UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS-CCSO
DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA
CURSO DE TURISMO

ADRIANE JÉSSICA RODRIGUES PINHEIRO

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL E O TURISMO: contribuições do Parque Ambiental da Vale no fomento do turismo sustentável em São Luís do Maranhão.

São Luís
2013

ADRIANE JÉSSICA RODRIGUES PINHEIRO

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL E O TURISMO: contribuições do Parque Ambiental da Vale no fomento do turismo sustentável em São Luís do Maranhão.

Monografia submetida ao curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientador: Profº Msc. David Leonardo Bouças da Silva

São Luís
2013

ADRIANE JÉSSICA RODRIGUES PINHEIRO

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL E O TURISMO: contribuições do Parque Ambiental da Vale no fomento do turismo sustentável em São Luís do Maranhão.

Aprovada em: ___/___/_____

Nota:_____

_____

Profº Msc. David Leonardo Bouças (Orientador)
Universidade Federal do Maranhão
Mestre em Desenvolvimento Sustentável (CDS/UnB)

_____

Profº Linda Maria Rodrigues
Universidade Federal do Maranhão
Doutora em Linguística e Língua Portuguesa (UNESP)

_____

Profª Marilene Sabino Bezerra
Universidade Federal do Maranhão
Mestre em Sustentabilidade de Ecossistemas (UFMA)

A Deus, à minha família, ao meu orientador e aos meus amigos que direta e indiretamente contribuíram para a realização desta pesquisa.

AGRADECIMENTOS

Esta monografia é resultado de um sonho que hoje se torna realidade. A subida de mais um degrau em minha vida a caminho de sucesso profissional e de realização pessoal.

Primeiramente agradeço a Deus, autor da minha vida, por estar sempre ao meu lado nessa jornada, concedendo-me forças para chegar ao fim dessa etapa que transponho em minha carreira. Agradeço por estar sempre comigo não me deixando desanimar em nenhum momento. Sem a sua ajuda eu jamais teria conseguido.

Agradeço à minha mãe, Hermínia, a quem amo demais, por ter investido em minha educação, por ter me incentivado a lutar pelos meus objetivos e me apoiado nos momentos difíceis. Você foi, é e sempre será o meu melhor exemplo. Nada nunca será suficiente para agradecer por tudo o que a senhora já fez por mim.

Às minhas irmãs, Ariane Kassandra e Ionete Cléa, por me entenderem e por se dedicarem a mim neste momento tão importante. A vida ao lado de vocês me mostrou o quanto é bom ter pessoas especiais em nossas vidas. A força de vocês me ajudou muito. Agradeço pela compreensão e pelo companheirismo. Sinto-me agraciada por ter irmãs tão especiais quanto vocês.

Ao meu professor e orientador, o Professor Msc. David Leonardo Bouças da Silva, que me auxiliou na elaboração desta pesquisa e por seus ensinamentos. Obrigada pela paciência e dedicação a mim dispensadas.

Agradeço aos meus amigos pelos momentos de descontração e companheirismo, saibam que vocês são muito importantes para mim, guardo todos em meu coração. Não tenho palavras para explicar o bem que vocês me fazem. Agradeço ainda aos amigos que conquistei no NPDTUR.

À empresa Vale por contribuir para esta pesquisa cedendo dados necessários para a sua elaboração.

“O futuro será verde ou não? Esta verdade é o maior desafio no coração da humanidade: aprender a viver em harmonia com a Terra em uma base verdadeiramente sustentável."

Sir Jonathon Porritt

RESUMO

O aumento na consciência ambiental de amplos setores das sociedades atuais repercutiu também na mudança de atitude das empresas que, por sua vez, viram-se na obrigação de reparar os danos causados, tanto à natureza quanto à sociedade. Nesse contexto, a Vale é uma empresa cuja atividade principal – mineração – é de natureza poluente e afeta a sociedade. Para se adequar ao novo contexto de mercados competitivos, a Vale adota estratégias de Responsabilidade Social, a exemplo do seu Parque Botânico, em São Luís do Maranhão, objeto de estudo desta pesquisa. Este estudo tem como objetivo geral estudar as contribuições dadas pela Vale ao turismo ludovicense, a partir da oferta de visitação pública do seu Parque Botânico. Como objetivos específicos têm-se: realizar levantamento de bibliografias específicas sobre o tema em questão; realizar investigação de campo junto à Vale, a fim de identificar as ações que contribuem para a sustentabilidade do turismo local; entender o envolvimento que a Vale apresenta na sua inserção no setor turístico local; suscitar reflexões a respeito da temática da responsabilidade social em São Luís. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica e entrevista com a gestora do Parque Ambiental. Observou-se que a Vale tem no seu Parque Ambiental uma estratégia de negócio que contribui com a imagem da empresa e, ao mesmo tempo, constitui-se em um dos mais importantes espaços de visitação organizada para os ludovicenses. O envolvimento com a cadeia produtiva do turismo poderia ser intensificado e os investimentos em ações de responsabilidade social poderiam ser incrementados.

Palavras-chave: Desenvolvimento. Empresas Sustentáveis. Responsabilidade Socioambiental. Vale.

ABSTRACT

The increase in environmental awareness of broad sectors of modern societies also reflected in the change of attitude of the companies that, in turn, found themselves obliged to repair the damage, both to nature and to society. In this context, the Vale is a company whose main activity - mining - is polluting in nature and affects society. To adapt to the new context of competitive markets, Vale adopts strategies Social Responsibility, like its Botanic Park in São Luis, the object of this research. This study aims at investigating the contributions given by the Vale tourism ludovicense from offering public tours of its Botanical Park. The specific objectives are to: conduct survey specific bibliography on the subject in question; conduct field research with Vale in order to identify actions that contribute to the sustainability of local tourism; understand the involvement that Vale has in its insertion in the local tourism industry; elicit reflections on the theme of social responsibility in São Luís the methodology used was the literature research and interviews with managers of the Environmental Park. It was observed that Vale has in its Environmental Park a business strategy that contributes to the image of the company and at the same time, it constitutes one of the most important areas for visits organized for ludovicenses. The involvement with the tourism production chain could be intensified and investments in social responsibility could be incremented.

Keywords: Development. Sustainable Enterprise. Environmental Responsibility. Vale.

LISTA DE FOTOS

Foto 1- Entrada e recepção do Parque Botânico.....53

Foto 2- Entrada da Trilha dos Sentidos.....54

Foto 3- Anfiteatro.....54

Foto 4- Auditório.....55

Fotos 5 e 6- Ecoteca.....56

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AAE- Avaliação Ambiental Estratégica

AAI- Avaliação Ambiental Integral

ABNT- Associação Brasileira de Normas Técnicas

ABRE- Associação Brasileira de Rótulos e Embalagens

ABRINQ- Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos

ANPPAS-Associação Nacional de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Sociedade

BHG- Brazil Hospitality Group

BNDES- Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social

CEBDS- Conselho Empresarial Brasileiro de Desenvolvimento Sustentável

CMMAD- Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento

COP-16- 16ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas para Mudança Climática

CSN- Companhia Siderúrgica Nacional

CVRD- Companhia Vale do Rio Doce

EFC- Estrada de Ferro Carajás

EFVM- Estrada de Ferro Vitória a Minas

FCA- Ferrovia Centro-Atlântica

FHC- Fernando Henrique Cardoso

FNS- Ferrovia Norte-Sul

FUNCEF- Caixa Econômica Federal

IBASE- Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

INFRAERO- Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária

INMETRO- Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia

ISO - International Organization for Standardization

MTUR- Ministério do Turismo

NUPAUB- Núcleo de Apoio à Pesquisa sobre Populações Humanas em Áreas

Úmidas Brasileiras

ODM- Objetivos de Desenvolvimento do Milênio

OMT- Organização Mundial do Turismo

ONG- Organização Não Governamental

ONU- Organização das Nações Unidas

PNAP- Plano Nacional de Áreas Protegidas

PNB- Produto Nacional Bruto

PNT- Plano Nacional do Turismo

RA- Responsabilidade Ambiental

RS- Responsabilidade Social

S/A- Sociedade Anônima

SBPC- Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência

TAC- Termo de Ajuste de Conduta

UFMA- Universidade Federal do Maranhão

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....13

2 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NO MUNDO E NO BRASIL.....16

2.1 Desenvolvimento Sustentável e o Turismo.....21

3 A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EMPRESARIAL.....29

3.1 A Responsabilidade Social Empresarial.....31

3.2 A Responsabilidade Ambiental Empresarial.....40

3.3 A Vale no Contexto da Responsabilidade Socioambiental Empresarial.....44

3.3.1 A Vale.....44

3.3.2 A Responsabilidade Socioambiental da Vale.....48

4 O PARQUE BOTÂNICO DA VALE EM SÃO LUÍS DO MARANHÃO.....51

4.1 Metodologia da Pesquisa.....51

4.2 Contribuições do Parque Botânico da Vale para o Fomento do Turismo Ludovicense.....52

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....62

REFERÊNCIAS.....65

ANEXO.....69

APÊNDICE.....72

1 INTRODUÇÃO

O homem ao longo dos anos buscou progredir e melhorar sua qualidade de vida, no entanto, utilizou os recursos naturais disponíveis no planeta de forma que estes não estão conseguindo se renovar e já começam a demonstrar sinais de esgotamento. Esse fato traz consequências graves para o planeta, colocando em risco a existência humana. Se o tempo de renovação da natureza não for respeitado será impossível continuar sua exploração e consequentemente a vida humana estará ameaçada.

Com a intensificação da exploração do meio ambiente, começaram a ocorrer alguns acidentes que demonstraram que a natureza sofre com a degradação provocada pela ação humana e que precisava ter os seus limites respeitados. Dentre as catástrofes que assolaram a humanidade pode-se citar inversões térmicas, poluição de recursos hídricos, contaminação do solo, extinção de espécies da fauna e da flora, e etc. Várias vidas foram ceifadas por esses desastres e milhares foram afetadas de alguma forma. Se o homem usufruísse da natureza pensando nas consequências de seus atos, muitos desses problemas poderiam ter sido amenizados ou até mesmo evitados.

Como um dos principais responsáveis por esses desastres ambientais, pode-se apontar as empresas que se instalam em localidades onde há bastante áreas naturais para serem utilizadas como matéria prima. As empresas buscam o lucro, afinal essa é a principal razão de sua existência, mas, nesse ensejo, acabavam por danificar as áreas onde atuam, prejudicando assim os ecossistemas e a população envolvida. Com o passar do tempo, a visão das empresas foi mudando e sua forma de agir também, influenciada por diversos fatores. Começaram a formular programas e projetos voltados para o âmbito socioambiental, todavia, muitas vezes ações pontuais que não se aprofundam na solução, a longo prazo, dos problemas.

Discute-se muito a questão da motivação das empresas em realizar ações socioambientais. O ideal é que elas se preocupem realmente com os danos ocasionados por suas atividades e que estejam mobilizadas a solucioná-los ou amenizá-los. No entanto, alguns estudiosos acreditam que as instituições só estão preocupadas em conquistar os clientes, já que ações socioambientais melhoram sua imagem diante dos consumidores e aumentam

sua competitividade no mercado global. Na verdade elas não estariam interessadas, de fato, em preservar a natureza.

No entanto, a preservação e a conservação de áreas naturais de uma região e a valorização da sociedade local não dependem apenas do setor privado, mas deve ser uma ação conjunta de instituições público-privadas, organizações da sociedade civil e dos cidadãos de forma geral. No contexto do turismo, a preservação da natureza diz respeito a todos, tanto os autóctones quanto os turistas, tendo participação ativa dos gestores locais e das instituições, sejam elas de pequeno, médio ou grande porte.

Para alcançar a sustentabilidade é necessário trabalhar a questão social associada à ambiental. São duas vertentes que não podem ser trabalhadas de forma dissociada. Muitas organizações podem contribuir com o desenvolvimento do turismo criando áreas para salvaguardar espécies da fauna e da flora típicos da localidade onde se encontram instaladas. Nesses espaços, a visitação pode ser estimulada para que os autóctones fortaleçam sua identidade e os turistas conheçam um pouco mais sobre o destino visitado. A responsabilidade socioambiental nestas áreas pode ser realizada oferecendo emprego para a comunidade que vive no entorno desses espaços aliada à educação ambiental.

Em São Luís do Maranhão, pode-se citar o exemplo da empresa Vale, organização de grande porte voltada para a mineração e exploração de áreas naturais. Por outro lado, a mineradora desenvolve projetos e programas para proteger a natureza e a localidade onde está inserida, como o seu Parque Ambiental, em São Luís do Maranhão, mote do presente estudo.

Esta pesquisa tem como objetivo principal estudar as contribuições dadas pela Vale ao turismo ludovicense, a partir da oferta de visitação pública do seu Parque Botânico. Os objetivos específicos estabelecidos para o alcance do objetivo geral foram: realizar levantamento de bibliografias específicas sobre o tema em questão; realizar investigação de campo junto à Vale, a fim de identificar as ações que contribuem para a sustentabilidade do turismo local; entender o envolvimento que a Vale apresenta na sua inserção no setor turístico local; suscitar reflexões a respeito da temática da responsabilidade socioambiental em São Luís do Maranhão.

A pesquisa caracteriza-se por ser exploratória, descritiva e qualitativa. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica, lançando mão de bibliografias específicas e documentos oficiais, além de uma entrevista com a gestora do Parque Botânico da Vale. Foram realizadas ainda várias visitas ao Parque para registro fotográfico da infraestrutura de visitação, e das espécies da fauna e da flora existentes no local.

Esta pesquisa contém 5 capítulos, sendo o primeiro a introdução. No segundo, aborda-se o tema desenvolvimento sustentável. No terceiro trata-se da questão da responsabilidade socioambiental empresarial e sobre a Vale. O quarto capítulo aborda sobre o Parque Botânico da Vale e suas contribuições para o turismo ludovicense. As considerações finais compõem o quinto capítulo.

A partir da estruturação ora apresentada, entende-se que a pesquisa foi desenvolvida de forma clara, objetiva e que leva ao entendimento mais aprofundado do tema da responsabilidade socioambiental e do turismo.

2 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NO MUNDO E NO BRASIL

Os problemas oriundos do progresso começaram a preocupar quando vários desastres começaram a acontecer, caso da Bélgica que, em 1930, sofreu com a inversão da temperatura devido à grande poluição. Nesse episódio, 63 pessoas morreram e mais de seis mil tiveram problemas de saúde. Outro desastre, mais grave ainda, aconteceu em Londres, em 1952, quando quatro mil pessoas morreram devido a uma inversão térmica também causada pela poluição.

O desenvolvimento das cidades pode acarretar desastres como o acidente nuclear de Chernobyl, na Ucrânia, em 1986. Segundo Douglas Ciriaco (2011), nesse incidente vazou radioatividade que se espalhou pela União Soviética, Europa Oriental, Escandinávia e Reino Unido. Devido à demora do governo em alertar a população, milhares de pessoas foram contaminadas com a radioatividade. Até o ano de 2005, ainda era possível encontrar, nessas localidades, vestígios de Césio-137, uma das substâncias que se espalharam. Depois desse fato aumentaram os cuidados com as usinas nucleares.

Contudo, em março de 2011, após o terremoto que provocou tsunamis que devastaram o Japão, aconteceu outro acidente nuclear na usina de Fukushima. Em âmbito brasileiro, em 1987, em Goiânia, houve vazamento também de Césio 137. Nesse episódio[1], segundo Mirelle Irene (2012) A Associação das Vítimas do Césio-137 declara que morreram nestes 25 anos cerca de 104 pessoas e cerca de 1,6 mil tenham sido afetadas diretamente. Diversos desastres ambientais ainda tiveram que acontecer para que os governantes acordassem para a necessidade de criar medidas de proteção ambiental e social.

Esses acidentes ambientais prejudicam a economia local porque além de comprometer os recursos naturais das cidades servem como entraves para o desenvolvimento da atividade turística. Essas localidades precisam de um bom planejamento e de uma boa divulgação para conseguir se recolocar no mercado como um destino capaz atrair visitantes novamente. A partir da década de 1960, os governos e os gestores do turismo começam a atentar

[1] Disponível em http://noticias.terra.com.br/brasil/goiania-25-anos-depois-perguntam-ate-se-brilhamos-diz-vitima,bb12dc840f0da310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html. Acesso em 10 abr 2013.

para as consequências geradas pelo crescimento da demanda, pois os recursos não estavam conseguindo se renovar e começavam a dar sinais de esgotamento. Os líderes mundiais então perceberam o desgaste que o planeta estava sofrendo e passaram a discutir o assunto em suas pautas de reuniões. Esse fato fez com que a ONU, em 1972, realizasse a Conferência sobre o Meio Ambiente em Estocolmo. Após essa conferência a ONU participou da elaboração de vários relatórios, dentre eles o Relatório de Brundtland.

