

# AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL COMO ELEMENTO DA GOVERNANÇA EM COMPLEXOS IMOBILIÁRIOS: QUAIS AS INTENCIONALIDADES NA RESERVA DO PAIVA?

*Social responsibility practices as a governance method in real estate projects: what are the intentions in the Reserva do Paiva?*

Adauto Gomes BARBOSA<sup>1</sup>

## RESUMO

O artigo analisa as ações de responsabilidade social no complexo imobiliário Reserva do Paiva, apontando seus limites, desafios e incongruências entre o que se propõe e o que de fato se coloca como prioritário na governança desse complexo imobiliário. Sobre tais ações são apontadas três questões de fundo: a) são necessárias para as boas externalidades de vizinhança; b) fazem parte do marketing social das empresas; e, c) criam novos arranjos institucionais. São analisadas as ações de responsabilidade social no entorno da Reserva do Paiva, como a construção da agenda 21 local, papéis da vida, costurando vidas, ponte para a educação, construção do centro de capacitação de Itapuama, ações de empreendedorismo social, dentre outras. Conclui-se que malgrado tenham importância pontual, essas ações servem mais para lastrear as estratégias de consolidação do negócio imobiliário do que propriamente para a transformação estrutural da realidade social das populações do entorno.

**Palavras-chave:** Responsabilidade social; marketing social; Reserva do Paiva.

## ABSTRACT

The article analyzes the social responsibility actions in real estate complex *Reserva do Paiva*, pointing out its limitations, challenges and inconsistencies between what is proposed and what actually arises as a priority in the governance of this building complex. Three fundamental questions are made about such actions: a) are they necessary for good externalities on the neighbors; b) are they part of the social marketing of the companies; and c) do they create new institutional arrangements. The social responsibility actions are analyzed in the vicinity of *Reserva do Paiva*, such as the implementation of *Agenda 21 Local*, *Papeis da Vida*, *Costurando Vidas*, *Ponte para a Educacao*, social entrepreneurship activities, and the building of Itapuama's Training Center, among others. It was concluded that despite having punctual importance, these actions serve more to set consolidation strategies in the real estate business than to the actual structural transformation of the social reality of the surrounding population.

**Key-words:** Social Responsibility; Social Marketing; *Reserva do Paiva*.

---

<sup>1</sup> Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Pernambuco. Professor pesquisador do Instituto Federal de Pernambuco - *Campus Recife*.

## 1. INTRODUÇÃO

Em variados segmentos da economia, as grandes empresas cada vez mais procuram reforçar sua marca por meio de ações de cunho social. Essa iniciativa constitui um imperativo do atual contexto da acumulação capitalista, em que o marketing se torna peça fundamental e abarca as ações de responsabilidade social. De acordo com Alessio (2008), essas ações estão relacionadas a formas de posicionamento do capital frente a questões da contemporaneidade como a crise ambiental, a questão da pobreza e os precários indicadores sociais que persistem, sobretudo nos países subdesenvolvidos. O que haveria de novo nesse contexto não é, obviamente, o quadro de pobreza e de desigualdade social, mas certa postura proativa por parte do capital, que busca tirar proveito disso com base no chamado marketing social. Nesse sentido, longe de se tratar de alguma benevolência do capital, o que está em jogo mesmo são os interesses empresariais.

No contexto da Região Metropolitana do Recife (RMR), os desenvolvedores do complexo imobiliário, residencial e de serviços Reserva do Paiva têm procurado atuar nessa direção. Frutos de estratégias de mercado cada vez mais agressivas, os megaprojetos imobiliários redimensionam a escala da urbanização (FIX, 2007), pois alteram sobremaneira a morfologia das cidades e se tornam grandes beneficiários das inversões em infraestrutura urbana, ao mesmo tempo em que se convertem em vetores da valorização dos espaços onde se instalam. Nesse quadro de referência, os promotores imobiliários atuam mais e mais como especuladores estruturais. De acordo com Logan & Molotch (2007), tais agentes são assim denominados quando têm forte capacidade de intervir para alterar as decisões do Estado e de outros agentes privados e, dessa forma, criar novas condições que estruturam o mercado. Eles se mostram muito hábeis em promover uma situação com vistas a influenciar os outros agentes, tanto públicos como eventualmente privados, a tomarem decisões que resultarão na valorização de determinadas localizações com vistas a beneficiá-los.

