. Nesse panorama, população e o poder local colocam a construção do Parque como uma obrigação da Empresa, que deveria “reparar o erro do passado”. A Empresa responde: *“A Light não tinha a necessidade de reparar nada... as terras haviam sido compradas pela empresa, haviam os registros dessa compra e que toda a conversa deveria ser iniciada pensando em duas Lights, uma canadense, situada em determinado contexto histórico e outra, brasileira, localizada em um contexto atual”*. As acusações revelam o

⁷ Entre outros projetos, o Instituto Light desenvolveu as seguintes ações: Recuperação da Rua Larga, onde está o prédio da Empresa; o Inventário de Fazendas Históricas do Vale do Paraíba e o Museu da Energia, situado nas dependências do próprio Instituto.

⁸ No site da Empresa consta como missão do Instituto Light a seguinte afirmação: “Contribuir para o aprimoramento das condições econômicas e sociais da área de concessão da Light, através de programas que vinculem responsabilidade social com o interesse funcional e o domínio geográfico da empresa, apoiando a promoção do bem público e, ao mesmo tempo, a lucratividade de longo prazo da empresa.”

⁹ Expressão utilizada pelo Diretor da Light na ocasião de seu discurso de inauguração do Parque.



péssimo relacionamento de uma população que ao mesmo tempo é cliente da Empresa que é percebida como responsável pela “destruição de sua cidade”, sendo um dos elementos concretos desse conflito a alta taxa de inadimplência¹⁰.

A inadimplência, o furto de fios elétricos, o roubo de energia através dos mecanismos vulgarmente denominados “gatos” são os maiores problemas enfrentados pela Light e na concepção da Empresa, essa problemática tem seu fundamento na cultura brasileira. Nessa linha de raciocínio, segundo a Light, seria papel das empresas contribuírem para uma mudança cultural, através de programas e projetos que viessem a “*promover o bem público*”. No caso da Light, esse raciocínio insere-se dentro do programa de responsabilidade social e a particularidade das ações desenvolvidas para esse fim incide sobre projetos que envolvem crianças, pois “*uma criança ao ver a complexidade da geração de energia elétrica no museu da energia, por exemplo, certamente vai questionar o pai ao vê-lo fazer um ‘gato’ ou roubar fios*”¹¹.

A noção de responsabilidade social praticada pela Light diz respeito a um dos componentes de construção de uma imagem positiva da própria Empresa perante seu consumidor em geral. Ela estaria assentada na proposta de que cumprindo uma série de ações que envolvessem aspectos distintos do que lhe é comum, isto é, o fornecimento de energia elétrica, a Empresa teria condições de ser percebida por esses mesmos consumidores não somente como uma empresa e sim como uma entidade preocupada com a sociedade como um todo e que realiza para isso vários projetos com intuito de melhorar esse todo. Assim sendo, “*com a implantação do Parque Arqueológico e Ambiental de São João Marcos, a Light não estaria se ‘redimindo’ de algo, mas sim oferecendo um ‘presente’ a sociedade, sendo esse presente inserido na lógica da responsabilidade social*”.¹²

Cappelin e Giffoni (2007) recuperam a trajetória da noção de responsabilidade social, desde a sua emergência até os dias atuais utilizando para tal empreitada três contextos sociais diferentes: no Norte (Estados Unidos de América e União Européia) e no Sul (Brasil). O texto realiza uma análise comparativa objetivando explicitar as especificidades dos encaminhamentos adotados pelas empresas nessas diferentes

¹⁰ Informação recolhida em entrevista concedida a uma das autoras desse trabalho. De acordo com os preceitos dos trabalhos em Antropologia, optamos pelo anonimato da fonte e revelamos somente que a mesma é funcionária da Light.

¹¹ Idem nota anterior.