O conceito de Desenvolvimento Sustentável (DS) começa a ganhar destaque quando a Assembleia Geral da ONU resolve criar a Comissão Mundial Sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), presidida pela então primeira ministra da Noruega Gro Harlem Brundtland. Essa comissão elaborou um documento, em 1987, intitulado *Our Common Future* (Nosso Futuro Comum), também conhecido como Relatório Brundtland. Esse relatório tornou-se um marco na discussão do DS. O conceito pioneiro e referencial de desenvolvimento sustentável foi estabelecido neste documento como processo que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprirem suas próprias necessidades. Significando possibilitar que as pessoas, agora e no futuro, atinjam um nível satisfatório de desenvolvimento social e econômico, e de realização humana e cultural, fazendo, ao mesmo tempo, um uso razoável dos recursos da terra e preservando as espécies e os habitats naturais.

Este relatório aborda os problemas ambientais, como a destruição da camada de ozônio e o aquecimento global. Apontava para o fato de que os problemas ambientais estavam surgindo e se agravando com grande velocidade e o ser humano não estava conseguindo elaborar e propor soluções com a mesma rapidez. O Relatório Brundtland ainda oferecia medidas que os países deveriam tomar para conter a degradação do planeta. Dentre as medidas cita-se: diminuição do consumo de energia; desenvolvimento de tecnologias de uso renováveis; aumento da produção industrial por países não industrializados com base em tecnologias ecologicamente adaptadas.

Outro evento voltado para discutir as questões ambientais foi a II Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento Humano, também conhecida como Cúpula da Terra ou Eco-92, realizada no

Rio de Janeiro, em 1992, tendo como foco das discussões o DS e a busca por soluções para retroceder a degradação ambiental. Participaram 179 líderes mundiais. Nessa conferência foram assinados vários acordos e documentos entre eles a Agenda 21, que é um programa de ação com 40 capítulos. Recebeu esse nome porque fazia menção ao desejo de mudar a forma como o desenvolvimento estava acontecendo.

A Agenda 21 trabalha a sustentabilidade voltada para questões internacionais, nacionais e locais. A nível global visa contribuir para construção de sociedades sustentáveis, harmonizando as questões ambientais, econômicas e sociais. No Brasil, tem como objetivo ajudar o país a se desenvolver de forma sustentável. E, por fim, em âmbito local deseja envolver a sociedade no planejamento de determinadas regiões. Além da Agenda 21 foram firmados acordos como, por exemplo, a Convenção do Clima; Convenção da Biodiversidade e a Declaração do Rio.

Diversos eventos aconteceram para que os gestores mundiais pudessem discutir os problemas ambientais e para que fossem propostas soluções para os mesmos. Em 1993, foi realizado o V Programa Ação Ambiental da União Europeia: rumo a um desenvolvimento sustentável. Nesse evento foram apresentadas estratégias para que a União Europeia alcançasse o DS entre 1993 a 2000. A I Conferência sobre Cidades Europeias Sustentáveis aconteceu, em 1994, na Dinamarca. A II Conferência sobre Cidades Europeias Sustentáveis se realizou em Lisboa, no ano de 1996.

Em 1997, na cidade de Kyoto, no Japão, foi realizada a III Conferência das Nações Unidas sobre as Alterações Climáticas. Nessa reunião, estabeleceu-se o Protocolo de Kyoto, acordo assinado por 189 países se comprometendo a reduzir a produção de gases que contribuem para o aumento do efeito estufa. Esse documento ofereceu três propostas para auxiliar os países desenvolvidos a cumprirem suas metas. A primeira diz respeito a parcerias entre os países na elaboração de projetos de responsabilidade ambiental; a segunda é a concessão de crédito para que os países desenvolvidos comprem dos países em desenvolvimento, já que estes poluem menos e a terceira refere-se ao Mecanismo de Desenvolvimento Limpo, onde países desenvolvidos adquirem Redução Certificada de Emissões que são geradas pela implantação de projetos em países em desenvolvimento.

Em 2007, os 189 países se reuniram em Bali, na Indonésia, na 13ª Conferência da ONU sobre Mudanças Climáticas para definir o substituto do Protocolo de Kyoto que deveria entrar em vigor em 2013, no entanto, até o momento, não há uma definição.

Em 2000, foi aprovada a Declaração do Milênio após os três dias da reunião intitulada Cimeira do Milênio. Neste documento os governantes orientavam como as instituições deveriam proceder para conseguir se adaptar à sustentabilidade. Nesse mesmo ano aconteceu a III Conferência Europeia sobre Cidades Sustentáveis. Em Johanesburgo, em 2002, aconteceu a Conferência Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável, também conhecida como Rio+ 10. Os principais temas abordados foram o combate à pobreza e um incentivo maior à proteção do ambiente.

No ano de 2006, elaborou-se o VI Programa de Ação Ambiental para o ambiente da União Europeia que possuía sete estratégias que tinham como principal objetivo melhorar a qualidade de vida ao mesmo tempo em que promove o desenvolvimento sustentável. Em 2009, no I Fórum Internacional do Condomínio da Terra, através da Declaração de Gaia, foi implantado o Condomínio da Terra, um documento que visava conciliar a existência humana com o uso dos bens do planeta.

A 16ª Conferência das Partes da Convenção-Quadro das Nações Unidas para Mudança Climática (COP-16) foi realizada em 2010, em Cancun. Um dos assuntos discutidos foi a manutenção da temperatura global em 2 ºC. Em 2011, a Organização das Nações Unidas (ONU) elaborou um relatório chamado Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) que estipulou metas que devem ser cumpridas até o ano de 2015. Dentre as metas estipuladas podemos citar a redução da pobreza. Em 2012, a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável está prevista para se realizar no Rio de Janeiro de 20 a 22 de junho e terá como assunto de uma de suas pautas o direito à água e a segurança alimentar.

Todos esses eventos aconteceram com o intuito de sensibilizar e mobilizar os países a preservarem as riquezas de suas regiões para que os seres humanos possam continuar a usufruir desses bens. E mostrar que o atual sistema econômico, ao mesmo tempo que pode gerar riqueza, pode ocasionar muita pobreza e destruição não apenas da natureza, mas também

da humanidade.

O turismo pode ajudar nessa mudança de postura da sociedade ante os problemas ambientais, pois é uma atividade que gera renda e pode contribuir para a educação ambiental[2]. Porém, deve ser bem planejado porque pode causar o efeito inverso em uma localidade, em vez de trazer desenvolvimento pode gerar degradação e desvalorização social. Todas essas discussões em torno do DS são para tentar sanar, ou pelo menos amenizar, esses impactos negativos nas comunidades receptoras.

O Brasil é um país com uma grande biodiversidade de fauna e flora. Formado por lugares que possuem forte poder de atração sobre os visitantes. Todavia, muitos desses destinos não são aproveitados da melhor maneira. Segundo Daniel Esty (2008), o Brasil é o país que possui mais condições de liderar o DS no mundo. Já é considerado o principal destino da América do Sul, agora precisa trabalhar para melhorar sua posição em relação ao ranking mundial. O país, que já ocupou o 45º lugar, atualmente ocupa a 52ª posição, segundo dados do relatório do Fórum Econômico Mundial de 2011.

O turismo tem contribuindo com a conscientização da sociedade e vem ganhando maior importância e atraindo cada vez mais a atenção do empresariado brasileiro. Em 2003, a atividade ganhou um Ministério do Turismo (Mtur). O Mtur elaborou o Plano Nacional de Turismo (PNT), editado em duas versões, a primeira de 2003 a 2006 e a segunda do período de 2007 a 2010, que tinha como objetivos desenvolver os atrativos com qualidade dando ênfase à diversidade existente no país além de facilitar o consumo dos mesmos, tanto nacional quanto internacionalmente.

As políticas públicas voltadas ao turismo não podem ser separadas das políticas que visam o crescimento econômico. O Mtur reconhece que a atividade pode ser uma grande aliada no combate à pobreza, porém não tem o poder de erradicá-la. Uma forma encontrada pelos gestores para tentar minimizar a pobreza nas localidades em que a atividade turística é inserida foi a inclusão social no turismo. Ao se implementar o turismo em um destino é necessário antes preparar a comunidade para receber os visitantes.

O DS pode contribuir muito com a localidade onde é implementado.

[2] A educação ambiental deve ser vista como um processo de permanente aprendizagem que valoriza as diversas formas de conhecimento e forma cidadãos com consciência local e planetária (JACOBI, 1999; p. 10).

Haverá melhoria na qualidade de vida das pessoas, preservação de espécies da fauna e flora, proteção dos bens naturais existentes em uma determinada localidade e dessa forma estará beneficiando também a atividade turística, que necessita dos mesmos para se desenvolver satisfatoriamente.

2.1 Desenvolvimento Sustentável e o Turismo

O homem sempre buscou o desenvolvimento econômico e nessa busca quase destruiu o planeta. Por séculos, o ser humano utilizou os recursos naturais sem se importar se estes um dia esgotariam.

A todo momento, surgem artigos que rapidamente são substituídos por outros mais sofisticados que caem no gosto das pessoas que acabam por comprá-las. No entanto, os produtos são fabricados para durar pouco tempo para que assim as pessoas comprem outros e o consumismo se perpetue. Não há uma preocupação com o destino dos restos dos produtos ou das embalagens que acabam sendo descartados no ambiente sem nenhum tipo de cuidado. O consumismo das sociedades capitalistas intensifica esta lógica.

A sobrevivência humana depende da conservação do planeta. Se o homem joga lixo sem nenhum tipo de tratamento na natureza está ameaçando a sua própria espécie. De acordo com Furtado (2003), a sobrevivência humana depende de três fatores principais: biodiversidade; energia renovável e uso correto da terra. A sociedade sustentável deve rever seus padrões de consumo e produção de bens e serviços, tendo por base os princípios de desenvolvimento que regem as questões sociais, ambientais e econômicas. O desenvolvimento precisa ter por finalidade o crescimento econômico sem diminuir a qualidade de vida das pessoas. Deve envolver as esferas sociais, econômicas, ambientais e políticas. Se não abranger todas essas esferas trará consequências negativas para a localidade e as comunidades locais.

É importante diferenciar crescimento de desenvolvimento, pois são atividades distintas. Crescimento refere-se ao aumento da capacidade produtiva e pode ser medido pelo Produto Nacional Bruto (PNB). Já o desenvolvimento é o crescimento econômico aliado à melhoria na qualidade de

vida da sociedade. A definição de desenvolvimento é mais qualitativa. É importante que o mesmo beneficie a todas as classes sociais, regiões e países. São consideradas nações desenvolvidas aquelas que são detentoras de mais posses. Devido a esse fato, o homem vive em uma busca desenfreada por lucro e posses, pois quanto mais ele tem, mais desenvolvido se considera. Entretanto, não considera os impactos negativos que suas ações causam no ambiente.

De acordo com Faria e Carneiro (2001), desenvolvimento sustentável relaciona-se à expansão econômica permanente, com melhorias nos indicadores sociais, e à preservação ambiental. Estudiosos do DS apontam que os principais entraves são: crescimento populacional, urbanização, crescimento econômico, industrialização, entre outros.

Para que haja sustentabilidade em uma localidade é necessário que a região seja trabalhada em todos os seus aspectos. A sociedade precisa se sentir valorizada e ver que os atrativos de sua cidade estão sendo preservados, apesar da busca pelo progresso. As empresas devem usar os recursos naturais encontrados nas localidades de forma sustentável e contribuir para o desenvolvimento de uma região criando projetos e programas que visem a conservação da natureza e o fortalecimento da identidade cultural.

Segundo o engenheiro Augusto Carlos Vasconcelos (2009) a palavra sustentabilidade surgiu na língua inglesa e significa "capacidade de suportar cargas". Ao associar o termo sustentabilidade ao de desenvolvimento, o que se deseja transmitir é a ideia de uso racional, ou seja, usar de forma que o ambiente não sofra tanto com os impactos negativos que lhe forem causados, oriundos da prática de alguma atividade. O objetivo é crescer, gerando qualidade de vida para a população, de forma que os recursos naturais do planeta consigam se renovar e garantir a sobrevivência da espécie humana.

Como exemplo de atividade que pode causar impactos negativos a um destino destaca-se o Turismo que se apropria da natureza e dos ambientes produzidos das cidades, podendo contribuir com o seu desenvolvimento. É necessário que a atividade turística atue de forma sustentável já que a natureza e a cultura são consideradas como as matérias-primas do turismo

(RUSCHMANN, 1997). Nesse sentido, Coriolano (2006, p. 19) acrescenta que:

> [...] Turismo e meio ambiente são realidades inseparáveis. Pode-se dizer que o Turismo é uma abstração, que se torna concreta quando os viajantes entram em contato com os lugares, as paisagens e territórios turísticos.

Uma maneira de desenvolver, divulgar e manter o turismo sem destruir o destino e interferir de forma negativa na vida da comunidade receptora exige muito planejamento, envolvimento de todos os atores que convivem em uma região, identificação de capacidade de carga, um marketing responsável, estabelecimento de normas de uso para que os limites dos atrativos sejam respeitados e estes consigam se renovar, garantindo a continuidade de sua exploração e etc.

O conceito mais aceito para definir Turismo é o da Organização Mundial do Turismo (OMT, 1999 apud BRAS, 2012):

> Turismo é o conjunto de atividades praticadas pelos indivíduos durante as suas viagens e permanência em locais situados fora do seu ambiente habitual, por um período contínuo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros.

O Turismo é considerado, além de uma atividade econômica lucrativa, um fenômeno econômico, político, cultural e, principalmente, social porque envolve deslocamento e interação entre pessoas. Oscar de La Torre Padilha (1994) define turismo como:

> [...] um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário de indivíduos ou grupo de pessoas que, fundamentalmente por motivo de recreação, descanso, cultura ou saúde, se deslocam de seu lugar de residência habitual a outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa ou remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Não se deve pensar no turismo apenas como uma atividade econômica, pois este pode trazer outras contribuições para a sociedade. Uma delas é o fortalecimento da identidade local e o resgate da cultura de um povo, além de trazer maior visibilidade para a localidade tornando-a mais competitiva no mercado turístico, o que consequentemente, corroborará com o efeito multiplicador do turismo (mais emprego, mais renda, maior volume de

negócios, mais impostos e etc.).

Por ser um fenômeno social, a atividade turística exige que os profissionais possuam uma base teórica e habilidades para trabalhar a questão da sustentabilidade não apenas pelo lado ambiental, mas por todos os outros que envolvem o setor. O Bacharel em turismo precisa ter uma visão holística e planejar o turismo em uma região abrangendo o âmbito social, o ambiental, o econômico, o cultural e o político. Deve envolver tanto o governo, quanto as empresas privadas e a comunidade. Se não for assim não haverá sustentabilidade, pois todos precisam ser beneficiados.

Barreto (1998) afirma que o fenômeno turístico tem um aspecto social tão importante quanto o desenvolvimento econômico, proporcionando a possibilidade de expansão do ser humano, seja pelo divertimento ou pela possibilidade de conhecer novas culturas e lugares. Através do turismo, o indivíduo pode viver novas experiências estando em contato com culturas totalmente diferentes da sua. A atividade turística sempre existiu, o que variava era a motivação de cada indivíduo. Um dos benefícios da Revolução Industrial foi o encurtamento das distâncias, com a melhoria nos meios de transporte e de comunicação, que favoreceu o desenvolvimento do turismo de forma acelerada e sem nenhum tipo de planejamento.

A busca incessante do homem pelo lucro fácil contribuiu para a degradação de diversas localidades. E isso tem prejudicado a atividade turística, já que diversas áreas que servem como atrativo estão sendo devastadas pela ação antrópica. Por ser uma atividade que se apropria dos recursos existentes em uma região, a falta de planejamento colaborou para que o turismo esgotasse os bens naturais de um destino e este deixasse de ser atrativo aos olhos dos turistas. Nesse sentido, os gestores precisam se preparar para administrar os problemas ocasionados pela atividade.