É nesse contexto de especulação estrutural que se insere a Reserva do Paiva, megaprojeto imobiliário que compreende as funções residencial, comercial e de serviço, sendo anunciado como uma realidade à parte no litoral sul da RMR. Trata-se de um espaço pautado essencialmente no exclusivismo socioespacial, pois foi concebido para atender as faixas de renda mais elevadas. Nesse sentido, o masterplan prevê a instalação de diversos equipamentos. Entre os já implantados há escola, centro de compras e gastronomia e uma ciclovia; outros estão previstos como campo de golfe de dezoito buracos e uma marina, associados a equipamentos de turismo e negócios, como um centro empresarial e hotel de alto padrão. A plurifuncionalidade contribui para reforçar a noção de bairro

planejado, habilmente trabalhada pelos agentes desenvolvedores, no caso a Odebrecht Realizações Imobiliárias (doravante identificada pela sigla OR) e os grupos Cornélio Brennand e Ricardo Brennand. Enquanto a OR atua como única incorporadora e construtora de todo o complexo, os outros dois grupos são os proprietários fundiários e parceiros nos investimentos-âncora, o que significa que eles deixarão de ser os donos da terra para serem, paulatinamente, investidores dos empreendimentos do complexo, tal como já ocorre nas etapas já lançadas.

Essa rápida caracterização mostra que para a consolidação de um megaprojeto desse porte, cujo calendário máster estabelece um período de pelo menos trinta anos para ser concluído, é preciso pensar em vários elementos que poderão alterar positiva ou negativamente na consolidação do empreendimento ao longo do tempo. É nesse contexto que é crucial pensar num modelo de governança urbana que trabalhe formas estratégicas de lidar com o fator temporal. É preciso frisar que, tal como defende Harvey (2005), governança se distingue e vai além da noção de governo urbano. Aliás, como assevera este autor, no contexto atual, “[...] o neoliberalismo transformou nas regras do jogo político. A governança substituiu o governo” (HARVEY, 2013, p. 32). Logo, governança é uma noção mais ampla e envolve uma coalizão de forças, em que o governo e a administração pública exercem papel importante na condição de facilitadores e coordenadores, mas não são efetivamente os únicos agentes envolvidos no processo e tampouco seus protagonistas.

Assim, um dos elementos da governança urbana implantada são as articulações feitas pela Associação Geral da Reserva do Paiva (AGRP) junto a moradores dos bairros localizados no entorno sul do empreendimento, precisamente Itapuama, Xaréu, Enseada dos Corais e Gaibu. É curioso que o bairro de Barra de Jangada, no entorno norte, a despeito de apresentar nível de carências semelhante a esses, não tenha sido alvo das iniciativas. A AGRP também assume o papel de “prefeitura” da Reserva do Paiva, e, em termos práticos, ao menos no plano extraoficial, funciona como uma espécie de subprefeitura do Cabo de Santo Agostinho, pois assume toda a responsabilidade pelo controle urbano e ambiental no megaprojeto.

É importante frisar que a AGRP não age isoladamente, pois conta com consultorias especializadas na concepção e implantação do Plano de Ação para o Desenvolvimento Local da Reserva do Paiva (doravante identificado pela sigla PADL). Este programa assume o papel de “guarda-chuva” de um conjunto de ações, na medida em que serve de base para as ações de responsabilidade social, sendo concebido com base nos preceitos e valores de cunho empresarialista inerentes ao mundo dos negócios. Não há propriamente uma reflexão teórico-conceitual mais contundente sobre a noção de desenvolvimento local, afinal isso não é bem o propósito do PADL, o que acaba por revelar o

compromisso desse programa muito mais como amparo ao negócio do que propriamente mudar a realidade das populações pobres envolvidas.

Os agentes sociais que constituem alvo das ações do PADL assumem distintos papéis, tais como de líderes comunitários, barraqueiros, pescadores, donos de pequenos estabelecimentos de comércio e de pousadas, bem como moradores dos bairros no entorno do complexo. Todos eles são mobilizados em favor da constituição de um “espírito positivo”, sob o argumento de que a vida da população pobre do entorno irá melhorar significativamente em decorrência das externalidades da Reserva do Paiva. Cada vez mais se percebe o papel proeminente da comunicação como elemento massificador de ideologias legitimadoras dos megaprojetos imobiliários, não por acaso o departamento de marketing das grandes corporações insere em posição estratégica no organograma dessas empresas, pois é no âmbito desse setor que todo o empreendimento é pensado, procurando revelar apenas as ditas positivities decorrentes das transformações provocadas pelos megaprojetos.

As intervenções de caráter social e algumas benfeitorias pontuais na infraestrutura urbana em áreas pobres funcionam como moeda de troca para que essas populações também se tornem aliadas do negócio. Até o presente praticamente algumas melhorias de infraestrutura urbana só ocorreram em Itapuama, justo o único bairro que é contíguo à Reserva do Paiva. No caso de Barra de Jangada, que é o outro bairro contíguo, porém na face norte, possivelmente a presença do rio Jaboatão atuando como barreira natural já seria suficiente para que os empreendedores não temam os riscos de externalidades negativas para o complexo imobiliário.