¹² Idem nota número 10.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

sociedades. Segundo as autoras para o filósofo P. Ricoeur (1994), o sentido da responsabilidade das instituições, alimenta uma relação que conecta a preocupação de imputar, no sentido de atribuir obrigações e limitações, a quem exerce um poder econômico, no intuito de proteger a quem é mais fraco. Em seqüência histórica, as autoras apontam que essa noção surge primeiramente nos EUA, no decorrer da década de 1960; posteriormente chega ao Brasil assumindo variados significados, ainda no final da década de 1960; até ganhar força na União Européia já no ano de 1995. Cappelin e Giffoni esclarecem que nos diversos contextos, o debate sobre a função social da empresa não emergiu de forma homogênea e, menos ainda, ela é assumida publicamente como plataforma única.

Seguindo o raciocínio das autoras citadas, a dinâmica social que levou grandes corporações americanas a abandonarem seu isolamento do contexto social e ajustarem suas metas e estratégias econômicas teve como contexto histórico os anos 1960. Naquela ocasião, diversos movimentos sociais, dentro e fora do campo empresarial, contestaram a autonomia das grandes corporações, gerando uma crise em relação à sua independência e seu autogoverno. As questões relativas a reivindicações postas pela ação da Era dos Direitos Civis; os movimentos durante a Guerra do Vietnã; o monitoramento realizado pelas Igrejas Católicas e Protestantes, no controle das empresas americanas no exterior e o esforço dos movimentos dos acionistas em politizar o gerenciamento das empresas, favoreciam o debate na sociedade americana, ao mesmo tempo em que geravam um conjunto de demandas, cujas diversas formas de pressão, incidiam também sobre as empresas americanas. Assim, os anos 1960-1977, evidenciam o ajuste das práticas das empresas no que diz respeito à configuração e a composição de seus empregados; a defesa dos direitos humanos no seu interior e nas sociedades onde comercializam seus produtos; a escolha dos mercados consumidores e a escolha privilegiada de clientes internacionais.

Já na União Européia, a questão da responsabilidade social da empresa surge no início de 1995, quando um grupo de vinte empresas assinou o documento intitulado “European Business Declaration against Social Exclusion”. Nesse documento estão contidas as diretrizes que motivam a adesão das empresas ao combate contra a exclusão social. A proposta da União Européia no combate e prevenção a exclusão social é a de que as empresas renovem sua finalidade de ser fonte de empregos, pois seria nessa linha



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

de ação que as empresas encontrariam formas de restabelecer os vínculos de reciprocidade junto à sociedade e conseguiriam elevar a produtividade das empresas e suas metas de lucratividade.

No Brasil, segundo as autoras, a emergência da noção de responsabilidade social também tem início nos anos 1960, mas apresenta-se com maior ênfase na década de 1990. Ainda na década de 1960 algumas associações empresariais introduzem valores e princípios éticos como componentes da gestão da empresa, sendo uma tímida contribuição do ambiente empresarial. As preocupações giravam torno de uma adesão ao processo de redemocratização do Estado de direito no Brasil e se constituiu como parte da posição que criticava a atitude tradicional do empresariado, até então marcada por comportamentos autárquicos e autoritários. Os anos da década de 1990 foram marcados pela busca das empresas por reestruturarem-se para aumentar sua competitividade no mercado internacional e, nessa tentativa, associaram as iniciativas de responsabilidade social da empresa com propostas de redução de custos, aumento das vantagens competitivas, a administração de riscos e a reputação de suas empresas. Nessa linha, indicadores sociais como acidentes de trabalho, trabalho infantil, trabalho forçado, entre outros que poderiam proporcionar uma imagem internacional desfavorável, levaram algumas empresas brasileiras a priorizar seu envolvimento em áreas específicas, entre as quais a pobreza, a violência, a educação e a proteção ao meio ambiente.