Quando se fala em impactos, o que vem logo à mente são os ambientais, como alterações bruscas na paisagem, extinção da fauna e flora, poluição dos recursos hídricos, contaminação do ar, entre outros. No entanto, os impactos sociais também devem ser alvo prioritário, dentre os quais pode-se citar: interferência no cotidiano da população local, exclusão da comunidade e o aumento da violência. Por isso, o ambiente precisa ser entendido como algo

mais amplo, um conjunto de fatores físicos, químicos, biológicos e socioeconômicos.

Na perspectiva de solucionar ou evitar os impactos negativos, trata-se do conceito de planejamento, enquanto ferramenta estratégica importante no desenvolvimento das ações humanas. Segundo Ruschmann (1997, p. 9), o planejamento tem por finalidade:

> Ordenar as ações do homem sobre o território e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma os efeitos negativos nos recursos, que os destroem ou reduzem sua atratividade.

O planejamento age como uma ferramenta para explorar e manter a atratividade das localidades, uma vez que os recursos poderão se renovar e assim a atividade continuará a se desenvolver. Se o turismo não for bem planejado, não só o ambiente sairá perdendo com a degradação e os impactos negativos, como a comunidade também, porque terá os ecossistemas da sua cidade afetados pela ação humana; a cidade deixará de ser um destino atrativo para os visitantes e a população local perderá mais uma fonte de renda que poderá auxiliá-la no sustento de sua família e consequentemente na melhoria da qualidade de vida. Outro benefício que a atividade turística bem planejada pode trazer é o fortalecimento da identidade local e o incentivo à transmissão das tradições, visto que estas podem servir como um fator de influência para que um turista venha até a localidade. O turismo pode auxiliar no desenvolvimento de comunidades e de pessoas, mas, para isso, precisa ser bem planejado, do contrário terá o efeito inverso.

Sendo assim, o planejamento turístico

> [...] pode minimizar impactos potencialmente negativos, maximizar retornos econômicos nos destinos e, desta forma, estimular uma resposta mais positiva por parte da comunidade hospedeira em relação ao turismo no longo prazo (HALL, 2004; p.29).

Barreto (2000) define planejamento como uma atividade, não algo estático, é um devir, um acontecer de muitos fatores concomitantes, que têm de ser coordenados para alcançar um objetivo que está em outro tempo. Sendo um processo dinâmico, é lícita a permanente revisão, a correção de rumo, pois

exige um pensar constante, mesmo após a concretização dos objetivos. O planejamento deve sempre ser revisto para avaliar os erros, os acertos, o que precisa melhorar e o que está dando certo.

Existem alguns entraves que se opõem ao planejamento, dentre os quais podem ser citados: o alto custo; os interesses da população local; características de cada destino que vão de encontro com os critérios do planejamento e a acomodação por parte dos gestores. Para se trabalhar com sustentabilidade um destino, é necessário que se implante algumas medidas que muitas empresas consideram dispendiosas. A comunidade precisa se envolver em todos os processos do planejamento, desde a elaboração até sua fase de implementação, do contrário, há um grande risco do mesmo não ser bem sucedido.

Um bom planejamento pode auxiliar na prevenção de impactos danosos a uma localidade. Um instrumento usado pelos países para analisar o nível dos impactos é a avaliação ambiental. Este tipo de avaliação não analisa apenas os impactos ambientais, mas os econômicos e os sociais também. Está dividida em Avaliação Ambiental Estratégica (AAE) que avalia os programas, planos e projetos referentes ao meio ambiente e em Avaliação Ambiental Integral (AAI) que é um processo que liga conhecimento e ação, levando em consideração aspectos naturais e humanos e ainda auxilia na implementação de políticas e estratégias (PARTIDÁRIO, 2007).

Para facilitar o seu planejamento e a sua manutenção, o Turismo é dividido em vários segmentos: cultural, rural, de aventura, de negócios, de eventos, gastronômico, religioso, ecológico, etc. A segmentação do mercado[3] serve para facilitar a exploração de um destino focando em um tipo de turista, além de facilitar a manutenção dos atrativos. Por muito tempo, predominou o turismo convencional, também conhecido como turismo de massa, cuja principal característica é o deslocamento de um grande número de pessoas que não tinham intenção ou, por viajarem através de pacotes, que ofereciam atividades cronometradas, não conseguiam interagir com o lugar. Essa situação acabava por criar não lugares, ou seja, lugares aos quais não se

[3] De acordo com Churchill (2000), a segmentação de mercado é o processo de dividir um mercado em grupos de compradores potenciais que tenham semelhantes necessidades e desejos, percepções de valores ou comportamentos de compra.

atribuem qualquer tipo de característica, porque a passagem por eles é tão rápida que não há experiências a serem lembradas.

Para atender à demanda do turismo de massa são instalados diversos tipos de equipamentos sem nenhum tipo de avaliação: hotéis, restaurantes, empresas voltadas para o entretenimento dos turistas e etc. Porém, sem um estudo prévio, esses empreendimentos podem comprometer a cidade e trazer consequências graves para a população e para o ambiente. Outro fator, nessa modalidade turística, é a falta de consciência dos turistas, que achavam que não deviam se responsabilizar pelo atrativo que estavam visitando. O fato de realizarem atividades rápidas nos lugares contribui para a falta de consciência dos visitantes que não conseguem se identificar com os atrativos ou com a população local e assim não se sentem no dever de proteger os destinos visitados. Nesse aspecto, Ansarah (2001, p. 67), mais uma vez corrobora com a importância do planejamento turístico ao relatar que

> [...] planejamento turístico é o processo que tem como finalidade ordenar as ações humanas sobre uma localidade turística, bem como direcionar a construção facilidades de forma adequada, evitando efeitos negativos nos recursos que possam destruir ou afetar sua atratividade.

É o planejamento turístico que irá indicar a melhor forma de se desenvolver o turismo em uma região. No entanto, não são apenas os empreendimentos voltados ao turismo que afetam a atividade, empresas que não estão diretamente ligadas a ele precisam tomar providências para minimizar os impactos causados pelas suas ações.

Beni (2001) afirma que o planejamento turístico deve se associar ao condicionante social e fazer com que o turismo se constitua num incentivo à criatividade, às artes e às manifestações sociais, artesanais ou folclóricas, e que seja crescente o número de pessoas atingidas por essa política. O ideal é que seja realizado o planejamento participativo, ou seja, aquele que envolve a população local em todos os processos. O planejamento participativo deve levar em consideração a opinião da comunidade, afinal um dos objetivos do turismo é proporcionar desenvolvimento, renda e emprego para a comunidade.

Com o crescimento das cidades, as pessoas têm buscado cada vez mais se refugiar em lugares em que podem manter um contato maior com a

natureza. Como alternativa, estão sendo implementadas novas modalidades turísticas, como o “turismo alternativo”, “turismo brando”, “turismo leve”[4] e, principalmente, o ecoturismo[5], que possui como principais características ser realizado por pequenos grupos ou indivíduos, o serviço é personalizado e valoriza as experiências pessoais. Esse turista prima por qualidade nos serviços, ele valoriza a cultura, é mais elitizado, busca interagir com a comunidade do destino, é consciente de seu dever de preservar a natureza e está sempre em busca de diferenciais.

O perfil dos turistas mudou porque mudou também a motivação da viagem. Antes as pessoas viajavam mais para os litorais, o conhecido turismo de “Sol e Praia”, atualmente buscam o contato com a natureza. Para atrair esse novo perfil de turista, começa-se a falar e a adotar métodos sustentáveis. A sustentabilidade, por sua vez, não está relacionada apenas ao meio ambiente, mas também à economia, à sociedade, à política e à cultura de um povo.

> A viabilidade econômica depende de um uso de recursos que não os esgote irreversivelmente e de um padrão de manejo do lixo resultante da produção, que não destrua a vida. a sustentabilidade política se baseia em dar a todos os membros de uma sociedade uma responsabilidade na sua sobrevivência: isto não pode ser conseguido a menos que todos gozem de liberdade, direitos pessoais invioláveis, algum nível mínimo de segurança econômica e acreditem que o sistema político no qual vivem persegue algum bem comum, e não meros interesses particulares. Finalmente, se o desenvolvimento é para ser social e culturalmente sustentável, os fundamentos da vida comunitária e os sistemas simbólicos de significação devem ser protegidos, e não cozinhados em banho-maria até o esquecimento sob o pretexto de submissão às exigências de alguma "racionalidade" tecnológica impessoal (GOULET, 1997; p.78).

É importante trabalhar a sustentabilidade de forma sistêmica, ou seja, em todos os seus aspectos e não apenas no ambiental, como muitos gestores fazem. Se todas as vertentes forem desenvolvidas, o turismo poderá gerar renda para a comunidade e dessa forma colocar o destino em lugar de destaque no cenário global, tornando-o ainda mais competitivo. Segundo Faria e Carneiro (2001), para o desenvolvimento sustentável do Turismo, é necessário que haja um bom gerenciamento, medidas de promoção

[4] Para maiores informações, ver Krippendorf (2000).
[5] Ecoturismo é o segmento da atividade turística que utiliza de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva a sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008; p. 09).

socioeconômica e ações ambientalmente corretas. Ou seja, é um conjunto de fatores que vai fazer com que a atividade turística contribua para o progresso de uma determinada localidade sem agredir tanto a natureza e sem interferir de forma drástica na vida da comunidade local.

Com o planejamento pautado na sustentabilidade, o turismo poderá realizar sua principal função que é fazer com que é proporcionar ao turista experiências intensas em contato com a comunidade e com a natureza, ao mesmo tempo em que tenta incutir no viajante a necessidade de preservar e conservar o meio ambiente, auxiliar a comunidade a preservar seus atrativos.

3 A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EMPRESARIAL

Castro (2002) afirma que a urbanização da vida social não se reduz apenas ao surgimento das cidades, mas à criação de um modo de viver e de pensar. Ainda segundo esse autor, é necessária que haja uma transformação social e uma mudança política, associadas à mentalidade do setor secundário e/ou terciário. O crescimento das cidades exige que sejam criadas políticas públicas voltadas à organização da vida em sociedade e à proteção dos bens naturais e culturais de uma comunidade. Idealmente, as pessoas devem construir uma nova consciência pautada em valores éticos e ecológicos.

Com o passar dos anos, o mundo passou por diversas transformações em todas as esferas: econômica, social, política e cultural. O homem acompanhou esse processo e também mudou sua forma de pensar e de agir em relação ao ambiente, porém essa mudança foi acontecendo de forma gradual. O mundo foi sofrendo com o uso abusivo de seus recursos pelos seres humanos e estes passaram a entender que precisavam parar para refletir sobre as consequências de suas ações, pois se continuassem a degradar o planeta com a velocidade que estavam fazendo, acabariam por comprometer sua própria sobrevivência.

O Ministério do Turismo (2007) afirma que construir uma sociedade sustentável é um sério desafio para os governos, que têm papel fundamental no fomento ao DS, definindo políticas públicas que modifiquem a visão de que se deve perseguir o crescimento econômico a qualquer custo. Se continuar

nesse ritmo, o crescimento econômico comprometerá a continuidade da espécie humana. Uma das principais funções do governo é proteger tanto a sociedade quanto os atrativos locais. Entretanto, com o passar dos tempos, o setor privado começou também a adotar essa postura de responsabilidade com as questões sociais e ambientais.

Antes, as empresas, majoritariamente, preocupavam-se apenas com o lucro, sem se importar com agressões à natureza ou às comunidades nas quais se encontravam inseridas. Atualmente, as organizações privadas procuram realizar projetos ambientais e sociais, até mesmo para agregar valor aos seus produtos e serviços, e para alcançar um novo tipo de consumidor que, mais consciente, busca por instituições que trabalhem seu lado socioambiental (estratégia de negócio). Desenvolver seu lado socioambiental serviu para muitas empresas, como Coca-Cola, O Boticário e Vale se sobressaírem no mercado global.

As empresas estão se humanizando e um fator que contribuiu para isso foi a pressão que a sociedade em geral e a mídia têm feito sobre as organizações. Para não perder seus clientes e consumidores, as empresas passaram a dar mais valor às ações voltadas à preservação ambiental e a atividades de cunho social.

De acordo com Figueira e Dias (2011), as certificações contribuem para voltar a atenção da sociedade para estas atividades das organizações. Quando uma empresa é certificada passa credibilidade ao consumidor. A ISO (*International Organization for Standardization* [6]) é uma das principais certificações existentes tanto na área ambiental quanto na social. Foi criada em 1946 e possui cerca de 160 organismos de normalização associados. Seu principal objetivo é criar normas voltadas para facilitar o comércio e que fomentem boas práticas de gestão assim como o avanço tecnológico, além de disseminar conhecimentos. As mais conhecidas são a ISO 9000 (Qualidade) e a 14000 (Gestão Ambiental). No Brasil, a ISO é representada pela ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas). As primeiras normas foram criadas, em 1996. Portanto, a busca pela certificação acaba se constituindo em mais uma importante estratégia de negócios por parte das empresas privadas.

[6] Organização Internacional de Normalização.

No início, os empresários trabalhavam a responsabilidade social separada da responsabilidade ambiental, porém observou-se que as duas estão interligadas e, portanto, não podem ser tratadas como situações distintas. Abordar-se-á agora, de forma sucinta, acerca da temática aludida.

3.1 A Responsabilidade Social Empresarial

A relação das empresas com as comunidades não pode se resumir à esfera econômica. É preciso que ocorra um envolvimento maior, buscando sempre o DS de ambas. As instituições que se preocupam apenas com a questão econômica acabam por se tornarem insuficientes no novo contexto adotado pelos mercados e sociedades mundiais, embora se reconheça que no contexto brasileiro, esta realidade ainda se encontra aquém do desejado.

Apesar do que se pode pensar, a inserção de atividades de caráter social no meio empresarial não é recente, no entanto só ganhou destaque a partir da década de 1960. Muitas empresas sabendo que deviam realizar ações em prol da sociedade e do ambiente faziam atividades filantrópicas. Entretanto é importante que não se confunda Responsabilidade Social (RS) com filantropia, pois são atividades distintas.

O termo filantropia surgiu na Grécia e significa "amor à humanidade". Santos (2004) afirma que as ações voltadas para a filantropia são isoladas e reativas. As pessoas e instituições que realizam a filantropia são chamados de filantropos. Pode ser composta por atividades como voluntariado, doações e ações que não possuem fim lucrativo ou político. Desse modo,

> [...] a filantropia é basicamente uma ação social externa da empresa, que tem como beneficiária principal a comunidade em suas diversas formas (conselhos comunitários, organizações não-governamentais, associações comunitárias, etc.) e organizações. A responsabilidade social é focada na cadeia de negócios da empresa e engloba preocupações com um público maior (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente), cuja demanda e necessidade a empresa deve buscar entender e incorporar aos negócios. Assim, a responsabilidade social trata diretamente dos negócios da empresa e de como ela os conduz (ETHOS, 2005; p. 01).

A filantropia é uma ação que, não necessariamente, relaciona-se

aos valores, missão e visão da empresa. Existem diversos conceitos sobre a RS e, de forma geral, explicam que a responsabilidade social é uma mudança na postura da organização, uma transformação no seu modo de agir em prol do bem estar da comunidade e da natureza. A RS contribui para a formação de um novo tipo de cultura organizacional, ciente de seu dever enquanto agente de mudança da sociedade. Nada impede que as instituições realizem ações filantrópicas, porém é desejável que sejam visadas mais as ações de responsabilidade social porque vão mais intimamente nos problemas sociais e ambientais, oferecendo soluções mais eficazes e que poderão trazer resultados mais positivos do que meras ações pontuais.

Para alguns autores, a responsabilidade social empresarial é uma mudança de postura que se consolida a partir de uma ideia de estratégia de negócio usada para garantir a satisfação dos clientes e consequentemente os suas receitas. Quando uma empresa é socialmente responsável consegue atrair mais consumidores e expandir seus negócios aumentando assim seus lucros. Portanto, a RS não deve ser entendida apenas como uma atitude altruísta, pois há muitos outros interesses incutidos nessas ações.

Milton Friedman, economista e Prêmio Nobel de Economia, expõe seu pensamento contrário à responsabilidade social empresarial. Para ele, a principal função das empresas é garantir o lucro dos seus acionistas, não deve se desviar deste objetivo, pois assim caminha contra suas obrigações morais, institucionais e legais. O que a empresa deve fazer é usar seus lucros gerando empregos e pagando seus impostos e já estará realizando ações sociais.