Desde já, é possível ver em boa medida uma demonstração do lado perverso das ações de responsabilidade social na realidade em contexto. Por outro lado, este seria, por assim dizer, o lado social da governança implantada na Reserva do Paiva e a despeito das suas fragilidades, é, até o presente momento, o principal exemplo de iniciativa de responsabilidade social liderada por algum empreendimento imobiliário na RMR e isto, bem ou mal, o coloca como algo diferenciado no contexto local.

Mesmo que aparentemente sem qualquer poder de atrapalhar o lançamento e implantação de um megaprojeto imobiliário, a vizinhança pobre acaba tendo alguma influência no processo de valorização do negócio ao longo do tempo. Em outros termos, defende-se aqui a linha de raciocínio de que se não for alvo de algum tipo de intervenção, o quadro de carências e iniquidades sociais que prevalece nas áreas pobres vizinhas à Reserva do Paiva pode produzir externalidades negativas para esse empreendimento no longo prazo, tendo em vista que o calendário máster do empreendimento estabeleceu um prazo de cerca de trinta anos para a construção da última etapa do complexo.

Trabalhando de forma bastante hábil com o fator tempo, os empreendedores imobiliários adotam estratégias hoje para evitar prejuízos no futuro e dessa forma procuram mitigar, ainda que pontualmente, o complicado quadro de precarização social e da infraestrutura urbana do entorno da Reserva do Paiva.

Com base no exposto acima, este artigo objetiva analisar criticamente as ações de responsabilidade social que compõem o PADL da Reserva do Paiva. São analisados seus limites, desafios e as incongruências entre o que em tese é proposto e o que de fato se coloca como prioritário, ou seja, as condições efetivas para a implantação do complexo imobiliário. Um dos problemas identificados de antemão é que o espaço social é visto como mero palco das ações humanas, não se valendo das tradições históricas e culturais se elas de alguma forma não for conveniente para os interesses da reprodução do capital. Uma das contribuições desta reflexão é identificar as intencionalidades que estão por trás dessas ações, a exemplo das estratégias espaço-temporais com vistas à consolidação do empreendimento, tal como está posto no item a seguir.

## **2. A NOÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E TRÊS QUESTÕES DE FUNDO SOBRE AS AÇÕES E ARTICULAÇÕES NA RESERVA DO PAIVA**

O que, afinal de contas, de forma concreta motiva os desenvolvedores do complexo Reserva do Paiva a empreender as ditas ações de responsabilidade social? Uma observação inicial é que a apreciação das ações e articulações sociais que compõem o PADL deve levar em conta o contexto espacial em que elas se realizam. Nesses termos, vale frisar que o espaço se coloca precipuamente como produto, meio e condição do processo de acumulação (CARLOS, 2001) e, sob esse ponto de vista, é uma instância política por excelência (LEFEBVRE, 2008). Essa premissa teórica ajuda a entender a análise aqui desenvolvida, a qual, para além de apenas apontar as possíveis positivities dessas ações, vai bem além disso e procura enxergar as intencionalidades das empresas de fazerem tamanhos investimentos a princípio sem fins lucrativos.

Dessa forma, para o bom andamento da reflexão, ainda que resumidamente, é preciso discutir sobre o papel da responsabilidade social das empresas, algo cada vez comum no contexto corporativo mundo afora. Atenta a isso, Alessio (2008) aponta diversas concepções de responsabilidade social empresarial e em linhas gerais destaca que se refere à ideia de que uma organização deveria olhar para além de seus próprios interesses. Como ponto de partida, ressalta-se o apelo ético e altruísta de

se lutar pelo bem comum, porém, adverte a autora, que não se pode perder de vista que, em última instância,

esses investimentos se justificam por uma questão mercadológica: os lucros que poderiam advir no longo prazo, devido à melhoria da imagem da empresa perante a sociedade, mesmo que, em curto espaço de tempo, esses investimentos representassem custos à empresa (ALESSIO, 2008, p. 66-67).

Fica, portanto, claro que para além do altruísmo, há uma questão de preservação dos interesses das empresas por meio do que se chama de filantropia estratégica. Assim, de acordo com a autora em contexto, fica evidenciada a importância do marketing como elemento de destaque da responsabilidade social das empresas, pois ele influencia a forma como as corporações constroem e procuram fortalecer os relacionamentos com seus grupos de interesse. Por sua vez, os beneficiários dessas ações são os diversos públicos com os quais a corporação estabelece interação, logo não se trata de uma escolha aleatória, mas de uma visão estratégica da empresa. Assim, por mais que parece questionável, a responsabilidade social empresarial corrobora para a produção de riqueza e de valor e, portanto, no mundo dos negócios nada é feito de forma gratuita ou simplesmente em nome do bem comum.