As autoras concluem que no caso brasileiro, a responsabilidade social da empresa tornou-se parte de uma estratégia, uma forma de associar a imagem dos empresários e das empresas a valores identificados com opostos aos da responsabilidade pela concentração da riqueza e pelo caráter especulativo dos investimentos financeiros. Cappelin e Giffoni acrescentam que as empresas brasileiras passaram por variados processos de fusões, reestruturações e modernizações internas com o objetivo de aumentar sua competitividade e a noção de responsabilidade social da empresa no Brasil foi aplicada especialmente para consolidar a fidelidade dos consumidores e a aceitação da coletividade que em um panorama de mercado de trabalho flexível e de desregulamentação dos custos de mão-de-obra carecia restabelecer a confiança dos trabalhadores.



Veloso (2005), assim como Cappelin e Giffoni (2007) chama atenção para a escassez de definições precisas acerca de Responsabilidade Social e sugere que uma das formas mais visíveis da responsabilidade social das empresas, particularmente tal como vem se desenvolvendo no Brasil, é a implementação de ações sociais que, elaboradas ou executadas diretamente por empresas, ou, pelo menos, financiadas por elas, visam atenuar a pobreza, melhorar as condições de vida, e promover a cidadania de grupos ou populações carentes.

Responsabilidade social e o Parque Arqueológico e Ambiental de São João Marcos

O material de divulgação do Parque, especialmente o livro Parque Arqueológico e Ambiental de São João Marcos ajuda a refletir sobre a questão da Responsabilidade Social para Light. Assim sendo, destaco um trecho do referido material para embasar essa análise:

“A saga de São João Marcos expressa o dilema de nossa civilização, resultante da demanda de progresso e busca de riqueza material, por um lado, em detrimento da perda de um patrimônio cultural e ambiental, por outro. Este dilema crescente foi acentuado a partir das revoluções industrial e tecnológica dos séculos XIX e XX, em sua sede insaciável por mais e mais energia. A visão contemporânea é a de que, situações como essa podem ser sempre contornadas. Teria sido o caso de São João Marcos, onde exigências de construção e operação dos reservatórios de Lajes acabaram por deixar o sítio urbano, hoje reduzido a ruínas, permanentemente à mostra. Demolida a Cidade e abandonado o local durante quase 70 anos, largada aos sedimentos que escorrem dos morros vizinhos e à mata que o reocupa a região fizeram com que São João Marcos fosse quase esquecida. A Light tomou a histórica decisão de reverter este processo de esquecimento e recuperar a memória de São João Marcos. Resultado desta decisão é a implantação do Parque Arqueológico e Ambiental de São João Marcos.”

Analisando o trecho exposto, podemos notar que a Light optou por uma estratégia agressiva de divulgação de sua própria responsabilidade social, que passa a ser objeto de uma forma de marketing social, quase chegando a rivalizar com seu marketing tradicional – o que, no caso de uma estatal e única detentora da distribuição do serviço para a área metropolitana do Rio de Janeiro, torna-se o próprio marketing. Afirma que, por contexto histórico, não desde sua fundação, esteve preocupada com o social e com a cidadania, mas ao estabelecer um elo histórico para essa demonstração, a Empresa ressalta que seu presente é marcado pelo compromisso com a educação, a cidadania, a melhoria de vida da população conjugados com a guarda da memória e a



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

promoção de valores culturais das comunidades locais fazem parte de sua suposta responsabilidade para com o desenvolvimento social no Brasil.

Outro ponto interessante é que, ao definir suas supostas responsabilidades perante a sociedade brasileira, a Empresa busca construir uma relação de cumplicidade com o público. Neste caso, a Light utilizou como ferramenta de aproximação do público a atividade turística, cuja essência favorece a dois aspectos: a aproximação do público com a empresa, pois a exposição da mesma é potente durante a realização das atividades de visitação ao Parque e o aspecto econômico da atividade, pois como já foi mencionando anteriormente, a Empresa projetou o Parque para gerar recursos que o sustente e promova o desenvolvimento local.