Além de Friedman, outros autores como Neil Chamberlain e Hanry Manne defendem que as organizações ao desviarem recursos para ações sociais acabam por se prejudicar na competitividade mercadológica e por isso devem manter seu foco nos negócios. O que tem acontecido em muitos casos é que o perfil dos consumidores mudou e esse fato faz com que as empresas sintam-se pressionadas a “mudar” também.

Nesse contexto, fala-se no marketing verde[7] em que este possui

[7] “[...] vertente do marketing que trata da relação consumo-meio ambiente e está envolvida com as necessidades recentes do cliente cidadão, consciente da importância da preservação da natureza, à qual foram atribuídas varias denominações: marketing ecológico, marketing verde, marketing ambiental, ecomarketing e marketing sustentável, sendo que todas elas têm como

dois lados, pois ao mesmo tempo em que mostra o que as empresas têm feito em relação às questões sociais tem o poder de manipular informações que são distribuídas aos consumidores. Ao manipular informações as empresas realizam o greenwashing, cujo significado é, ecobranquiamento, maquiagem verde ou lavagem verde, todas as traduções são aceitas. Entende-se por greenwashing não apenas o fato de propagar notícias enganosas que favoreçam a imagem da empresa, mas também dar muita importância a fatos considerados de pouca relevância e disfarçar atuações fracas no que diz respeito a ações ambientais (Market Analysis, 2012).

Não se deve confundir marketing verde com greenwashing. O primeiro refere-se ao fato das empresas focarem e investirem em ações voltadas para questões ambientais enquanto que o greenwashing é quando a empresa divulga apenas a parte da noticia que lhe trará benefícios escondendo da sociedade o resto da informação, como por exemplo, uma empresa que planta uma árvore e corta 20 e depois divulga que é uma empresa preocupada com o reflorestamento e com as questões ambientais e não revela que desmata muito mais do que planta.

Desde 2001, o instituto e pesquisas Market Analysis realiza um estudo chamado Monitor de Responsabilidade Social Corporativa, que é uma pesquisa que analisa percepções, expectativas e atitudes dos consumidores brasileiros sobre sustentabilidade corporativa. Este estudo é realizado no Brasil e em mais 20 países. No final do estudo a Market Analysis oferece um relatório final onde fornece insights sobre as oportunidades e limitações que as empresas têm para conseguir uma efetiva atuação na área da sustentabilidade.

A Market Analysis, no ano de 2010, comprovou que para os brasileiros uma etiqueta capaz de certificar que o produto foi produzido de forma responsável é a melhor indicação de cidadania corporativa. Ciente deste fato, as empresas colocam rótulos de certificações de responsabilidade social e as pessoas acreditam que estas organizações sejam realmente compromissadas, acabando por comprar seus produtos e adquirir seus

---

preocupação fundamental as implicações mercadológicas dos produtos que atendem ás especificações da legislação ambiental e que contemplam às expectativas de uma boa parcela de consumidores, no que diz respeito aos produtos e a seus processos não serem agressivos ao meio ambiente (DIAS, 2011, p.72).

serviços, quando na verdade estão sendo enganadas por falta de informação. Existem empresas que estampam os selos de RS adquiridos com o intuito de trazer visibilidade para seus negócios. Entretanto, não se preocupam em esclarecer a população sobre a premiação recebida e qual ação foi realizada pela organização para merecer tal selo.

Visando esclarecer a população, o instituto Market Analysis realizou, em 2010, uma pesquisa denominada “Os Sete Pecados da Rotulagem Ambiental” desenvolvida por uma empresa consultora ambiental canadense chamada *TerraChoice*. São estes: pecado do custo ambiental camuflado, pecado da falta de prova, pecado da incerteza, pecado do culto a falsos rótulos, pecado da irrelevância, pecado do “menos pior” e o pecado da mentira (MARKET ANALYSIS,2012). Dessa forma, tenta-se impedir que as empresas pratiquem o greenwashing. Ainda de acordo com a Market Analysis, no Brasil não existe nenhum órgão que regule a rotulagem ambiental, contudo a Associação Brasileira de Embalagem (ABRE) criou uma cartilha baseada na ISO 14021 que padroniza a rotulagem ambiental aplicada às embalagens.

Segundo Dias e Figueira (2011), a ISO 26000 (da Responsabilidade Social) é um guia de aplicação voluntária e que se traduz em diretrizes de atuação para todo tipo de organizações em diversas áreas relacionadas a ações sociais, como o meio ambiente, os direitos humanos, os direitos dos consumidores ou a contribuição ao desenvolvimento social.

Essa norma pode ajudar o turismo a se tornar uma atividade mais envolvida com a questão social, contribuindo assim para que a pobreza nos destinos seja reduzida. Um aspecto que deve ser levado em consideração pelas empresas é que as ações sociais devem ter relação com a principal atividade desenvolvida pela organização, seu mercado, seus empregados e a área geográfica em que está inserida.

No entanto, segundo o Inmetro (Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia), a ISO 26000 não pode ser considerada como certificação, ela é apenas uma norma de diretriz e de uso voluntário. A norma nacional da ABNT que corresponde à ISO 26000 é a NBR 16001, que teve sua primeira versão publicada em 2004 e foi atualizada em 2012. No Brasil há o Programa Brasileiro de Certificação em Responsabilidade Social, criado em

2006 e lançado oficialmente, em 2007, pelo Inmetro.

A parte teórica sobre a RS surge nos anos de 1950. Em 1957, Howard Bowen lança um livro chamado “Responsabilidades Sociais do Homem de Negócios” e torna-se um dos primeiros autores a falar sobre este assunto. Para este autor, a vida dos cidadãos é afetada de diversas formas devido à influência que as ações das empresas exercem em seu cotidiano. Bowen (1957) conceitua RS como a obrigação do empresário de adotar práticas, tomar decisões e acompanhar linhas de ação desejáveis, segundo os objetivos e valores da sociedade. É uma obrigação do empresariado porque eles estão usando os recursos naturais de uma localidade e tem o dever de contribuir para o crescimento e desenvolvimento da mesma.

No Brasil, a discussão sobre a RS sofreu forte influência dos movimentos sociais que eclodiram na década de 1980, que buscavam mais democracia, ao mesmo tempo que lutavam por mais direitos para a sociedade.

> No Brasil, o movimento da Responsabilidade Social Empresarial ganha força a partir dos anos de 1990. Junto com ele, o mercado também vem evoluindo, com a exigência de ética e transparência nos negócios (SEBRAE; ETHOS, 1990; p. 09).

As organizações podem afetar as comunidades de forma positiva ou de forma negativa. A responsabilidade social surge, então como uma ferramenta para que as empresas evitem, minimizem ou solucionem problemas causados devido às decisões tomadas pela mesma. É uma forma de compensar a sociedade pelos danos causados à população local. As ações socioambientais não devem ser vistas apenas como compensatórias porque o seu principal objetivo é oferecer um desenvolvimento sustentável à comunidade e garantir a sua sobrevivência ao salvaguardar os ecossistemas.

Uma das mais utilizadas definições de responsabilidade social é a do Instituto Ethos (2005), segundo a qual seria uma forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. Neste

conceito, destacam-se os termos ética e transparência. São sob esses dois fatores que a responsabilidade social empresarial deve ser construída.

A ética é fundamental porque através dela uma empresa conseguirá alcançar seus objetivos de ser lucrativa e, ao mesmo tempo, sustentável. Já a questão da transparência é necessária para que as pessoas vejam a real conduta da instituição e os benefícios oferecidos à região onde está inserida.

Atualmente, parece ser moda entre as instituições o assunto social. A partir de 1960, as discussões sobre responsabilidade social começam a se intensificar. Furtado (1999) aborda sobre a necessidade de, num contexto global, tentar unir Estado e empresas privadas em prol das necessidades da sociedade. Somente se estes dois setores trabalharem juntos os resultados obtidos poderão ser totalmente satisfatórios.

No contexto do setor de viagens, uma cidade bem estruturada pode trabalhar melhor sua recepção de turistas, sem agredir tanto os seus atrativos. Assim, a população local ganha mais uma fonte de renda para melhorar sua qualidade de vida.

Para Furtado (1999), para que as ações sociais alcancem resultados mais satisfatórios, é necessário que o setor público se una ao privado para maximizar os resultados obtidos de projetos voltados a atender à comunidade. Enquanto a responsabilidade for atribuída a apenas ao poder público, a população deixará de ser inteiramente beneficiada, pois é dever tanto do Estado quanto das empresas privadas trabalhar pelo bem comum.

De acordo com Kotler (2006), responsabilidades sociais são atribuições que a sociedade estipula para as instituições, tendo por objetivos definir algumas obrigações relacionadas à preservação do meio ambiente, dos direitos das minorias e das direito das populações estabelecidas (nativas ou não). Para ele, muitos atores do setor turístico pensam que a responsabilidade social se refere apenas ao turista e esquecem de incluir a comunidade. E esse tem sido o maior erro do empresariado turístico. Pois, ao envolver apenas o visitante, ele deixa a comunidade de lado e esta fica à margem da atividade, recebendo apenas os impactos negativos que o turismo pode gerar na localidade.

Muitas empresas, apesar de todos os debates em torno desse assunto, tem assumido uma postura assistencialista, em vez de assumir um papel de responsabilidade social, como deveria ser na prática.

É necessário entender o conceito de comunidade para compreender melhor a atuação das empresas sobre esta. De acordo com Beni (2001), a comunidade autóctone, portanto, poderia ser definida como aquele coletivo humano que recebe uma dupla corrente migratória: a turística e a laboral; influi sobre ambas e se vê afetado por elas. É uma coletividade de pessoas que compartilha uma área territorial limitada, que lhe serve de base para realizar a maior parte de suas atividades cotidianas, participa de uma cultura comum, acha-se ordenada em uma determinada estrutura social revela consciência de sua unicidade e identidade própria como grupo. Em poucas palavras, é um povo arraigado a sua terra, com sua história, cultura, língua, tradições, costumes, valores e contravalores. As organizações podem trabalhar em uma localidade valorizando a cultura de um povo, ajudando-a a fortalecer sua identidade e contribuindo para que a mesma consiga se desenvolver, sempre levando em consideração a questão da sustentabilidade. É através de seus projetos que as empresas conseguirão alcançar esses objetivos.

Alguns autores, no entanto, fazem algumas críticas à responsabilidade social. Segundo eles, esse conceito de inclusão dos autóctones é falsa, pois as empresas só estão interessadas em aumentar sua lucratividade. Para eles, a empresa seria socialmente responsável se cumprisse suas obrigações legais e gerasse lucro, beneficiando seus *stakeholders*[8]. Acreditam que as ações das empresas voltadas ao social e à salvaguarda da natureza são apenas para distrair a sociedade.

Em alguns casos isso é verdade, pois existem empresas que realizam ações ou projetos direcionados ao âmbito social, mas por trás continuam executando atividades que prejudicam tanto a sociedade como o planeta em si. Sucupira (2001) defende seu ponto de vista alertando que as ações sociais realizadas pelas instituições são pagas por alguém. Se saírem

[8] *Stakeholders* é uma palavra de origem inglesa onde *stake* significa "interesse" e *holders* "aquele que possui". Esse termo representa o público que possui algum interesse na empresa: fornecedores, consumidores, funcionários, acionistas, comunidade, organizações não governamentais, o governo, enfim, todo conjunto de pessoas que, direta ou indiretamente, possuem algum tipo de interesse em determinada organização.

dos lucros da organização, os proprietários perdem; se sair dos salários quem irá perder são os funcionários; se aumentar os preços, os consumidores serão prejudicados. Então, este autor, não vê porque uma empresa se interessaria em trabalhar as questões sociais, se estas lhe seriam onerosas. A sociedade precisa ser contemplada com ações voltadas para o âmbito social sem que os *stakeholders* das empresas sejam prejudicados.

Campanhol e Breda (2005) afirmam que as empresas precisam buscar o lucro e que devem garantir sua continuação e sua competitividade no mercado. Para estas autoras, se não houver lucro não há porque a empresa existir e, portanto, não se justifica as ações sociais realizadas por esta. Por isso que, em vez de realizar ações de RS, muitas empresas realizam apenas ações sociais, que se caracterizam por serem pontuais e não precisam estar ligadas às ideias que fundamentam a empresa. Essas instituições são na verdade assistencialistas, ou seja, oferecem algum tipo de assistência às comunidades de seu entorno oferecendo pouca ou nenhuma mudança em sua realidade.

No Brasil, diversas instituições foram criadas com o intuito de defender a temática da RS. Como exemplo, pode-se citar o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, criado em 1998 e funciona como uma referência internacional acerca desta temática; e a Fundação Abrinq (Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedo), instituição sem fins lucrativos criada em 1990, para defender os direitos das crianças e dos adolescentes.

Além de instituições voltadas ao tema, foram criados também alguns prêmios visando incentivar as empresas a se tornarem socialmente responsáveis e a divulgar seus balanços sociais: caso do Selo Balanço Social Ibase/ Betinho, criado, em 1997, e o Prêmio Balanço Social. Além disso, algumas instituições financeiras estão priorizando empresas que possuam projetos de responsabilidade social na hora de conceder financiamentos, como é o caso do Banco do Nordeste.

Para serem contemplados com esses prêmios ou conseguirem financiamentos para os seus projetos, as empresas devem baseá-los na ética e assumir uma postura transparente diante da comunidade. Para Rokembach (2009), a ética é o principal fator a ser observado por uma organização que

deseje se tornar socialmente responsável. É de fundamental importância que a organização busque realizar ações que estejam de acordo com o discurso por ela difundido. Não adianta difundir que é uma organização consciente se não desenvolve nenhum projeto ou programa voltado para os âmbitos sociais e ambientais.

A Coca-Cola é um exemplo de empresa que realiza projetos no âmbito social através do Instituto Coca Cola [9], dentre os quais podemos citar o Coletivo Coca-Cola que visa capacitar jovens de classe C e D para que estes consigam melhores empregos e assim ajudem na renda familiar. Esta empresa desenvolve ainda o Programa de Valorização Jovem que tenta resgatar os alunos com problemas na escola e transformá-los em monitores de classe para que a sua responsabilidade aumente e sintam-se mais compromissados com a escola. Há ainda o Projeto Educação Cidadã que atua em parceria com o Instituto Airton Senna no aprimoramento da educação dos jovens de condições humildes.

Outro modelo de instituição que trabalha seu lado social é a Petrobrás, empresa de capital aberto, cujo principal acionista é o governo do Brasil, especializada no segmento de energia, considerada a quinta maior empresa de energia do mundo. Foi somente a partir de 2007 que a Petrobrás criou sua política de responsabilidade social, no entanto a empresa já realizava atividades sociais, como o patrocínio de eventos culturais. Os projetos elaborados por esta instituição são divididos pelas regiões do país. Na região norte há o projeto Eco Escola, Arte e Cultura: Incentivando a Autonomia; No nordeste ela desenvolve o Projeto Raízes e o Elos da Mandioca, entre outros; no centro-oeste o Projeto Arte, Circo e Cidadania; no sul cita-se o Espaço Criar Expandindo Horizontes e no sudeste destacam-se o Cidadania em Ação, Projeto Lapidar Talentos, entre outros.

A Vale, mote da presente pesquisa, é uma empresa de grande porte, atuante na sociedade ludovicense patrocinando projetos de caráter social e cultural. A empresa já realizou diversos projetos dessa natureza como “Escola que Vale” e “Educação nos Trilhos”. Recentemente, para marcar os 400 anos de São Luís do Maranhão, a Vale patrocinou diversos projetos na área cultural

[9] Instituto Coca Cola- www.institutococacola.org.br/projeto-educação.htm

dentre os quais se destacam lançamentos de livros, diversos shows com representantes da Música Popular Brasileira, assim como a apresentação da Orquestra Sinfônica. Será criado ainda o Museu da Língua Portuguesa. Mas, além desses projetos, a Vale trabalha a questão social realizando ações beneficentes, como por exemplo, a ajuda às famílias que sofreram com as chuvas na Região Serrana no Rio de Janeiro.

No segmento turístico, pode-se citar a Infraero (Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária) como uma empresa preocupada com o seu lado social. Desde 2003, a Infraero firmou parceria com o Ministério do Trabalho e passou a capacitar jovens, através do projeto “Primeiro Emprego”. Em 2005, no Ceará, esta instituição capacitou 790 jovens de baixa renda, moradores do entorno do aeroporto, na área de turismo e hotelaria, coordenação de eventos e garçom. Em São Luís, pode-se citar ainda empresas turísticas que realizam ações sociais como o BHG (Brazil Hospitality Group), agências de viagens como a TAM, entre outros.