Por outro lado, sabedores das implicações espaciais que envolvem a implantação de um empreendimento imobiliário de grande monta, os agentes capitalistas estão atentos para possíveis animosidades decorrentes da atuação dos agentes sociais das áreas do entorno, cujo perfil socioeconômico e cultural é muito destoante do projetado para a Reserva do Paiva. Tomando por base Lefebvre (2007), ressalta-se uma nítida diferença entre o espaço vivido desses bairros e o espaço concebido da Reserva do Paiva, sendo por isso estratégico para o capital fazer algumas intervenções junto aos vizinhos pobres, tentando, ao nível da comunicação, trabalhar com os vizinhos de forma a enxergarem efeitos positivos no seu dia a dia. Para compreender melhor essa problemática, três questões de fundo são levantadas a seguir.

A primeira é que as articulações feitas com as populações pobres do entorno não decorrem de uma sensibilização dos agentes capitalistas em face das precárias condições de vida que os vizinhos pobres apresentam, pois isso é uma exigência da própria natureza desse negócio, que depende sobremaneira das boas externalidades de vizinhança para potencializar a crescente valorização imobiliária ao longo do tempo. Por mais que a concepção urbanística dos complexos imobiliários de luxo dê as costas para os vizinhos pobres e reforcem e retrabalhem a perspectiva de autosegregação socioespacial, ainda assim, é preciso estabelecer uma relação mínima de confiança com eles, sob o

risco de se provocar uma convivência muito instável e desinteressante que iria de encontro aos interesses dos agentes capitalistas.

Por sua vez, há um elemento temporal que é crucial e que em termos práticos justifica a tal “sensibilidade social”. Trata-se do fato de que esses empreendimentos podem levar décadas para terem todas as etapas concluídas e os empreendedores precisam considerar o processo de valorização ao longo de todo esse período, e não apenas na fase inicial. Isso exige certas ações sociais para a perenidade do negócio. Considerando que a Reserva do Paiva está prevista para ser concluída somente por volta de 2040, segundo o seu projeto máster, não se pode desprezar os condicionantes que poderão interferir no seu processo de valorização ao longo de um período tão longo de investimento. Portanto, o tempo é fator essencial do empreendimento e saber lidar com ele significa trabalhar com certas circunstâncias que podem interferir no sucesso ou no eventual fracasso do negócio.

A segunda questão de fundo que sói colocar é o aproveitamento das articulações com as populações dos bairros pobres do entorno imediato como parte do marketing da Reserva do Paiva. É sabido que durante muito tempo os estudos dos empreendimentos imobiliários e da produção do espaço negligenciaram o papel central do marketing como elemento da análise socioespacial. Acontece que se vive hoje em dia em plena era informação e quando esta se torna meio de mobilização social, o poder comunicativo se coloca em todo seu esplendor. Santana (2013) mostra com bastante veemência como no período atual esse elemento é fundamental na composição do valor dos produtos imobiliários, mormente os relacionados com a produção de alto padrão construtivo.

Vale dizer que nesses tempos marcados pelo uso intensivo das tecnologias de informação e comunicação, o marketing se torna cada vez mais emblemático como meio de difusão de ideologias, modos de vida e novos padrões de comportamento baseados nos pilares / valores da sociedade de consumo. De igual forma, ele dá visibilidade às práticas de responsabilidade social e ambiental, por vezes atrelando-as ao sucesso do empreendimento. Dessa forma, investimentos qualificados pelas corporações capitalistas como “sociais” retornam para os investidores através da valorização dos ativos e da sua marca. Considerando que cada vez mais a marca se sobrepõe ao produto (SANTOS, 1997; SANTANA, 2013), as corporações que se sobressaem no mercado são aquelas que procuram enxergar o contexto socioespacial em que estão inseridas, nem que para isto precisem arquem ou mobilizem o poder público e outros parceiros a investir em algumas melhorias pontuais ou em projetos sociais. Aliás, diga-se de passagem, isso foi apontado pelos próprios agentes desenvolvedores da Reserva do Paiva, numa evidente demonstração de que o marketing, para muito além da publicidade, é uma ferramenta essencial no processo de valorização dos megaprojetos imobiliários.