A análise do material de divulgação do Parque Arqueológico e Ambiental de São João Marcos revela um discurso humanista que apela para princípios éticos e morais, mas que não camufla os interesses econômicos por trás da responsabilidade social da empresa. O discurso humanista e os interesses econômicos me pareceram caminhar juntos, sendo que ambos se complementam dentro da perspectiva do conceito da sustentabilidade, termo que aparece com frequência no material analisado. O discurso humanista incide, sobretudo, no potencial que uma atividade econômica, o turismo, teria de agregar valores como educação, preservação da memória e do patrimônio, cidadania e inclusão de parcelas da população que não teriam acesso a esse tipo de experiência, sem a intervenção de uma grande empresa enquanto patrocinadora. Prova disso é uma das frases mais repetidas por uma de nossas fontes ligadas ao projeto: *“o Parque é uma coisa de primeiro mundo, podemos dizer que é a Macchu Picchu brasileira”*.

A Light construiu um discurso “socialmente responsável” apoiado em elementos típicos da atividade turística, tais como: o deslocamento, a visitação enquanto experiência capaz de modificar valores e o consumo de lugares. Para dar conta desse empreendimento, a Empresa utilizou de uma prática que dentro da esfera do mercado de turismo, isto é, a comercialização de viagens e destinos turísticos é denominado turismo pedagógico ou educacional, um segmento do referido mercado cuja característica primordial são as viagens de estudo ao meio. O turismo pedagógico ou educacional é percebido neste mercado como uma ferramenta de auxílio para a construção da percepção da realidade por parte dos alunos, uma vez que lhes permite entrar em



contato com a realidade concreta, contando inclusive com o auxílio de monitores capacitados para exemplificar a teoria na prática.

Antes de prosseguir, faz-se necessário falar brevemente sobre o turismo pedagógico ou educacional, pois é essa a maior manifestação da responsabilidade social da Light. Entretanto, para abordar o turismo pedagógico ou educacional é importante uma remissão ao construtivismo, teoria de educação contemporânea. O construtivismo nasceu da epistemologia de Jean Piaget, sociólogo soviético, na primeira metade do século XX e pressupõe transformação, isto é, um movimento de mudança e, por isso, repleto de aberturas e possibilidades. O construtivismo busca considerar o conhecimento a partir da interação de dois diferentes elementos: o sujeito histórico e o objeto cultural. A leitura particular que cada indivíduo faz perante a atividade proposta para o aprendiz é de extrema importância na concepção construtivista, pois trata-se de uma construção peculiar, isto é, uma aprendizagem significativa, que se enquadra na facilidade de memorizar o conteúdo, na funcionalidade e na continuidade da aprendizagem.

Uma das formas de colocar a aprendizagem num círculo bem mais amplo é permitir que os alunos entrem em contato com as relações sociais, ou seja, com a sociedade, sendo o caminho do contato dos alunos com um meio qualquer a realização de estudos do meio. O estudo do meio é uma prática de ensino que se constitui como elemento fundamental da interdisciplinaridade e interação do aluno como um meio qualquer, assemelhando-se nessa perspectiva à atividade turística, pois o estudo do meio visa transformar as aulas em passeios, transportando os alunos para diferentes lugares, com a finalidade de estudo. As “aulas-passeio” colocariam os alunos em interação com o meio, gerando um círculo de relações sociais, econômicas e culturas interligadas, as quais permitem caracterizar esse tipo de atividade como uma forma de lazer e turismo aplicados à educação.

No âmbito do mercado de turismo, o turismo pedagógico ou educacional tem sido percebido como segmento de turismo pedagógico se apresenta como um nicho de mercado capaz de fazer frente a sazonalidade de outros segmentos turísticos. Nessa lógica, o turismo pedagógico ou educacional pode ser definido como uma atividade educativa sob a forma de vivência turística, na qual o papel do turista é assumido pelos



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

alunos, sendo o conhecimento construído a partir da interação e reconhecimento de uma nova realidade que se apresenta.