No turismo, é preciso que as empresas estejam empenhadas em realizar projetos de cunho social, pois muitas só visam o lucro. É necessário que os impactos sociais negativos sejam minimizados para que a atividade turística possa continuar a se desenvolver em uma determinada região.

Uma forma de incluir a comunidade no segmento turístico é através da produção artesanal. Assim, além de contribuir para o aumento de renda das pessoas, o turismo ajudará a fortalecer a identidade de um povo, fazendo com que suas tradições e sua cultura não morram. Outra forma é oferecer cursos de capacitação para que os autóctones possam conseguir empregos nos empreendimentos que se instalam na cidade. O importante é conceder um meio para que a população local interaja com os visitantes ao mesmo tempo em que consegue melhorar sua renda. O artesanato pode servir ainda para fortalecer a identidade de um povo no momento que incentiva a comunidade a transmitir seus conhecimentos às novas gerações, para que se perpetuem e não se percam com o tempo e com a interferência de novas culturas.

3.2 A Responsabilidade Ambiental Empresarial

Com o progresso, o homem, em sua busca ilimitada pelo lucro, degradou o ambiente sem se importar se este estava conseguindo se renovar. Então começaram a acontecer acidentes ambientais com proporções cada vez maiores. Com isso, as discussões pela conservação e preservação dos bens naturais do planeta tornaram-se mais comuns e as pessoas começaram a perceber a necessidade de respeitar os limites do planeta. Em sua corrida pelo desenvolvimento, os países causaram diversos impactos ambientais: poluíram rios, devastaram florestas, poluíram o ar, provocaram a extinção de diversas espécies da fauna e da flora, agravamento do efeito estufa, etc.

> Define-se impacto ambiental como qualquer alteração (benéfica ou adversa) no meio ambiente, causada pelas atividades, serviços e/ou produtos de uma atividade natural (vulcões, tsunamis, enchentes, terremotos e outras) ou antrópica (lançamentos de efluentes, desmatamentos, etc.) (SARTORI; REIS, 2007; p. 03).

Um dos principais objetivos da responsabilidade ambiental (RA) é obrigar os atores poluentes a rever suas atitudes e procurarem reverter ou conter os problemas ambientais por eles causados. A intenção é fazer com que as empresas, que estão poluindo, se tornem responsáveis pelos impactos negativos decorrentes de suas atividades em uma localidade. Se elas tiverem que pagar pelos seus erros, acredita-se que diminuirão a poluição que estão produzindo. O ideal é que as instituições identifiquem os danos ainda no começo para que possam ser revertidos.

Contudo, as empresas não são as únicas responsáveis pela devastação do ambiente. Um dos fatores que contribuíram para o agravamento da destruição do planeta foi o aumento da população, que precisava de áreas para construir casas e lavouras para sua subsistência; outro fator foi o consumismo pregado pelo capitalismo, as pessoas consomem produtos que são projetados para durar pouco e assim que surgem novos itens no mercado, a sociedade, é incentivada a comprar, mesmo que não esteja precisando. Porém, não havia um cuidado com o que fazer com as embalagens e o resto dos produtos que são descartados pelas pessoas.

Se o homem continuar a produzir lixo nessa velocidade causará danos irreversíveis ao planeta, que já está com a sua capacidade de lotação quase esgotada, e comprometerá a vida na Terra. É preciso que se encontrem

soluções para o destino do lixo produzido para que o ambiente não seja agredido e a sobrevivência humana não seja colocada em risco.

As pessoas e as empresas devem se conscientizar de seu papel de guardiães do planeta e, portanto, devem tomar medidas para conservar e evitar que o ambiente onde vivem seja danificado por ações irresponsáveis por parte de indivíduos ou de organizações. Com o passar do tempo, as pessoas passaram a fiscalizar as empresas e começaram a fazer pressão sobre as que não se preocupavam com a poluição que estavam produzindo. Alguns consumidores, mais conscientes, só compram de instituições que possuem algum tipo de projeto para reverter ou controlar os danos causados ao ambiente. Desde então, muitos países passaram a buscar soluções para os problemas que estavam surgindo e decidiram adotar estilos de vida que visam respeitar o ambiente. De acordo com Mesquita (2009), o Brasil tem apresentado elevados índices de consciência ambiental, superando até mesmo países considerados desenvolvidos como é o caso da França, Estados Unidos e Alemanha.

Assim como no caso da responsabilidade social, a ambiental, também colabora para tornar a empresa competitiva no mercado, já que, a instituição, passa a ser bem vista pelos consumidores e colaboradores. As empresas precisaram se adequar e passaram a desenvolver gestões voltadas para a preservação ambiental para fidelizar e alcançar novos públicos, visto que a consciência da sociedade está mudando. Com a gestão ambiental[10] os empresários devem evitar desperdício; utilizar tecnologias que sejam baratas e limpas, ou seja, que não agridem o ambiente; incentivar ou trabalhar com a reciclagem; etc.

Como exemplo de empresa que associa sua imagem à sustentabilidade visando se sobressair no mercado, pode-se citar a Natura, empresa que trabalha com a produção e venda de cosméticos e que procura

[10] [...] um processo administrativo, dinâmico e interativo de recursos, que tem como finalidade: equilibrar a proteção ambiental e a prevenção de poluição com as necessidades socioeconômicas e ajudar a proteger a saúde humana, através da formulação de uma política e objetivos que levem em conta os requisitos legais e as informações referentes aos impactos ambientais significativos, visando a melhoria contínua no desempenho ambiental da organização de forma a atender às necessidades de um vasto conjunto de partes interessadas e às crescentes necessidades da sociedade sobre proteção ambiental (FLORIANO, 2007, p. 9).

manter contato com todos os públicos. De acordo com a Natura, em sua Política de Meio Ambiente, uma empresa é ambientalmente responsável quando consegue identificar os impactos ocasionados por suas atividades e consegue minimizar os negativos e ampliar os positivos. Outro exemplo de empresa que tenta passar para seus clientes que se preocupa com os impactos causados ao ambiente é o Boticário. Através da Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza, criado em 1990, a organização procura firmar seu compromisso com o meio ambiente diante da sociedade. Como exemplo dos projetos criados por essa fundação, cita-se “Estação Natureza”, que visa sensibilizar a população urbana a respeito das questões ambientais. Há ainda um Programa de Reciclagem de Embalagens, assim a empresa ajuda a diminuir o número de embalagens que são desperdiçadas pelas pessoas e ainda auxilia a camada da população que trabalha com a reciclagem.

Uma empresa considerada grande poluente do ambiente é a Votorantim, especializada na produção de cimentos. Esse grupo nasceu de uma fábrica de tecidos em 1918. A partir de 1980, passou a investir em celulose e construiu o Banco Votorantim. As ações voltadas para a sustentabilidade são direcionadas pelo Instituto Votorantim e pela Gerência Corporativa de Planejamento estratégico. É integrante do Pacto Global da ONU que tem como objetivo mobilizar as empresas a praticarem a sustentabilidade em suas atividades. Como ações ambientalmente corretas a Votorantim utiliza materiais reciclados e transforma resíduos em produtos e insumos, trabalha para diminuir sua produção de gases na atmosfera, entre outras ações.

Ter a sua imagem associada a projetos sociais e ambientais ajuda a organização a consolidar sua marca no mercado. É muito importante que as empresas, no turismo, realizem ações voltadas para preservação e conservação da natureza, visto que, a atividade turística se utiliza, principalmente, dos recursos naturais para se desenvolver. O turismo por ser uma prática que pode ocasionar sérios impactos negativos a uma localidade precisa que as empresas se sensibilizem a respeito de seu papel diante da sociedade e da importância de realizar projetos que visem o bem estar da comunidade e a preocupação com o ambiente.

Por fim, reitera-se que, atualmente, a responsabilidade social e a

ambiental estão sendo tratadas como inseparáveis e sendo trabalhadas dessa forma podem maximizar os resultados alcançados. Todos saem ganhando: as empresas por conseguirem aumentar sua lucratividade sem perder clientes e a sociedade porque recebe projetos que visam melhorar sua qualidade de vida, além de gerar empregos; promover a proteção dos bens naturais da cidade e fortalecer a cultura local.

3.3 A Vale no Contexto da Responsabilidade Socioambiental Empresarial

3.3.1 A Vale

De acordo com informações encontradas no site da Vale, a mesma é uma empresa privada de capital aberto, sendo suas ações negociadas nas Bolsas de Valores de São Paulo, Paris, Hong Kong, Madrid e Nova York. É conhecida, desde 2005, como a segunda mineradora mais importante do mundo.

Foi criada em 1942, no governo de Getúlio Vargas. Sua principal área de atuação é a mineração, sendo a maior produtora de minério de ferro e pelotas do país. Investe ainda no setor logístico, infraestrutura portuária e no transporte ferroviário. É considerada a segunda maior produtora mundial de níquel e destaca-se na produção de manganês e ferroligas. Comercializa também carvão; bauxita; concentrado de cobre; alumina; alumínio; potássio e caulim. Sua sede se localiza no Rio de Janeiro. Administrativamente, é gerenciada pela Valepar S.A que possui o maior número de ações com poder de voto da instituição. De acordo com o Instituto Observatório Social (2006), a Vale só perde em volume de exportação para a Petrobrás.

A Vale está instalada em 13 estados brasileiros e em 38 países espalhados pelos cinco continentes. Possui mais de 10 mil quilômetros de malha ferroviária com quatro estradas de ferro: Ferrovia Centro-Atlântica (FCA), estrada de Ferro Vitória a Minas (EFVM), Estrada de Ferro Carajás (EFC) e Ferrovia Norte-Sul (FNS). Possui ainda dois complexos portuários: O Complexo de Tubarão, que é o principal da Vale, localizado no Espírito Santo e o Complexo Portuário do Sul, situado no Rio de Janeiro. Além desses complexos portuários, a Vale utiliza o terminal marítimo da Ponta da Espera, no

maranhão; o de Inácio Barbosa, no Sergipe, e o de Santos, em São Paulo. De acordo com o Jornal Comunicação, a Vale responde pelo grande superávit (diferença positiva entre a despesa e a receita) primário do país. No dia 07 de maio de 1997, no governo de FHC, a Vale deixa de ser pública e passa a ser uma instituição privada por meio de um leilão. Foi adquirida pelo Consórcio Brasil, liderado pela Companhia Siderúrgica Nacional (CSN).

Segundo o Instituto Observatório Social, a gestão da Vale está dividida em: Conselho Administrativo, controlado pela Valepar S.A, que tem por finalidade criar normas e diretrizes que deverão ser obedecidas por todas as unidades da instituição, além de avaliar as propostas que surgem e verificar os resultados; os Comitês, que são uma continuação do Conselho de Administração e está dividido em cinco áreas: desenvolvimento executivo, estratégico, financeiro, controladoria e governança e sustentabilidade e, por fim a Diretoria Executiva, que deve executar o que for estipulado pelo Conselho de Administração .

A Vale é uma empresa que gera benefícios diretos e indiretos para a comunidade onde se instala, pois necessita de uma área que seja abundante em minerais e de uma ampla infraestrutura com água encanada, energia elétrica, esgoto sanitário e etc. Com isso, a população que vive na área circunvizinha à Vale ganha com a urbanização. Outro benefício para a comunidade são as ações voltadas ao âmbito socioambiental que a empresa costuma realizar.

A Vale, por ser uma mineradora, interfere de forma danosa na natureza e, por isso, precisa compensar a sociedade que vive na localidade em que está atuando. Entre as consequências negativas pode-se citar: queima de carvão, poluição de recursos hídricos e aprofundamento de dragagens.

Como críticas que contradizem a postura de responsabilidade socioambiental da Vale, Diego Florian (2010) cita duas atitudes condenáveis da Vale. Uma diz respeito ao aspecto ambiental quando em 2009, após alguns dias de chuva, o lodo poluente de cor avermelhada da extração da bauxita pela Alunorte, sociedade do grupo Vale, transbordou e contaminou o rio Murucupi, no Pará. Consequentemente, houve grande mortalidade de peixes e o risco para a população foi alto. Como punição, as autoridades ambientais multaram

a Alunorte em 17 milhões de reais. Já no âmbito social, o mesmo autor afirma que a Vale, ao implantar suas plantas de siderurgia no Maranhão e no Pará, não informou adequadamente às pessoas que moravam no entorno dessas áreas do risco que as mesmas corriam, pois essas plantas siderúrgicas são extremamente poluidoras.

Em contrapartida, de acordo com Florian (2010), a Vale criou uma política de controle de emissão de CO_2 em todas as atividades diretamente controladas no Brasil. Para demonstrar seu empenho, a empresa lançou no Maranhão e no Pará, em 2007, o projeto "Vale Florestar" que visa recuperar áreas degradadas pelas pastagens por meio do reflorestamento de uma área equivalente a 450 mil hectares até 2022, dos quais 150 mil serão destinados para plantações de eucaliptos e 300 mil para a proteção e recuperação de florestas nativas.

Com o projeto "Vale Florestar", Florian (2010), afirma que a Vale realiza o greenwashing, pois o projeto está ligado a um fundo de investimento que inclui fundos de pensão de funcionários da Petrobrás, Caixa Econômica Federal (Funcef), além das contribuições do Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e de investidores estrangeiros. Além de que, com este projeto, a Vale conseguirá vender uma produção de madeira para a Suzano Papel e Celulose. Ou seja, nos aspectos ressaltados, percebe-se que a Vale vende a imagem de empresa preocupada com o ambiente, mas vislumbra faturar com possíveis negócios advindos deste projeto.

Para tentar barrar ações ilegais das empresas, o poder público criou o Termo de Ajuste de Conduta (TAC), também conhecido como Compromisso de Ajustamento de Conduta, que é um documento criado pelos órgãos públicos, fiscalizadores da preservação e da conservação do direito coletivo, para realizar acordos com organizações que estejam degradando o ambiente de alguma forma. O TAC deve fazer com que as empresas indenizem, de forma material ou moral, as pessoas que estão sendo lesadas. Ao assinar esse termo, as instituições estão confessando ter conhecimento sobre os danos causados ao ambiente e, concomitantemente, comprometer-se a restaurar as áreas danificadas. Se as empresas não se responsabilizam ou não tomam

atitudes para recuperar as áreas devastadas, os órgãos públicos devem exigir que as mesmas tomem providências imediatas, do contrário serão penalizadas.

A Vale é uma empresa que afirma se preocupar com as questões sociais e ambientais, visando o desenvolvimento de forma sustentável, beneficiando tanto as pessoas quanto o planeta. Entretanto, soa contraditório perceber uma empresa, cujas atividades são causadoras de impactos negativos ao ambiente e às pessoas, considerar-se socialmente responsável. Realizar ações de cunho social e ambiental, nem sempre quer dizer que a organização possui responsabilidade socioambiental. Muitas vezes, mascara-se algumas atividades que estejam degradando o ambiente, tentando ganhar espaço no mercado, melhorando sua imagem perante os consumidores e tornando-se mais competitivas aos olhos de suas concorrentes. Empresas que trabalham explorando a natureza, como é o caso das mineradoras, tem como maior desafio inserir a RS sem que suas receitas reduzam.

> O que se observa é que essas empresas, tais como Petrobrás e Companhia Vale do Rio Doce (CVRD) buscam oferecer mais do que uma Política Ambiental cuidadosamente estruturada e apostam na criação de projetos ecológicos grandiosos na tentativa de minimizar os danos causados pelas suas atividades (XAVIER, MARTINS, ENGELHARDT, DIAS, 2008; p. 03).

A gestão ambiental de uma empresa tem como uma de suas principais funções fazer com que a empresa consiga contornar os impactos negativos gerados por suas atividades e evitar que novos problemas venham a acontecer para que a imagem da empresa não se desgaste diante dos consumidores e parceiros da instituição. A gestão ambiental da Vale visa minimizar as consequências danosas de suas atividades, procurar soluções para que novos impactos sejam evitados e gerar desenvolvimento em todos os sentidos, para a localidade onde atua. A Vale atua baseada em três programas de desenvolvimento sustentável: o V.A.L.O.R; o L.O.C.A.L e o G.L.O.B.A.L.