Ciente disso, a principal corporação à frente do desenvolvimento imobiliário da Reserva do Paiva é suficientemente hábil para perceber que não cairia bem falar em desenvolvimento local sustentável como argumento de venda de seus produtos, sem que criasse um mínimo de condições de investimentos nos bairros pobres do seu entorno, sobretudo os que não contam com qualquer barreira geográfica os separando. Nesse contexto midiático e de crescente apelo para a defesa de causas sociais e ambientais, essa segunda questão de fundo acaba por agregar valor aos empreendimentos, que, dessa forma, passam a ser associados a boas práticas políticas e uma relação mais ética com a sociedade e o meio ambiente.

A terceira questão de fundo ensejada por essas articulações remete-se à tentativa de criação de novos arranjos institucionais, pois há a intencionalidade em estabelecer, na medida do possível, certas condições institucionais e políticas que possibilitem criar uma boa imagem dos negócios envolvendo o complexo imobiliário junto aos vizinhos pobres e ao poder público, este último sempre atuando como parceiro incontestado na viabilização do negócio. Para Harvey (2011), os novos arranjos institucionais são criados com vistas a salvaguardar o contexto social e político da governança urbana por meio da criação de associações comunitárias, associações de amigos do bairro, além do envolvimento de entidades públicas e privadas, sempre com o propósito de favorecer as mudanças desejadas por quem lidera a coalizão. Portanto, no contexto metropolitano do Recife, a Reserva do Paiva é colocada como um empreendimento à frente do tempo e é produzido de acordo com o que é já há algum tempo visto como corriqueiro em áreas mais dinâmicas do capitalismo.

Existe uma articulação que não é apenas no âmbito estritamente das pessoas, mas com um enfoque espacial com vistas a novos arranjos institucionais, para criar uma ambiência social e política favorável a este empreendimento econômico, altamente demandador de espaço e intrinsecamente dependente de virtualidades espaciais. Como afirma o autor,

Para fins de ação coletiva, as pessoas e organizações se unem para formar associações territoriais que visam gerir os espaços e lugares sob sua égide e, assim, dar a seu lugar no mundo um caráter distintivo. Fazem-no de acordo com as suas próprias histórias culturais distintas e crenças, bem como de acordo com suas próprias necessidades materiais, vontades e desejos. Os arranjos institucionais são concebidos e declaram uma autonomia (relativa) das associações humanas e seu controle exclusivo sobre, pelo menos, algumas atividades no território sob seu comando (HARVEY, 2011, p. 158).

Sob esse ponto de vista, a criação da AGRP e a mobilização que ela faz, juntamente com seus parceiros, juntos aos moradores do entorno, alimenta também o propósito de as associações comunitárias desses bairros, as igrejas, associações dos pescadores, escolas e outras agremiações,



consigam mobilizar seus respectivos públicos e passem a agir em nome de determinados propósitos comuns a AGRP, ao menos em termos da boa convivência com esse vizinho rico. Daí que Harvey fala que os arranjos institucionais produzem uma autonomia relativa, já que sua escala de ação está restrita a determinadas finalidades que constituem o horizonte de suas atividades.

Além disso, não obstante haja a contradição de que o espaço principal que está em jogo seja a Reserva do Paiva e esta foi ou ainda está sendo concebida urbanisticamente numa perspectiva exclusivista, há um claro propósito de estabelecer um terreno fértil para este perfil do empreendimento. Isto não se dá só para dentro, senão também para fora dele, buscando-se construir boas relações de vizinhança. Embora os arranjos institucionais possam ocorrer em diferentes escalas geográficas, na acepção de Harvey, a escala do bairro é certamente uma das mais apropriadas, especialmente quando o capital está no comando, ainda que em parceria com o poder público.

É nesta escala geográfica que os indivíduos constroem seu espaço vivido com muito mais intensidade e afinco e daí que fazer mobilizações neste âmbito resulta em mudanças percebidas de forma muito mais efetiva pelas pessoas que lá residem, trabalham, enfim, que participam concretamente do espaço vivido. Não por acaso, há uma percepção de alguns moradores de que as ações têm lhes trazido mudanças para melhor no cotidiano, sendo as mesmas atribuídas à OR, que desse modo começa a colher os frutos de suas articulações. Isto é o que expressa um morador de Itapuama que, quando questionado sobre os possíveis benefícios da ação do Instituto de Ação para o Desenvolvimento Humano (IADH), assim afirmou:

Com certeza, a Odebrecht nesse sentido tem sido valiosíssima para mim e para todos. Todo mundo percebe isso claro. A gente hoje sabe como se reunir, porque o mais importante é nos reunir para conseguirmos o que queremos, porque junto somos fortes. Só, por mais que queira, ninguém consegue nada, mas reunidos é possível (Morador de Itapuama e membro do Comitê Comunitário das Praias do Cabo. Entrevista em agosto/2013).

