

CULTURAL MARKETING AND ARCHAEOLOGY: A GOOD DEAL FOR COMMUNITIES IN BRAZIL¹

*Patricia Vaz Pitaluga*²

Nesta dissertação, proponho o envolvimento de outros setores da sociedade – principalmente o setor não-governamental e o setor privado – para a causa social da arqueologia, através do uso de estratégias de marketing cultural e social, a fim de encorajar esses setores a participarem mais ativamente no gerenciamento socialmente responsável dos recursos arqueológicos do Brasil, dentro de uma abordagem holística com o ambiente e como expressão de responsabilidade corporativa e cívica. Trata-se de uma abordagem de “desenvolvimento cultural”, ou seja, de que não é possível existir bem estar econômico sem o bem estar social, bem como não é possível um bem estar social sem o bem estar cultural. Essa é a base para uma abordagem da arqueologia como disciplina integrada ao contexto social, econômico e político contemporâneo, também conhecida como Arqueologia Pública ou Arqueologia no Contexto Social.

O papel do arqueólogo público transcende práticas mais tradicionais, complementando-as com uma abordagem mais pragmática, a fim de contribuir para o desenvolvimento cultural, social e econômico das comunidades perto dos sítios arqueológicos e da sociedade em geral. Há portanto a necessidade de se melhorar a comunicação entre os pesquisadores e outros setores da sociedade a fim de que busquemos novas abordagens de atuação social cooperativa.

¹ Dissertação de Mestrado em Arqueologia Pública defendida em julho de 2000 no Departamento de Antropologia, Indiana University, Bloomington, E.U.A, sob orientação da Prof. Dra. Karen D. Vitelli (Arqueologia) e do Prof. Dr. Joseph C. Miller (Marketing), com bolsa de mestrado concedida pela Organização dos Estados Americanos.

² Bolsista do CNPq no Programa de Doutorado em Arqueologia Pública do Departamento de Antropologia, em Indiana University.

Arqueólogos enquanto cientistas sociais devem contribuir para a melhoria do quadro social, econômico, humano e cultural das comunidades em que atuam. Felizmente, arqueólogos estão se diferenciando em diversas arenas, o que não significa uma fragmentação da profissão. Esse abranger da disciplina só tem a contribuir com o fortalecimento da profissão, levando-a para um maior reconhecimento de seu papel social por outros setores da sociedade. Cada vez mais o destino dos sítios arqueológicos tem se tornado uma preocupação de vários atores: governos, organizações comunitárias, acadêmicos, organizações internacionais e até empresas privadas. O momento é propício para se promover uma maior interlocução entre a arqueologia e outras disciplinas como marketing social e cultural, políticas públicas culturais, educação, antropologia econômica, gerenciamento cultural, turismo cultural e ambiental e ética em arqueologia.

Apesar do Brasil possuir boas leis de proteção aos sítios arqueológicos, essas leis nem sempre são cumpridas, devido a uma falta de patrulhamento efetivo dos sítios, e a uma consciência bastante limitada da importância desses sítios no que tange o potencial sócio-econômico dos recursos arqueológicos no Brasil. Infelizmente, um grande número de sítios vem sendo destruído diariamente, por falta de entendimento do valor social desses recursos. Naturalmente o governo tem um trabalho importante em termos de cumprimento de leis patrimoniais e de implementação de políticas de proteção ao patrimônio arqueológico. No entanto, o governo não pode ser o único responsável pela salvaguarda e gerenciamento desses recursos; faz-se necessário um esforço conjunto de toda uma sociedade social e culturalmente responsável. Precisamos promover mais parcerias e sistemas de cooperação (nacional e internacional) e trazer, para as tomadas de decisões, outros setores da sociedade para que haja uma eficaz implementação de políticas culturais.

Adicionalmente, os esforços para o cumprimento de uma política de proteção dos re-

ursos arqueológicos seriam mais efetivos se programas de incentivos e cooperação para a preservação do patrimônio cultural brasileiro fossem adotadas, ao invés de tão somente a aplicação de medidas de coerção legais que impõem penalidades somente depois que os danos ao patrimônio já foram irremediavelmente causados. Medidas coercitivas e tradicionais não têm apresentado os resultados desejados, e como resultado, por falta de consciência pública do valor social do patrimônio, perdemos valiosas informações sobre nossa memória cultural.

A fim de se criar uma maior consciência para a causa social da arqueologia no Brasil, a sociedade civil deve ser altamente priorizada e incorporada aos projetos de pesquisa. Especialmente as comunidades que vivem perto dos sítios arqueológicos devem ser consideradas como aliados essenciais para a salvaguarda e gerenciamento dos recursos arqueológicos. Portanto, um programa educacional deve ser priorizado, bem como um programa de incentivos e de promoção de parcerias nessas comunidades, englobando os setores privados, públicos e de lideranças civis. Uma comunidade mais informada pode ser uma grande aliada para alavancar a causa sócio-científica da arqueologia no Brasil.

O setor não-governamental tem se revelado um importante ator nas sociedades contemporâneas. Esse setor também é chamado de terceiro setor, ou o setor independente. Defendo que as ONGs podem ser importantes aliadas na preservação e gerenciamento dos recursos arqueológicos no Brasil. Mais especificamente, as ONGs podem mediar parcerias entre as instituições acadêmicas, as agências governamentais e internacionais, e o setor privado e a sociedade, facilitando programas de pesquisas, bem como incentivando outros mecanismos de fomento à pesquisa científica e à ação social da arqueologia.