O V.A.L.O.R busca melhorar as relações interpessoais dentro da empresa, a valorização do cliente e contribuir para que as comunidades das regiões onde a empresa está instalada se desenvolva. Tenta alcançar maior lucratividade sem deixar de respeitar as normas que lhe são impostas. Oferecer qualidade nos serviços prestados, respeitando as culturas dos países

onde atua, além de trabalhar com ética. No programa L.O.C.A.L a organização visa estabelecer parcerias com a comunidade, o setor privado e o poder público. Já com o programa G.L.O.B.A.L, a Vale, busca alcançar a liderança do mercado estando sempre antenada nas questões de sustentabilidade que acontecem no mundo e procura adotar práticas que tenham como objetivo a preservação e conservação dos bens aturais de uma região, sempre agindo com transparência.

As instituições que degradam o ambiente com suas atividades procuram realizar ações que tenham por finalidade recuperar a área danificada. Contudo, é impossível restaurar totalmente uma área que sofreu com a interferência humana para que esta volte a ser como era. Por isso, os programas de preservação e conservação ambiental são na verdade compensações ambientais que a empresa realiza devido aos danos que vem ocasionando à natureza de uma região.

> [...] o mecanismo da Compensação Ambiental tem uma origem histórica associada principalmente aos grandes projetos do setor elétrico brasileiro, em especial aqueles situados na Amazônia. Como resultado de um intenso processo de diálogo entre técnicos daquele setor e membros proeminentes da comunidade científica, a Compensação Ambiental surgiu como forma de criação de áreas voltadas à conservação da biodiversidade das áreas afetadas pelos empreendimentos (FARIA, 2008; p. 09).

A Vale realiza algumas ações socioambientais para compensar pelos danos ocasionados por suas atividades. Entretanto, de certa forma, essas ações também contribuem com a localidade onde essas ações serão executadas.

3.3.2 A Responsabilidade socioambiental da Vale

Com o passar do tempo, as empresas passaram a ver que a responsabilidade ambiental estava interligada à social e então surge o termo responsabilidade socioambiental, que aborda as duas como uma só. É cada vez maior o número de empresas preocupadas em trabalhar projetos ligados à comunidade e ao meio ambiente. Muitas organizações entenderam que não se pode tratar a questão ambiental sem tratar do social e vice-versa. Além de que

se a prática da responsabilidade social e ambiental separadas podem servir como fatores para fomentar a competitividade das empresas, as duas podem contribuir para aumentar a vantagem das instituições em relação às suas concorrentes no mercado.

> [...] a sustentabilidade não é somente uma questão ambiental, mas principalmente, uma questão social. As duas questões estão intimamente ligadas e são interdependentes. Considerar somente uma no planejamento e na gestão das cidades, não se logrará êxito na promoção do desenvolvimento sustentável (FERREIRA E LIMA, 2007; p.04).

Uma empresa que realiza projetos sociais e ambientais obterá resultados positivos no futuro, pois além de conseguir consolidar sua marca no mercado, atrair e fidelizar clientes ela também conseguirá aumentar seus lucros, pois evitará incidentes ambientais e problemas com a comunidade que se encontra em seu entorno e assim não precisará pagar multas e indenizações. Entretanto, algumas instituições em vez de praticar a responsabilidade socioambiental praticam a filantropia e o assistencialismo.

> [...] a transparência da empresa com relação a suas práticas ambientais e sociais é elemento essencial para o fortalecimento da marca, consolidação no mercado e sustentabilidade empresarial (CAMARGO; CAPOBIANCO; OLIVEIRA, 2004; p. 396).

A ética e a transparência das empresas são importantes em qualquer segmento, sobretudo no turismo que, por ser uma atividade que utiliza os recursos naturais de uma região e por interferir na rotina da comunidade local, precisa cuidar para que haja uma preservação dessas áreas. No entanto, além de zelar pelas paisagens é necessário que as pessoas que residem na localidade sejam respeitadas e valorizadas. É crescente o número de turistas que buscam empresas comprometidas tanto com o social quanto com as questões ambientais. Portanto, quanto mais engajada uma instituição estiver em projetos que envolvam a sociedade e que defendam os bens naturais do planeta, maior destaque conseguirá no mercado diante de suas concorrentes.

Quando uma empresa oferece ações na área social ela ajuda a comunidade a se capacitar e conseguir melhores empregos, melhorando sua renda; pode contribuir para a formação de cidadãos mais conscientes no que se refere ao meio ambiente; pode auxiliar no desenvolvimento de um destino

para que este consiga se manter atrativo aos olhos dos visitantes e como oportunidade para os moradores da cidade; entre outros benefícios. No quesito ambiental uma instituição pode contribuir preservando e conservando áreas ameaçadas; protegendo a fauna e a flora da região; incentivando a reciclagem, uma forma de gerar emprego na região e agregar valor aos produtos oferecidos pela população aos turistas; etc.

As organizações, com o passar do tempo, perceberam que precisam trabalhar a parte ambiental associada à social, pois as duas estão interligadas e dessa forma todos saem ganhando, a comunidade sendo valorizada, vendo a infraestrutura da cidade sendo melhorada e obtendo proteção de seus recursos naturais assegurados e a empresa ganharia com os lucros advindos do aumento de clientes e aliando sua imagem à de uma organização mais humanitária e consciente. Além do fato de que quando os recursos naturais são conservados, preservados a sobrevivência tanto humana quanto empresarial é garantida.

A sociedade precisa enxergar as empresas como agentes de transformação da sua realidade, e é através de projetos, programas e ações que os empreendimentos poderão atuar para desenvolver um destino e fazer com que este se promova, fazendo com que o fluxo de turistas cresça no local e melhorando, assim, a renda da população e, consequentemente, aumentando seus lucros. As corporações, principalmente as que possuem atividades que afetam de forma mais agressiva o meio ambiente, deveriam ter em seus lemas a sustentabilidade da cidade onde se encontram instaladas.

A Vale é um exemplo de empresa que trabalha suas atividades aliadas à proposta da Responsabilidade Socioambiental. Na sua implantação, a Vale beneficia a comunidade do seu entorno, pois investe em um mínimo de infraestrutura para seu funcionamento como energia, saneamento básico, construção de aterros e etc. Outra contribuição que a população local ganha com a instalação de uma empresa de grande porte em uma cidade é a chegada de novos investidores que são atraídos para atuar na mesma localidade.

De acordo com Uechi (2009), um dos projetos da Vale visando a sustentabilidade socioambiental é o projeto “Ferrovia Verde” que, em vez de

usar madeira, utiliza materiais como o polietileno de alta densidade, a fibra de vidro e o pneus usados. Dessa forma, a empresa contribui com a reciclagem, reutilizando embalagens e produtos que seriam jogados no lixo. De acordo com Grigato e Ribeiro (2006), a Vale adota um marketing ambiental, no final da década de 1990, para se legitimar como uma empresa comprometida com valores éticos e ambientais. Ainda de acordo com estes autores, a Vale se filiou, em 1992, ao Conselho Empresarial Brasileiro de Desenvolvimento Sustentável (CEBDS).

Apesar de todos os esforços feitos pela sociedade, pelo setor público e pelo setor privado, ainda há muito por fazer para que se alcance a sustentabilidade. O primeiro passo foi dado, no entanto, é preciso que todos se envolvam. Não adianta uns realizarem ações que preservem o ambiente e valorizem a comunidade enquanto outros degradam áreas naturais e desrespeitam os limites dos individuos. Por isso, medidas de educação ambiental são tão importantes, porque atuam como ferramentas para a construção de uma sociedade mais consciente que entende a importância de utilizar de forma racional os bens do planeta e de valorizar e fortalecer a identidade de um povo, afinal, sua sobrevivência depende de suas ações.

4 O PARQUE BOTÂNICO DA VALE EM SÃO LUÍS DO MARANHÃO

4.1 Metodologia da Pesquisa

O presente estudo consiste em uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo e com amplitude teórica e interdisciplinar, haja vista a necessidade de relacionar ao turismo conceitos de diferentes áreas do saber a exemplo de sociologia, filosofia, administração, relações públicas, entre outras.

A investigação envolveu pesquisas bibliográficas em livros impressos e publicados on line, artigos publicados na internet, em blogs, artigos de jornais, afora a investigação de campo realizada no dia 12 de março de 2013, junto à senhora Giselly Pinto, diretora de Meio Ambiente da Gerência de Áreas Protegidas da referida empresa.

A amostra corresponde a um gestor do Parque Botânico da Vale, na perspectiva de entender melhor as contribuições que a empresa dá ao fomento do turismo local. Foi fornecido pela gestora do Parque Botânico, um *release* com informações sobre a infraestrutura, flora e fauna do mesmo (Anexo A).

O instrumento utilizado na coleta de dados junto aos sujeitos da pesquisa foi um roteiro de entrevista semiestruturado com 13 perguntas (Apêndice A), direcionadas ao gestor de Meio Ambiente do Parque Botânico da Vale cujos questionamentos versavam sobre os temas: percepção da Vale a respeito de questões ambientais, marketing verde, contexto de criação do Parque Botânico, benefícios das ações socioambientais para a empresa e para a cidade e sua população, de integrar o Parque a um roteiro turístico do município, educação ambiental, inclusão da comunidade nas atividades realizadas no parque e se o parque possui certificações.

O principal entrave encontrado para realização desta pesquisa foi a burocracia da Vale para que a entrevista fosse concedida. Inicialmente, a autorização da concessão da entrevista e liberação dos documentos deveria ser de um setor no Rio de Janeiro, porém o mesmo informou que a autorização deveria vir dos gestores do próprio Parque Botânico e que eles não possuíam nenhum documento. Desse modo, os gestores locais demoraram muito a conceder a entrevista. Em seguida, as respostas cedidas pela gestora do Parque precisavam ser analisadas pelo setor de comunicação da Vale que também levou meses para responder. Ademais, acrescenta-se que a própria amostra considerada na pesquisa qualitativa, apenas um gestor, deu-se sobretudo pela dificuldade em conversar com outros gestores da empresa objeto de estudo, embora se saiba que a investigação junto a esse profissional traria as informações necessárias à consecução do estudo.

4.2 Contribuições do Parque Botânico da Vale para o Fomento do Turismo Ludovicense.

A Vale criou um Parque Botânico em São Luís do Maranhão[11], com uma área de 100 hectares, considerado, atualmente, um importante espaço de

[11] As informações repassadas neste tópico foram, principalmente, obtidas junto a Giselly Pinto, diretora de Meio Ambiente da Gerência de Áreas Protegidas da Vale.

preservação, o qual contribui com a proteção de espécies da fauna, das quais podemos citar o macaco prego, o bicho preguiça, o gato maracajá, a cutia, a borboleta azul, o tamanduá mirim, o papagaio maracanã e a paca; e da flora, como por exemplo, o Pequi, o Angelim, a Sumaúma, os Buritizeiros, o Pau Marfim e as Juçareiras (Foto 1).

Foto 1 – Entrada e recepção do Parque Botânico

Fonte: Adriane Rodrigues (2012)

O parque foi criado em 2008 e se localiza no Complexo Portuário de Ponta da Madeira. Como parte das atividades de uso público, apresenta quatro trilhas ecológicas: Mata Ciliar, com 543 metros, em que são encontradas espécies arbóreas de médio porte, como o Pequi, o Pau Marfim e outras típicas de ambientes úmidos, como os Buritizeiros e as juçareiras; a Trilha da Restauração Florestal, com 443 metros, em um ambiente de floresta com uma pequena subida, em que os visitantes podem conhecer técnicas de manejo e restauração de uma floresta; a Trilha do Angelim, com 404 metros, em que o visitante pode apreciar o ambiente úmido da mata ciliar, passando deste para a mata de terra firme, com destaque para a árvore do Angelim; e a Trilha dos Sentidos, com 15 metros, pavimentada e adaptada para facilitar o acesso de pessoas com algum tipo de dificuldade (locomoção, visual, auditiva), em que os visitantes podem explorar sem a presença de um guia. Nesta trilha, os visitantes são levados a apreciar a natureza através dos cinco sentidos. Segundo informações obtidas no parque, há sempre um segurança para acompanhar os grupos que realizam as trilhas (Foto 2).

Foto 2 - Entrada da Trilha dos Sentidos

Fonte: Adriane Rodrigues (2012)

Em termos de infraestrutura, o parque é composto pelas quatro trilhas mencionadas acima; três módulos temáticos que retratam os ecossistemas maranhenses com imagens e informações sobre a diversidade fisionômica no Estado, como Cerrado, Ecossistemas Costeiros, Floresta Amazônica, Campos Alagados e a Mata dos Cocais; um anfiteatro (Foto 3), em que são realizadas palestras, apresentações culturais, peças teatrais e shows; Espaço Vale, abordando desde a mina no Pará, até o embarque no Porto do Itaqui. Tanto a exposição dos ecossistemas quanto a que fala sobre a Vale são permanentes.

Foto 3 - Anfiteatro

Fonte: Adriane Rodrigues (2012)

Há um espaço de educação ambiental, nas quais são realizadas atividades recreativas como jogos, brincadeiras ecológicas e oficinas com trabalhos manuais. Tem-se, também: uma lanchonete adaptada com fraldário, banheiros e enfermaria, ainda pendente de inauguração; três salas de aulas com capacidade para 50 pessoas; um auditório com capacidade para receber até 200 pessoas (Foto 4). Tanto nas salas de aula quanto no auditório são realizadas palestras, ministrados cursos e seminários para o público externo e para os próprios colaboradores da Vale.

Foto 4 - Auditório

Fonte: Vale (2012).

Ainda acerca da infraestrutura disponível, dispõem de um salão de exposições sobre artes plásticas, fotografias, artesanato, feiras e etc. Nesse

espaço, o Parque Botânico procura valorizar os artistas da comunidade do seu entorno. Apresentam ainda uma ecoteca equipada com brinquedos ecológicos, livros infantis e jogos para atender a crianças de até cinco anos de idade que não podem realizar as trilhas (Fotos 6 e 7). Existem no parque muitas áreas ao ar livre, gramados e ajardinados que podem ser utilizados pelos frequentadores para a realização de piqueniques ou apenas para a apreciação da paisagem.

Fotos 5 e 6- Ecoteca

Fonte: Adriane Rodrigues (2012)

Em 2011, foi inaugurado o Orquidário São Luís, primeiro destinado à visitação pública na cidade. Possui 180 m² com diversas coleções de orquídeas nativas dos mais variados biomas brasileiros e conta com cerca de 40 espécies, dentre as quais é possível citar a *catasetum*. Está prevista uma reprodução de mudas que futuramente servirá de paisagismo para o próprio Parque Botânico e praças da cidade.

Atualmente, o Parque Botânico realiza o programa Trilha da Saúde, orientado por professores de educação física e abrangendo caminhadas, aulas temáticas (tai chi chuan, dança, ioga), aulas de ginástica localizada e uma palestra por mês aos 350 moradores do Itaqui-Bacanga inscritos no programa. Os encontros acontecem das terças às sextas, nos horários das 7h às 8h e das 16h às 17h, nas dependências do Parque Botânico.

Embora tenha esse trabalho de Responsabilidade Social, representado em parte pelo Parque Botânico acima aludido e suas atividades, a Vale precisa ser analisada também do ponto de vista mais crítico, atendo-se

a detalhes que exponham as possíveis características que devam melhorar no cotidiano da empresa. Diante dessas críticas, a entrevista com a gestora ambiental do Parque trouxe importantes informações para entender melhor este contexto.

Quando questionada sobre a forma da Vale trabalhar a questão ambiental, a senhora Giselly Pinto informou que a empresa trabalha, sobretudo, por meio de controles operacionais instalados durante os seus processos, bem como estas operações e equipamentos são licenciados pelos órgãos reguladores e tais controles atendem às legislações vigentes.

Embora seja sabido sobre os esforços empregados pela Vale na gestão de seus processos, os impactos decorrentes de suas atividades continuam gerando efeitos negativos do ponto de vista ambiental, tanto para as áreas naturais como para as populações locais. Neste ponto, não se pode esquecer de inúmeras reportagens e estudos – a exemplo de Florian (2010) – que denunciam impactos ecológicos gerados sobre essas pessoas.

Quando indagada acerca do principal motivo de criação do Parque Botânico em São Luís, a gestora respondeu que foi com o objetivo de difundir boas práticas ambientais, proporcionando lazer e entretenimento para a comunidade, além de contribuir com a melhoria da qualidade de vida das pessoas e das comunidades vizinhas, conservando e respeitando o meio ambiente.