Outra demonstração de que é na escala do bairro que essas ações adquirem maior eficácia em termos de percepção dos possíveis beneficiários e dos objetivos do empreendedor que lá investe, está explícita nas palavras do mesmo morador citado acima. Desse modo, ao se referir às melhorias no seu bairro, ele disse: “Aqui era muito difícil. Como você vê, está tudo pavimentado, mas antes era muita lama, ao invés de Itapuama era ‘Itapulama’. Tudo isso aqui virava lama, qualquer chuva, qualquer coisa, às vezes, até o ônibus não entrava pela estrada de barro” (Idem).

Contudo, se Itapuama parece ter sido mais beneficiada, possivelmente por sua contiguidade espacial com a Reserva do Paiva, o quadro de precariedade é muito amplo nos demais bairros, a

despeito de eles também terem representantes no Comitê Comunitário. Tal situação é visível nas figuras 01, 02 e 03, a seguir.



**Figura 1** - Asfaltamento e construção de calçada ao longo da via principal de Itapuama

Fonte: Autor, Junho 2011.



**Figura 2** - Exposição da precariedade urbana em Gaibu

Fonte: Autor, Agosto 2013.



**Figura 3** – Exposição da precariedade urbana em Enseada dos Corais

Fonte: Autor, Agosto 2013.

Ainda que se remeta ao papel das associações e outros tipos de coletivos, na verdade, trabalha-se muito mais na perspectiva do empoderamento individual, com a crença de que os indivíduos motivados e qualificados para algumas ações serão capazes de se reunirem e em grupo passarem a reivindicar melhorias para a coletividade. Isto atende também os propósitos da Reserva do Paiva, cujos promotores imobiliários não querem em momento algum criar situação de confronto com os moradores vizinhos e, menos ainda, prepará-los para uma ação política coletiva, pois isso representaria um alto risco para os próprios interesses desse empreendimento. Em última instância, a OR deseja tê-los como aliados de alguma forma no seu propósito de crescente valorização deste espaço.

Neste sentido, observa-se que tais articulações, sem dúvida, são importantes para as populações vizinhas do entorno sul da Reserva do Paiva, ao cumprirem um papel que é essencial e igualmente relacionado com as três questões de fundo: assegurar a perenidade do negócio; contribuir para o marketing deste empreendimento imobiliário entre os vizinhos pobres e no contexto da RMR como um todo; e, sobretudo, criar as condições para novos arranjos institucionais amplamente favoráveis para a realização das duas primeiras questões apontadas.

Essas três questões de fundo ajudam a compreender, sob um olhar crítico, as ações e iniciativas que estão sendo coordenadas pela AGRP e desenvolvidas por seus parceiros, buscando, em última instância, a perenidade e a crescente valorização do negócio. Aliás, não se trata de quaisquer parceiros, mas de consultorias bastante qualificadas e com larga experiência no contexto nacional e internacional, pois isso é condição para que também essa face “social” do empreendimento seja encarada como algo “raro” ou “exclusivo” no âmbito das iniciativas do setor imobiliário local. Desse modo, as ações e articulações sociais servem como rótulos e contribuem para inserir as empresas no contexto de incorporação de boas práticas de governança.

### **3. ANALISANDO AS AÇÕES E ARTICULAÇÕES NO ENTORNO DA RESERVA DO PAIVA**

Nesta análise, busca-se enxergar os alcances e possibilidades das ações e articulações no âmbito da AGRP e seus parceiros com representantes das populações do entorno sul, ao mesmo tempo sem perder a visão crítica dos seus resultados efetivos. Nesse quadro de referência, iniciado em julho de 2012, o PADL está previsto para durar cinco anos. Segundo a consultoria contratada para tocar o plano - o IADH -, num primeiro momento as ações se voltam muito mais para trabalhar o empoderamento das pessoas para que elas passem a elaborar seus próprios projetos com vistas à

melhoria das suas comunidades, numa relação muito mais de autonomia do que de tutela frente ao poder público. A propósito, o portal do IADH, na internet, informa que ao longo da implantação deste programa, três são os principais eixos de atuação: I - desenvolvimento ambiental, formação de agentes e constituição da Agenda 21 Local; II - incubação de projetos a partir do foco empreendedorismo social e de negócios; e III - desenvolvimento da economia criativa (IADH, 2013).

Além do PADL, as outras ações de responsabilidade social e ambiental implantadas na Reserva do Paiva são destacadas no quadro 1, a seguir, permitindo ainda a identificação dos respectivos parceiros envolvidos. Vale ressaltar que, até o momento, os custos com essas iniciativas ficam a cargo da AGRP e de seus parceiros públicos e privados, conforme se nota a seguir.