Outro ponto que merece destaque quando temos como referencial o turismo pedagógico ou educacional reside no contexto histórico que os teóricos da atividade chamam atenção: os conflitos entre visitantes e residentes. Textos como os organizados por Valene Smith (1989) pontuaram os impactos sociais e ambientais negativos gerados pelo turismo. Paralelamente, a idéia de necessidade do envolvimento da comunidade nos processos de desenvolvimento da atividade ganha força, pois os residentes ou em termos antropológicos, os nativos, estariam a margem dos prováveis benefícios que a atividade turística seria capaz de gerar. Nessa perspectiva, teóricos e planejadores da atividade passaram a incluir nos processos de desenvolvimento local fomentados pelo turismo, a inclusão das comunidades locais, garantindo-lhes lugar onde elas passariam a interferir nessa dinâmica. Dentro do mercado de turismo essa concepção de desenvolvimento recebeu a nomenclatura de “desenvolvimento de base local”. Diante desse panorama, parece-me que o turismo pedagógico ou educacional assume também a função de ser o segmento capaz de introduzir diferentes parcelas da população na atividade turística, alocando crianças no contato com um universo que irá lhe tornar familiar a prática turística. O turismo pedagógico ou educacional também prevê que conhecendo localidades na sua região, o aluno-turista teria condições de desenvolver uma postura de conservação e preservação dos patrimônios sociais, culturais e ambientais de suas comunidades. Diante do exposto, podemos pensar que quando adultos essas crianças não tenham condições de consumir outras experiências em demais destinações; entretanto, a experiência vivenciada poderia vir a minimizar conflitos com visitantes, pois devido ao aprendizado das noções de valorização de seu patrimônio, eles assumiriam o papel de “bons anfitriões”, postura perfeita e defendida pelos teóricos de uma educação para o turismo.

Considerações finais

No que tange a questão da Responsabilidade Social, vale ressaltar que para Veloso (2005), o conceito em tela é construído, discursivamente, pela importância econômica da empresa, colocando-se poder de mercado e ação social como dois lados de uma mesma moeda. Após a breve análise do material de divulgação do Parque,



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II
Campus de Ondina

podemos perceber que o Instituto Light é a interface da empresa com os consumidores no exercício de prevenção de conflitos resultantes do distanciamento entre empresa e população na qual ela está inserida; indo além, o Instituto é o construtor e mantenedor da imagem que a Light enquanto empresa deseja repassar para seus clientes. Ao incorporar a Responsabilidade Social aos seus objetivos de lucro, como a redução da inadimplência, a redução com gastos nos reparos de redes elétricas e a redução do roubo de energia através dos mecanismos denominados “gatos”, a Light paralelamente apresenta ao público o que vem fazendo na área social e o que oferece de retorno à comunidade onde está instalada, divulgando essas ações, como no caso de São João Marcos, através da atividade turística, ela, além de agregar sua imagem o valor de uma empresa socialmente responsável promove seu marketing social.

A atividade turística nos moldes em que vem sendo utilizada no Parque Arqueológico e Ambiental de São João Marcos é um dos mais potentes instrumentos de marketing social, pois do caráter de exibição inerente a natureza própria da atividade turística, promove a circulação e a difusão da imagem da Empresa. A estratégia de reunir em uma ação de responsabilidade social valores como a preservação de uma memória, a educação patrimonial e o lazer, inseridos em uma atividade cuja exibição é a sua essência, favorece a aproximação da Empresa com a comunidade em que ela está instalada e com a qual compartilha o meio ambiente e as riquezas necessárias para sua operação. Dessa forma, o marketing social se concretiza ao fortalecer a imagem da Empresa atrelada aos valores de seriedade, justiça social, preocupação ambiental e preservação cultural.

Referências Bibliográficas:

CAPPELLIN, Paola; GIFFONI, Raquel. **As empresas em sociedades contemporâneas: a responsabilidade social no Norte e no Sul.** Caderno CRH, Salvador, v. 20, n. 51, p. 419-434, Set./Dez. 2007.

SMITH, Valene (Org.). **Hosts and guests: the anthropology of tourism.** Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

VELOSO, Leticia M. **Responsabilidade social e globalização: redefinindo o papel das empresas transnacionais no Brasil**, Antropolítica n. 18, Rio de Janeiro. 2005