Segundo a gestora da Vale, as diversas ações sociais e ambientais da empresa envolvem tanto os profissionais da empresa quanto terceiros, dentre os quais se destacam: ambientação em gestão ambiental e social, programa de educação ambiental em escolas comunitárias, municipais e estaduais, oficinas sustentáveis, palestras e rodas de conversas, treinamentos em geral, campanhas educativas e de sensibilização, entre outras atividades. Desse modo, os benefícios gerados por essas ações são os mais variados, tais como o legado social e ambiental que a organização desenvolve nas localidades envolvidas. Essa contribuição é muito importante porque trabalha a mudança de pensar e agir de parte da sociedade ludovicense perante a proteção e conservação de seus bens naturais e culturais.

Por outro lado, do ponto de vista empresarial, para a gestora, o Parque Botânico traz muitos benefícios para Vale servindo como porta de entrada e instrumento de integração entre a sociedade e a empresa. Dessa forma, há uma aproximação com a comunidade, o que contribui para o diálogo entre as mesmas. Já para a cidade de São Luís e sua população, o parque proporciona uma área verde destinada ao lazer e à recreação por meio de práticas de educação ambiental, e que também possibilita o contato direto das pessoas com espécies características da flora maranhense.

Essa contribuição serve como mais uma alternativa de lazer para os autóctones além de fortalecer a identidade dos ludovicenses de modo que eles se sintam parte integrante deste espaço e motivados a preservá-lo. Além do Parque Botânico, a Vale realiza outras ações de cunho socioambiental, como o Programa de Educação Ambiental voltado o público interno, funcionários próprios e terceiros, abrangendo também as comunidades dos lugares onde a empresa atua. Em algumas programações em São Luís, essas outras ações socioambientais tem integração com o Parque Botânico.

Em 2012, a Universidade Federal do Maranhão (UFMA) sediou a 64ª Reunião Anual da SBPC (Sociedade Brasileira para Progresso da Ciência) ocasião em que a cidade recebeu congressistas de todo o Brasil e foram realizados alguns passeios para o Parque Botânico, como um atrativo turístico[12]. Consoante Giselly Pinto, esta experiência também foi muito positiva para a Vale, pois muitos congressistas de fora tiveram a oportunidade de conhecer a realidade da empresa, afora os próprios maranhenses que se integraram à visitação da área protegida.

Em outro aspecto, quando questionada sobre a possibilidade do Parque Botânico vir a ser um atrativo turístico consolidado em São Luís, a entrevistada alegou a possibilidade do parque integrar algum roteiro turístico da cidade, desde que sejam feitos agendamentos prévios das visitas para que a capacidade de carga seja respeitada. No entanto, o que dificultaria este ensejo por parte dos empresários do turismo – agências de receptivo, por exemplo – é

[12] Em 2012, a Empresa Júnior de Turismo da UFMA (LABOTUR) trabalhou a criação e oferta de roteiros turísticos para os congressistas da 64ª Reunião Anual da SBPC, oportunidade esta em que a Vale estabeleceu parceria realizando passeios para conhecer a pelotização e o próprio parque botânico.

que não é permitida a comercialização de visitas ao Parque, restando aos empresários gerarem receita por meio de cobrança de traslados e/ou associando o Parque a outros atrativos locais.

Em relação às comunidades que se localizam no entorno do Parque, a gestora afirma que há um projeto de Planejamento Participativo realizado em parceria com representantes da região Itaqui-Bacanga, momento em que estes podem sugerir e priorizar ações baseadas nos pilares de atuação do Parque Botânico da Vale, educação, cultura e saúde, para beneficiar diversos moradores da região. Assim, a Vale mostra que apesar de ser uma empresa de grande porte e que se utiliza dos recursos naturais encontrados em uma determinada região, pode trazer benefícios para a comunidade de seu entorno, promovendo o diálogo, ouvindo o que esta tem a dizer e analisando as propostas para buscar soluções que sejam vantajosas para os dois lados.

A educação ambiental é promovida pelo Parque através das trilhas e outros espaços para atividades complementares (jogos, palestras e dinâmicas) com os visitantes e eventos para público diverso, como por exemplo, Semana do Meio Ambiente, Semana da Biodiversidade, Semana da Água, Festa Anual das Árvores, entre outros.

Por ser uma área voltada para proteção e preservação ambiental, o Parque Botânico precisa ter cuidado com a divulgação de seu espaço para que este respeite a capacidade máxima de visitação que o ambiente pode suportar. A gestora afirma que o marketing é realizado através de veículos internos de comunicação para funcionários, de convites eletrônicos enviados por meio de *mailing list*[13] do próprio parque, pelo site da Vale[14], por convites impressos e enviados para as comunidades e por meio de releases para a imprensa local.

A Vale é dividida em unidades de negócios e cada uma dessas unidades possui uma certificação específica, como por exemplo a ISO 14001, porém todas as certificações são alinhadas à Política de Sustentabilidade da empresa. Em relação aos fornecedores, a Vale exige que estes atendam às normas de Saúde e Segurança, e Meio Ambiente.

[13] Lista de e-mails.
[14] www.vale.com.br

A prática da visitação turística em áreas protegidas, além da conservação ecológica, serve de instrumento de educação ambiental para os visitantes, aumentando assim a conscientização das pessoas em relação às consequências de suas atitudes no ambiente. Pode contribuir ainda com o aumento na renda da comunidade que vive no entorno dessas áreas, com a geração de emprego e a valorização dessa região, contribuindo para fortalecer a identidade da comunidade.

Um dos grandes problemas que envolvem a criação de áreas protegidas é que a população local não se vê beneficiada com as mesmas. A renda gerada e arrecadada por essas unidades de conservação, muitas vezes, não é repassada para a população que vive no entorno dessas áreas. No caso da Vale, sabe-se que muito poderia ser feito para melhorar o dia a dia das pessoas, a exemplo de maiores investimentos em projetos sociais, construção de demais infraestruturas de lazer e entretenimento, entre outros.

Há ainda o fato de que as comunidades tradicionais que são retiradas das áreas protegidas não conseguem entender o fato de se receber turistas nas áreas da onde foram obrigadas a sair, já que não podia haver presença humana nas unidades de conservação. De acordo com o Núcleo de Apoio à Pesquisa sobre Populações Humanas em Áreas Úmidas Brasileiras (NUPAUB), a relação entre populações tradicionais e visitantes pode melhorar, desde que os moradores sejam incluídos pelos gestores dos parques como guias locais, repassando seus conhecimentos. Essa é outra contribuição que o parque pode gerar: o intercâmbio de culturas, pessoas da comunidade interagindo com os turistas. O Nupaub afirma que não se deve colocar pessoas que morem no entorno do parque para serem guarda parques, pois assim seriam obrigados a denunciar seus conterrâneos por praticarem atividades que antes eram consideradas tradicionais, mas que atualmente são vistas como ilegais. Embora não se tenha percebido localmente esta situação, a Vale deve se atentar para situações desta natureza.

O Parque Botânico da Vale é um exemplo de um espaço que pode se aliar ao turismo como forma de promover a educação ambiental além de contribuir com a preservação e conservação da fauna e flora maranhenses. Este trabalho, no entanto, precisa ser feito de forma sustentável para que nem

o ambiente nem a sociedade saiam prejudicados.

A Vale poderia desenvolver ainda mais o potencial do Parque Botânico, visto que esta é uma área que pode servir de base para diversas pesquisas de cunho científico com resultados que fossem voltados para preservação ambiental, com concessão de prêmios aos interessados como forma de estimulá-los. Seria interessante envolver ainda mais a sociedade ludovicense para que esta se sinta mais próxima e se identifique com o Parque Botânico que precisa estar mais próximo da comunidade, não apenas oferecendo espaços para que seus artistas exponham seus trabalhos, mas incluindo-a nas suas atividades rotineiras, trazendo autóctones para trabalhar em suas dependências.

A Vale afirma que o Parque Botânico é uma das suas principais ações socioambientais em São Luís do Maranhão. Contudo, deve-se pensar que tipo de benefícios este empreendimento trouxe e poderia ainda trazer para a vida da comunidade que vive em seu entorno e para a sociedade ludovicense como um todo. Trouxe progresso? A vida da comunidade melhorou? Diminuiu a situação de pobreza na localidade?

Enfim, não basta implantar um empreendimento grandioso em um determinado local e dizer que está contribuindo com o desenvolvimento local trabalhando de forma conjunta a estas ações socioambientais. É preciso realmente executar ações que mudem de forma positiva a vida da sociedade e melhore o ambiente de forma que os impactos positivos se sobressaiam.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo dos anos, o mundo sofreu diversas transformações, dentre elas, a mudança de pensamento e de atitude da sociedade diante das questões socioambientais. Diante dessa nova postura da sociedade as empresas viram-se na obrigação de adequar-se a esse novo contexto.

Existem empresas que realizam ações sustentáveis porque querem contribuir com a localidade em que estão inseridas e com a sociedade em geral, além de estarem cumprindo o que a lei determina. Em contrapartida, existem empresas que realizam ações socioambientais com o intuito de atrair esse novo tipo de consumidor que está surgindo – mais consciente em relação às questões sociais e ambientais e que fiscaliza as empresas para cobrar destas uma mudança de atitude.

A Vale, enquanto empresa que possui uma natureza impactante nas suas atividades, lança mão da Responsabilidade Socioambiental como uma estratégia para melhorar a sua visibilidade diante da sociedade, consolidando-se o pensamento de Friedman (ANPPAS,s.d), de que as empresas trabalham como estratégia de negócio. No entanto, deve-se reconhecer a importância dessas atitudes, independentemente do caráter motivacional (legislação, estratégia de negócio, etc), porquanto o Parque tem gerado benefícios à comunidade e ao meio ambiente do tipo: palestras educativas, exposições de artistas nativos, preservação de espécies da fauna e flora maranhenses, contribui para melhorar o ambiente em que se encontra, visto que as comunidades de seu entorno encontram-se urbanizadas e com tráfego intenso, além de constituir um local de lazer, em que a população pode se socializar, entre outras coisas.

Em seu relatório de sustentabilidade de 2012, a Vale afirma que a sustentabilidade é um dos seus pilares estratégicos. As ações socioambientais servem para limpar e agregar valor à imagem da empresa junto aos seus clientes, visto que, por suas atividades, a Vale é uma mineradora e não tem como ser totalmente “limpa” no seu ramo de negócio.

Na verdade, de acordo com o instituto Market Analysis, não existem produtos 100% ambientalmente corretos, o que existem são produtos

ambientalmente preferíveis. É dessa forma que as empresas devem anunciar seus produtos, pois ao afirmar que seus produtos são 100% sustentáveis estarão praticando o greenwashing, ou seja, enganando o consumidor.

Apesar de realizar várias atividades de apoio à cultura local, de lazer, de educação ambiental e conscientização no Parque Botânico de São Luís do Maranhão ainda é muito pouco se observar a dimensão da Vale, considerada uma das maiores transnacionais de minério do mundo. Passando esse lado de empresa preocupada com as questões socioambientais, a Vale, acaba por tirar a atenção dos danos ocasionados por suas atividades.

Por ser uma mineradora, suas ações sempre irão causar impactos negativos nas cidades onde se instalar, contudo ao realizar ações voltadas para o social e o ambiental a Vale consegue trabalhar sua imagem diante da comunidade local e ainda se mantém competitiva no mercado, visto que ser sustentável, atualmente, tornou-se uma estratégia de mercado.

Observou-se que a Vale tem no seu Parque Ambiental uma estratégia de negócio que contribui com a imagem da empresa e, ao mesmo tempo, constitui-se em um dos mais importantes espaços de visitação organizada ludovicense.

Essa estratégia tem seu lado negativo, mas também tem um lado positivo. Se por um lado pessoas foram retiradas de lugares que consideravam seus, se um espaço que antes era uma área comum a todos foi tomado por uma grande empresa, se os recursos naturais de sua localidade foram explorados sem o seu consentimento, por outro houve a preservação e a conservação de espécies da fauna e flora maranhenses, criou-se um espaço voltado para o lazer da comunidade, visto que a mesma pode realizar piqueniques nas dependências do parque, tornou-se mais uma opção onde a comunidade pode tentar se empregar, etc.

Desse modo, pensando no objetivo macro da presente pesquisa, ou seja, estudar as contribuições dadas pela Vale ao turismo ludovicense a partir da oferta de visitação pública do seu Parque Botânico, percebeu-se que as contribuições principais foram: a preservação de bens naturais, o trabalho da educação ambiental, o fomento da identidade dos autóctones com o lugar,

interação entre culturas, valorização da sociedade ludovicense através de programas sociais e investimentos na cultura local, inclusão das pessoas com deficiências, criação de um espaço voltado para o lazer da comunidade e valorização da área.

Como forma de integrar a comunidade de seu entorno ainda mais em suas atividades, a Vale, poderia oferecer cursos de capacitação para que essas pessoas trabalhassem no parque servindo de guias e dessa forma, usufruam dos benefícios do parque, além de possuírem mais uma opção de emprego. Assim, o parque estaria contribuindo para a melhoria na qualidade de vida da população.

O envolvimento com a cadeia produtiva do turismo poderia ser intensificado, inserindo-se o parque em um dos roteiros turísticos de São Luís, observando-se apenas as condições necessárias para a sustentabilidade do mesmo. Os investimentos em ações de responsabilidade social poderiam ser incrementados. Por ser uma empresa de grande porte, a Vale poderia realizar mais ações sociais e inserir de forma mais efetiva a comunidade em suas atividades.

Para concluir, observa-se que a Vale tem realizado ações socioambientais como forma de agregar valor à sua marca perante seus concorrentes no mercado e visando limpar sua imagem diante da sociedade, já que suas práticas agridem tanto o ambiente quanto a comunidade onde se instala. Entretanto, apesar de serem usadas com fins mercadológicos, essas ações acabam por contribuir também para o desenvolvimento e preservação desses destinos.

A responsabilidade socioambiental é uma prática onde as empresas podem estar contribuindo com os destinos onde se encontram. Porém, muitas não enxergam assim, veem apenas como uma estratégia a ser trabalhada para alcançar mais mercado e melhorar seus lucros. No caso da Vale, o Parque Botânico pode contribuir ainda mais para a cidade sendo usado por roteiros turísticos para fomentar a educação ambiental tanto com a comunidade local quanto com os turistas, sendo tomadas as providencias necessárias para que a sustentabilidade seja respeitada e o ambiente e a sociedade ludovicense possam estar usufruindo dos benefícios que venham a surgir dessa parceria.

REFERÊNCIAS

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Turismo**: segmentação de mercado. 3ª edição. São Paulo: Futura, 1999.

_____. (org.). **Turismo**: como aprender, como ensinar. 2ª edição. São Paulo: SENAC, 2001.

ANPPAS. **Percepção da Responsabilidade Social Empresarial na Perspectiva dos Acadêmicos de uma Universidade da Região da Serra Gaúcha**.[S.d.].Disponívelem:<http://www.anppas.org.br/encontro5/cd/artigos/GT13-195-117-20100902145354.pdf> Acesso em: 13 mar 2013.

BARRETO, Margarita. **Planejamento e organização em turismo**. 3ª edição. Campinas, SP: Papirus, 1998.

_____. **Planejamento e organização do turismo**. 5ª edição. Campinas, SP: Papirus, 2000.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo:SENAC, 2001.

_____. **Análise estrutural do turismo**. 12ª edição. rev.e atualiz. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

BOWEN, Howard R. **Responsabilidades sociais do homem de negócios**. Rio de Janeiro: Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1957.

BRAS, José Miguel. **Território, geografia e turismo**. Geografia do turismo. Universidade de Aveiro. Isca: Instituto Superior de Contabilidade e Administração. 7 de dezembro de 2012. Disponível em: < http://cetturismoua.files.wordpress.com/2012/12/aula_3_e_4_-_territorio_geografia_e_turismo.pdf > Acesso em: 15 jan 2012

CAMARGO, Aspásia; CAPOBIANCO, João Paulo Ribeiro; OLIVEIRA, José Antônio Puppim de (orgs.). **Meio ambiente Brasil**: avanços e obstáculos pós Rio-92. 2ª edição. rev. São Paulo: Estação Liberdade: Instituto Socioambiental; Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2004.

CAMPANHOL, Edna Maria; BREDA, Francisco de Assis. **Responsabilidade social**: entre o assistencialismo e a moderna gestão corporativa. In: Encontro da associação nacional *de Pós-Graduação em Administração ENANPAD; 2005, Brasília. Anais. Brasília: ANPAD, 2005.

CASTRO, Ronaldo Souza de (orgs). **Sociedade e meio ambiente**: a educação ambiental em debate. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2002.