Ação desenvolvida	Finalidade	Parceiro(s) envolvido(s)
Plano de Ação para o Desenvolvimento Local da Reserva do Paiva (PADL)	Promover condições para o desenvolvimento local da Reserva do Paiva e comunidades do entorno.	IADH (Instituto de Ação para o Desenvolvimento Humano)
Agenda 21 Local Reserva do Paiva	Construir a Agenda 21 Local da Reserva do Paiva e comunidades vizinhas. É parte essencial do PADL.	IADH
Ponte para a Educação	Melhorar as instalações da Escola Municipal Maria Madalena Tabosa, no bairro de Itapuama.	Concessionária Rota dos Coqueiros (que administra a Via Parque, no interior do megaprojeto, construída em regime de PPP).
Amigo da Praia	Promover a educação ambiental junto a moradores, turistas, pescadores, banhistas e usuários da Praia do Paiva.	AGRP
Papéis da Vida	Capacitar artesãos das comunidades do entorno para transformar resíduos da construção civil em arte.	Rede Sustentável Consultoria Ltda. e SEBRAE Mata Sul
Costurando Vidas	Capacitar artesãos das comunidades do entorno para transformar fardamentos usados pelos operários das obras da Reserva do Paiva em produtos artesanais.	Rede Sustentável Consultoria Ltda. e SEBRAE Mata Sul
Centro de Capacitação Profissional de Itapuama	Oferecer instalações físicas para a promoção de cursos de capacitação profissional para a população das praias do Cabo de Santo Agostinho.	SENAC e AGRP
Saber Empreender	Capacitar moradores do entorno da Reserva do Paiva para o mundo do trabalho.	SEBRAE Mata Sul
Qualidade no Atendimento ao Cliente		
Empreendedorismo Cultural		
Iconografia do Cabo de Santo Agostinho	Trabalhar com a população do entorno para identificar os principais ícones da cultura e da identidade do Cabo de Santo Agostinho ao longo da sua história.	SEBRAE, Odebrecht Realizações Imobiliárias e Prefeitura Municipal do Cabo de Santo Agostinho

**Quadro 1:** Principais ações de responsabilidade social e ambiental coordenadas pela AGRP.

Fonte: Elaboração própria com base em material coletado junto à AGRP.

Os consultores defendem que as ações do PADL só surtirão efeito ao longo de pelo menos quatro a cinco anos e precisam começar com um número relativamente restrito de participantes, que depois podem se tornar agentes multiplicadores. Por esta razão, atualmente há pouco mais de vinte pessoas envolvidas, as quais instituíram o Comitê Comunitário das Praias do Cabo, cujas ações estão balizadas no *slogan* “Cabo de força”. Segundo os seus integrantes, esta expressão ilustra muito bem os propósitos do comitê e contém forte significado político e social. Dessa maneira, o comitê passa a ser o principal canal de articulação com o poder público, as empresas e com a Reserva do Paiva.

O segundo item do quadro se refere à construção da Agenda 21 Local da Reserva do Paiva (Fig. 4), que na visão da AGRP e do IADH, compreende as ações que integram o PADL. No seu livreto, a agenda é esboçada a partir das premissas do desenvolvimento sustentável, sempre fazendo menção aos possíveis benefícios trazidos por este megaprojeto para os seus moradores e investidores (lojistas, donos de empresas que funcionam no interior da Reserva do Paiva) e as comunidades vizinhas. Dentre os princípios da agenda, são mencionados: a sua construção de forma coletiva; a preocupação com o uso racional e a preservação dos ativos ambientais locais; ampliação dos laços de cidadania e de solidariedade. Ela ainda indica propostas para solucionar os problemas identificados no diagnóstico ambiental, estabelecendo responsabilidades do coletivo e das entidades e também prevê o seu acompanhamento.



**Figura 4** - Conjunto de imagens da contracapa, capa e conteúdo interno da cartilha da Agenda 21 Local da Reserva do Paiva.

Fonte: Elaboração própria com base em material gentilmente cedido pela AGRP.

A construção deste documento se deu em seis etapas, sendo elas: a) levantamento de informações; b) identificação das lideranças locais; c) mobilização e sensibilização dos multiplicadores ambientais; d) diagnóstico rápido participativo; e) construção da visão de futuro; e f) validação dos resultados. Nesse percurso, houve o envolvimento de representantes das populações das comunidades locais, justamente com o intuito de lhe dar legitimidade e estabelecer algum arranjo institucional entre a Reserva do Paiva e as comunidades envolvidas.