Apresento o caso do organismo não-governamental NPA (Núcleo de Pesquisas Arqueológicas do Alto Rio Grande), a fim de ilustrar de que forma este setor pode ser mais atuante para a causa da arqueologia no Brasil. O NPA ope-

ra no sul do Estado de Minas Gerais, com sua origem na cidade de Andrelândia, e tem como missão a preservação do patrimônio cultural e ambiental da região. A linha-mestra que o NPA segue é a de que não é possível um desenvolvimento social sem um desenvolvimento sustentável ambiental e cultural. Criada pela comunidade, o NPA atua em cooperação com universidades, centros de pesquisa, a prefeitura de Andrelândia e de cidades vizinhas, a comunidade local, e empresas locais e regionais.

Dentre os diversos projetos do NPA está a construção do Parque Arqueológico da Serra de Santo Antônio. As pinturas rupestres da Serra de Santo Antônio são de grande importância para um melhor entendimento do processo de migração do homem paleoíndio no Brasil. Essas pinturas vinham sendo destruídas pela visitação desordenada, sem qualquer controle ou consciência de preservação patrimonial, e sem ao menos terem sido pesquisadas, o que representava uma enorme perda para o patrimônio arqueológico do Brasil. Ciente da urgência do problema, bem como das dificuldades e restrições financeiras que afligem as instituições oficiais responsáveis por implantar uma estrutura de proteção patrimonial, o NPA chamou para si a responsabilidade de preservar as pinturas e criou o Parque Arqueológico de Andrelândia, que abrange tanto a preservação das pinturas rupestres quanto a preservação da fauna e flora da região.

A abordagem do NPA possui um caráter aplicado e está fortemente compromissada em promover políticas de proteção arqueológica baseado no conceito de desenvolvimento cultural sustentável. Este plano integra recursos dos setores públicos, privados e de cooperação internacional, além de instituições acadêmicas e a da própria comunidade. As atividades são feitas dentro de uma estratégia que combina a preservação arqueológica com atividades educativas diretamente associadas à valorização do patrimônio histórico-cultural e ambiental, ao mesmo tempo em que insere estas atividades no contexto do potencial de desenvolvimento sócio-econômico e cultural da região.

A participação ativa da comunidade de Andrelândia foi decisiva para a realização deste projeto e sobre a importância de se preservar a memória cultural e ambiental da região. Esta iniciativa do NPA tem provado ser fundamental para o fortalecimento da cidadania e da responsabilidade social da comunidade de Andrelândia. O NPA acredita que este esforço de desenvolvimento sociocultural e econômico possa gerar outras iniciativas similares em outras regiões do Brasil. A atuação do NPA é um exemplo ímpar dos resultados possíveis para a preservação do nosso patrimônio arqueológico quando há uma intensa integração da comunidade e os outros setores da sociedade. Quando adequadamente conscientizadas sobre a importância da conservação patrimonial e ambiental, e do potencial de desenvolvimento sustentável, as comunidades ficam muito mais propensas a serem diretamente responsáveis por seus recursos locais, fazendo com que a proteção e o gerenciamento responsável desses recursos fiquem garantidos e achem eco em outras iniciativas.

No entanto, o NPA ainda se depara com dificuldades financeiras para continuar a impulsionar seus projetos. Com relação aos parceiros do setor privado, o desafio é o de explicar como investir na arqueologia pode beneficiar a empresa, ao mesmo tempo em que não compromete a integridade científica da pesquisa e do gerenciamento ético dos recursos arqueológicos dentro de um contexto de responsabilidade social.

A década de 1990 testemunhou um grande aumento do envolvimento do setor privado nas questões sociais e ambientais. Como consequência disso, um número maior de consumidores espera que as empresas conduzam seus negócios dentro de uma estrutura de responsabilidade social e de crescimento sustentável, em concordância com o bem estar social e equilíbrio ambiental. De fato, é cada vez mais freqüente ver consumidores procurarem por empresas que apresentem uma estratégia de marketing voltada para o bem estar social e ambiental – e por que não cultural?

Portanto, minha proposta é a de promover uma aproximação com as empresas privadas, tratando-as como potenciais investidores na arqueologia, usando como intermediários as ONGs locais e regionais, através de estratégias de marketing social e cultural. O argumento que apresento é que a empresa, ao promover a proteção dos sítios e incentivo à pesquisa, não somente estaria contribuindo para o bem estar cultural e social das comunidades aonde atua, como também estaria construindo uma imagem de uma empresa socialmente (e culturalmente) responsável. É o conceito de “cidadania corporativa”, baseada na teoria de CSR (Corporate Social Responsibility), cujo mote é “Doing Well by Doing Good”.

Naturalmente, para muitos arqueólogos, que vieram muitas vezes de uma tradição marxista, essa é uma questão que deve ser avaliada caso a caso, sempre dentro dos guias de ética da profissão. No entanto, é chegada hora dos arqueólogos começarem a negociar em prol da arqueologia e dos valores socioculturais que acreditamos e defendemos, dentro do contexto econômico e social do Brasil e global. Espera-se que este esforço tenha um efeito multiplicador e que contribua para se criar uma maior consciência pública da função social da arqueologia, o que conseqüentemente irá promover uma maior participação da sociedade em assuntos de valorização da nossa memória cultural.