CHURCHILL, G. A.; PETER, J. Paul. **Marketing**: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.

CIRIACO, Douglas. **25 do desastre de Chernobyl**: mitos e verdades da energia atômica. 2011. Disponível em:<www.tecmundo.com.br/energia/9897-25-anos-do-desastre-de-chernobyl-mitos-e-verdades-da-energia-atomica.htm> Acesso em: 20 abr 2013.

CORIOLANO, Luzia Neide M. T. **Turismo e meio ambiente**: interfaces e perspectivas. In: ___. **O turismo e a relação sociedade-natureza**: realidades, conflitos e resistências. Fortaleza: EdUECE, 2007. 440p.

_____. **A utopia da sustentabilidade no turismo**. In: ___. **O turismo e a relação sociedade-natureza**: realidades, conflitos e resistências. 2006

DIAS, Reinaldo. **Marketing ambiental:** ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios. São Paulo: Atlas, 2011.

DE LA TORRE, Oscar Padilha. **El turismo**: fenómeno social. Mexico: Fondo de Cultura Económica, 1997.

ESTY, Daniel C; WINSTON, Andrew S. **O verde que vale ouro**: como empresas inteligentes usam a estratégia ambiental para inovar, criar valor e construir uma vantagem competitiva. [S.l.]: Elsevier, 2008.

ETHOS- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. **Perguntas frequentes**. 2005. Disponível em: < http://www.ethos.org.br> Acesso em: 12 abr 2012.

FARIA, Ivan Dutra. **Compensação ambiental**: os fundamentos e as normas, a gestão e os conflitos. Consultoria legislativa do senado federal (coordenação de estudos). Brasília, 2008. Disponível em: <www.senado.gov.br/senado/conleg/textos_discussao/TD43-IvanDutraFaria.pdf> Acesso em 29 abr 2012.

FARIA, Dóris Santos; CARNEIRO, Kátia Saraiva. Sustentabilidade ecológica no turismo. Brasília: ed. UnB, 2001.

FERREIRA, Caroline Pinto Guedes; LIMA, Antônia Jesuíta de. **Ações de responsabilidade sócio-ambiental das empresas de transportes urbanos do município de Teresina Piauí**: uma estratégia de desenvolvimento sustentável das cidades?. 2007. Disponível em:<www.ecoeco.org.br/conteudo/publicacoes/encontros/vii_en/mesa3/trabalhos/acoes_de_responsabilidade.pdf > Acesso em 04 abr 2012

FIGUEIRA, Victor; DIAS, Reinaldo. A responsabilidade social no Turismo. Lisboa: Escolar Editora, 2011.

FLORIAN, Diego. **O greenwashing da Vale**. Itália. 2010. Disponível em: www.justicanostrilhos.org/sites/default/files/0%20greenwashing%20VALE.pdf Acesso em 15 jul 2013.

FLORIANO, Eduardo Pagel. **Políticas de gestão ambiental**. 2007. Disponível em: <www.ufsm,br/olcff/serietecnicas/serie7.pdf> Acesso em: 25 abr 2012.

FURTADO, C. **O longo amanhecer**: reflexões sobre a formação do Brasil. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1999.

FURTADO, João S. **Gestão com responsabilidade socioambiental**: desenvolvimento sustentável e comunidade. São Paulo: 2003. Disponível em: < www.teclim.ufba.br/jsf/acoessa/rsa02.pdf> Acesso em: 09 abr 2012.

GOULET, D. **Desenvolvimento autêntico:** fazendo-o sustentável. IN: **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas**.

CAVALCANTE, Clóvis (org.). São Paulo/ Recife: Cortez/ fundação Joaquim Nabuco, 1997; pp. 72-82.

GRIGATO, Rosemary B; RIBEIRO, Luiz C. M. **Política ambiental e responsabilidade social empresarial da CVRD**. Revista Ágora, nº 4. Vitória, 2006. p. 1-20.

HALL, R.H. **Organizações**. São Paulo: Pearson, 2004.

INMETRO.Disponível em:www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp Acesso em: 08 jul 2013.

INSTITUTO COCA COLA. Disponível em:<www.institutococacola.org.br/projeto-educação.htm> Acesso em: 14 mai 2013.

IRENE, Mirelle. **Goiânia, 25 anos depois**:"perguntam até se brilhamos" diz vítima. Disponível em:< http://noticias.terra.com.br/brasil/goiania-25-anos-depois-perguntam-ate-se-brilhamos-diz-vitima,bb12dc840f0da310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html> Acesso em: 23 abr 2013.

JACOBI, P. **Meio Ambiente e Sustentabilidade**. In: CEPAM (Org.). *O município no século XXI:* cenários e perspectivas. ed. especial. São Paulo, 1999. 400 p.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Introdução de marketing**. 12 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**. São Paulo: Aleph, 2000.

MARKET ANALYSIS. **Monitor de Sustentabilidade Corporativa 2012**. Disponível em:< www.maretanalysis.com.br/mab/produtos/MSC_2012.pdf > Acesso em: 13 jul 2013

MESQUITA, Tiago. **O despertar da consciência ambiental**: a hora de agir. 2009. Disponível em: < www.vivaviver.com.br/consciencia_ambiental_a_hora_de_agir_e_agora/422/> Acesso em: 23 abr 2012.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Secretaria Nacional de Políticas Públicas. **Programa de regionalização do turismo-roteiro do Brasil**: turismo e sustentabilidade. Brasília, 2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Ecoturismo**: Orientações Básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

PARTIDÁRIO, Maria do Rosário. **Guia de boas práticas para avaliação ambiental estratégica**: orientações metodológicas. Agência Portuguesa do Ambiente do Ordenamento do Território do Desenvolvimento Regional. 2007. Disponível em:<www.apai.org.pt/m1/120195788guiaaae.pdf> Acesso em: 13 mar 2013.

ROKEMBACH, Rogério (coord.). **Demonstração da responsabilidade social**. Conselho Regional de Contabilidade do Rio grande do Sul. Porto Alegre, RS: 2009. Disponível em< www.crcrs.org.br> Acesso em: 03 mar 2012.

RUSCHMANN, Dóris. **Turismo e planejamento sustentável**: a produção do meio ambiente. Campinas: Papirus, 1997.

SANTOS, Elenice Roginski. **Responsabilidade social ou filantropia?** Revista FAE BUSINESS. nº 9. setembro de 2004. Disponível em: < www.fae.edu/publicacoes/fae_business.asp > Acesso em: 10 abr 2012.

SARTORI, Rodrigo Vinícius; REIS, Dálcio Roberto dos. **A responsabilidade ambiental na prospecção de tecnologias futuras**. 2007. Disponível em<www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2007_TR680488_0037.pdf> Acesso em 06 mar 2012

SEBRAE; INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade social das empresas no Brasil**: um estudo sobre indicadores. 1990. Disponível em: < www.ethos.org.br> Acesso em: 14 abr 2012

SUCUPIRA, João A. **Ética nas empresas e balanço social**. In: SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza (orgs.). Balanço social: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2001.

UECHI, Liane. **Responsabilidade socioambiental como estratégia na Vale**. 2009. Disponível em: <www.neomondo.org.br/index.php/economia-e-negocios/159-a-responsabilidade-socioambiental-como-estrategia-na-vale> Acesso em: 20 mar 2012.

VALE. Vale celebra acordo com Suzano. Disponível em:<saladeimprensa.vale.com/PT/versão_impressao/prt_detail.dsp?tipo=2&id=19013> Acesso em: 15 jul 2013.

_____. **Relatório de sustentabilidade**. 2012. Disponível em: <www.vale.com/PT/aboutvale/sustainability/links/LinksDownloadsDocuments/relatorio-de-sustentabilidade-2012.pdf > Acesso em: 13 jul 2013.

VASCONCELOS, Augusto Carlos. **O conceito de sustentabilidade**. 2009. Disponível em<http://www.tqs.com.br/tqs-news/consulta/artigos/646-o-conceito-de-sustentabilidade> Acesso em 16 fev 2012

XAVIER, Ana Clara Rodrigues; MARTINS, Luiza Dias, ENGELHARDT, Michelle Noronha, DIAS, Juliana de C. **Gestão ambiental na Petrobrás e CVRD**. 2008. Disponível em< www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/.../anais/T7_0038_0034.pdf> Acesso em 31 mai 2012.

ANEXOS

ANEXO A

Informações Gerais Sobre o Parque Botânico da Vale

PARQUE BOTÂNICO VALE – São Luís - MA

Um Parque Botânico para São Luís
O Parque Botânico Vale em São Luís, ocupa uma área de aproximadamente 100 ha e está localizado no Complexo Industrial Portuário de Ponta da Madeira. Foi inaugurado em 5 de junho de 2008 **já tendo atendido mais de 432 mil visitantes em 4 anos de atividades.** A sua implantação contribui na proteção ecossistêmica de um dos últimos fragmentos remanescentes florestais da Ilha de São Luís.
Nesse fragmento são destaques as espécies da flora como o Pau marfim, o Pequi e o Angelim, a Sumaúma, além dos Buritizeiros e Juçareiras. No que se refere à fauna, o Parque abriga espécies tais como o Macaco prego, o Macaco capijuba, o Gato maracajá, a Preguiça, a Cutia, o Tatu peba, a borboleta azul, o bicho-preguiça, a Paca e o Tamanduá mirim, além de belas aves como o Beija-flor vermelho, o Beija-flor violeta e o Papagaio maracanã do buriti.

Áreas de Uso Público

Espaços ao ar livre
O Parque possui várias áreas ao ar livre, gramados e áreas ajardinadas que permitem o visitante ter um contato mais próximo com a natureza, reunindo a família em um ambiente natural para fazer piqueniques ou simplesmente apreciar a paisagem.

Espaço Vale
Neste ambiente há uma exposição permanente com informações sobre a atuação da Vale no Maranhão, no Brasil e no mundo, com destaque para o processo produtivo desde a mina, no Pará, até o embarque no Porto, em São Luis.

Espaços Ecossistêmicos
Considerando a riqueza dos diferentes ecossistemas do Estado, foram projetados três espaços retratando a beleza dos ambientes naturais encontrados no Maranhão. Com imagens e informações sobre a diversidade fisionômica no Estado, como Cerrado, Ecossistemas Costeiros, Floresta Amazônica, Campos Alagados e a Mata dos Cocais.

Trilhas Ecológicas
As quatro trilhas de interpretação da natureza estão entre as atrações do Parque:

Trilha do Angelim - com 404 metros o visitante pode apreciar o ambiente úmido da mata ciliar passando deste, para a mata de terra firme com destaque para a árvore do Angelim que deu nome a trilha.

Trilha da Mata Ciliar - com 543 metros, neste trecho são encontradas espécies arbóreas de médio porte, como o pequi, a fava-de-rosca e o pau-marfim e outras típicas de ambientes úmidos como a tatapiririca, buritizeiros, juçareiras e a úucuba.

T**rilha de Restauração Florestal** - são 443 metros em ambiente de floresta, com uma pequena subida, onde o visitante pode conhecer em um trecho da trilha técnicas de manejo e restauração de uma floresta.

Trilha dos Sentidos – são 125 metros de uma trilha onde os visitantes podem explorar as sensações dos cinco sentidos (tato, paladar, olfato, visão e audição). Uma trilha pavimentada e auto guiada que proporciona maior acessibilidade para pessoas com deficiência (cadeirantes, deficientes visuais, auditivos, entre outros).

Anfiteatro
Espaço ao ar livre destinado a apresentações culturais, como teatro, música e palestras.
Oficina de Educação Ambiental

Espaço reservado para atividades recreativas, com jogos e brincadeiras ecológicas e oficinas com trabalhos manuais, tais como guirlandas natalinas feitas de “vassoura” de juçara, chaveiro de pet, bolsas com caixas de leite, porta-retrato de papel reciclado, quebra-cabeça com palito de picolé e etc.

Lanchonete
Espaço com estrutura para alimentação, onde o visitante poderá utilizar mesas e cadeiras, além de banheiros, fraldário e enfermaria.

Salas de aula e auditório
O parque dispõe de três salas de aula com capacidade para 50 pessoas cada e um auditório para 200 pessoas. Nestes espaços, são promovidos eventos como palestras, cursos e seminários realizados para público externo ou internamente pelos próprios empregados vale.

Salão de Exposições
Espaço projetado para apresentação de diferentes expressões culturais e científicas, como exposições de artes plásticas, fotografia, artesanato, feiras, entre outros.

Jogos educativos, palestras e dinâmicas
Durante a visita ao Parque os orientadores ambientais promovem palestras, jogos, brincadeiras, oficinas e exibição de filmes, de acordo com a faixa etária dos grupos. Estas atividades têm como o objetivo trabalhar de forma lúdica as questões ambientais e tornar a visita mais divertida.

Ecoteca
Espaço com livros infantis, jogos, vídeos educativos e diversos brinquedos didáticos, funcionando como uma brinquedoteca.

Orquidário
Inaugurado em 2011, o Orquidário São Luís é o primeiro aberto a visitação pública da cidade. A estufa com 180m² terá diversas coleções de orquídeas nativas dos mais variados Biomas Brasileiros e conta com cerca de 40 espécies, tais como a *Catasetum* e *Epidendrum Nocturnum*, que fazem parte da coleção. Está prevista uma reprodução de mudas que, futuramente servirão de paisagismo para o próprio Parque e em praças da cidade.

Programa Trilha da Saúde
Programa de caminhada orientada por professores de educação física, que atende 350 moradores da área Itaqui-Bacanga, promovendo duas aulas temáticas (tai chi chuan, dança, ioga), duas aulas de ginástica localizadas e uma palestra por mês aos inscritos no programa. Os encontros acontecem das terças às sextas nos horários das 7h às 8h e das 16h às 17h no Parque Botânico da Vale.

Agende sua visita:
O parque funciona de terça a domingo das 8h às 16h e é aberto ao público. Para que grupos visitem as trilhas ecológicas, a visita pode ser agendada pelo telefone 3218-6245. Para caminhar nas trilhas ecológicas o visitante deve estar trajando calça e sapatos fechados, nas demais dependências, os visitantes podem trajar bermudas e sapatos baixos confortáveis para caminhada. As crianças com menos de cinco anos não podem fazer a caminhada nas trilhas de mata fechada, tendo como opção a trilha dos sentidos (pavimentada) e as outras atividades recreativas do parque.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Entrevista realizada com a senhora Gisely Pinto, gestora do Parque Botânico da Vale, em São Luís.

ROTEIRO DE ENTREVISTA

01- A natureza das atividades desenvolvidas pela Vale envolve situações que demandam cuidados com o meio ambiente e, muitas vezes, geram críticas por parte de ambientalistas, ONGs ambientais, entre outros. Nesse sentido, de que forma a senhora entende que a Vale lida/procede com as questões ambientais?

02- De que forma a Vale trabalha suas ações de responsabilidade social e ambiental? Que tipos de benefícios advêm dessas ações para a Vale?

03- Qual o contexto de criação do Parque Botânico?

04- Que tipos de benefícios o Parque Botânico da Vale traz:
4.1 Para a Vale em si?

4.2 Para a cidade de São Luís e sua população?

05- Em São Luís, além do Parque Botânico, de que outra forma a Vale trabalha as suas ações de responsabilidade socioambiental? Elas estão articuladas com o Parque?

06- Na última SBPC, o Parque Botânico constituiu um atrativo turístico amplamente procurado pelos congressistas. De que forma, este Parque poderia se envolver mais com a cadeia produtiva do turismo em São Luís?

07- A ideia da minha monografia é que o Parque Botânico da Vale possa ser mais utilizado como atrativo turístico da cidade de São Luís. Nesse contexto, há algum impedimento para que as empresas comercializem visitas ao Parque Botânico? De que forma o Parque Botânico poderia ser trabalhado junto às empresas de turismo?

08- Há ações de cunho socioambiental implementadas nas comunidades que se encontram no entorno do Parque Botânico? Se sim, quais são?

09- De que forma o Parque Botânico promove a educação ambiental?
10- A senhora considera que a Vale trabalha bem o seu MARKETING VERDE? Acredita que poderia melhorar? Como? E o Parque botânico, de que forma suas ações são divulgadas?

11- A Vale possui algum tipo de certificação ambiental? Se sim, que tipo de procedimentos/posturas/condutas respondem por esta certificação?

12- Em relação aos parceiros e fornecedores, quais são as exigências que a Vale possui para que estes possam prestar serviço para a empresa?

13- CONSIDERAÇÕES ADICIONAIS