É visível, no entanto, a ausência de participação efetiva dos agentes “internos” da Reserva do Paiva nesse processo de elaboração, sejam eles moradores ou os investidores. Não obstante o título do documento utilize letras em menor destaque fazendo menção às comunidades vizinhas, de forma prática, o que se verifica é que não tem havido a integração ou coalizão dos desenvolvedores e moradores que compõem este megaprojeto na construção da Agenda 21 Local, exceto por meio da representação formal da AGRP. Não há qualquer interlocução nesse processo dos moradores ou proprietários de casas do Condomínio Morada da Península, tampouco do Vila dos Corais ou dos antigos moradores da primeira fase do loteamento. Também parece não ter havido qualquer participação efetiva dos empreendedores e parceiros. Assim, a despeito das belas palavras que explicitam a concepção do documento, na prática, quando se examina como se deu de fato a sua construção, fica a ideia de que veio como um pacote pronto, habilmente construído pela consultoria para ser mais um instrumento do marketing do empreendimento.

Na construção desta agenda igualmente não houve mobilização dos moradores que constituem sócios terceiros, representados pelos poucos que adquiriram lotes do antigo loteamento Praia do Paiva<sup>2</sup>. Na construção da Agenda 21 também não houve qualquer mobilização dos posseiros dos Brennand, antigos remanescentes da Propriedade Paiva, convertida na atual área de implantação da Reserva do Paiva. Aliás, embora fossem os moradores mais antigos dessa área, eles sequer são citados e a conclusão que se extrai é que perderam a serventia. Eles eram necessários para vigiar e cuidar da fazenda de coqueiros que foi plantada nessa área desde que o loteamento foi desfeito. Desde que o complexo imobiliário começou a ser implantado eles estão sendo retirados pelos Brennand, sob o mais absoluto silêncio deles e da opinião pública em geral. A propósito, segundo Castellan et al. (2013), na verdade, esse processo começou desde as primeiras retiradas desses moradores nos fins da década de 1970 e início dos anos 1980. Porém, hoje em dia, algumas casas foram demolidas para a implantação da Via Parque. As poucas que restam estão sendo silenciosamente desocupadas (Fig. 5). Numa ou noutra ainda há morador, mas certamente por pouco tempo. Parece haver mesmo uma intencionalidade de apagamento de sua história com a destruição do seu espaço vivido, já que estão sendo sintomaticamente retirados para dar espaço ao moderno, isto é, o complexo imobiliário.



**Figura 5** - Casa de morador posseiro da Propriedade Paiva, às margens da Via Parque e da Reserva de Camaçari.

Fonte: o autor, agosto / 2013.

---

<sup>2</sup> Os sócios terceiros são os moradores e proprietários dos poucos lotes que não foram comprados de volta pelos Brennand, logo após lançado o loteamento Praia do Paiva em 1984, ao perceberem que não seria um bom negócio. Esses agentes, apesar de assim chamados, não são obrigados a se associarem à AGRP, ainda que sejam estimulados a fazerem isso.



Assim, numa postura de silêncio, talvez por medo, alguns se recusem a falar ou falem apenas por meias palavras sobre tal situação. Nesse sentido, um desses posseiros assim disse:

Eu fui o primeiro a cair fora. A rodagem pegou minha casa, mandaram eu vim embora... vim embora [...]. Eu não sei se eles queriam ficar. Só sei que eles [os Brennand] retiraram uns três ou quatro lá para Enseada [dos Corais] (pausa)... indenizou. (Ex-posseiro da Propriedade Paiva. Entrevista em agosto de 2013).

Indagando outra pessoa que também foi retirada dessa propriedade, questionou-se sobre o que achava da implantação da Reserva do Paiva e como encarava a nova realidade, logo ressaltou sua situação de estranhamento. “Pra eles é melhor né. Pra gente foi pior, que teve que sair. Pra acostumar é difícil, pois nunca teve essas coisas, né. E a gente acha estranho, sei lá, estranho. Todo mundo estranha, minha família e outras pessoas também estranham.” (Fala de ex-posseira da Propriedade Paiva. Entrevista em agosto de 2013). Pelo discurso, é possível notar o grau de simplicidade desses antigos moradores e se é difícil para eles falarem sobre isto, quão mais ainda o é enfrentar a nova realidade, desvinculados de seu lugar.

Esta é sem dúvida uma das maiores contradições do PADL da Reserva do Paiva. Como já dito, não há qualquer alusão à situação desses moradores e, desse modo, esquece-se que o lugar é uma das dimensões da produção do espaço vivido e a desterritorialização dessas pessoas não é levando em conta no programa. Como pelo acordo com a OR, esta retirada dos antigos posseiros é da responsabilidade dos Brennand – os donos da terra – e, como estes praticamente não se envolvem com as articulações da AGRP com as populações do entorno, há certo acordo tácito por parte da OR e seus sócios de que os posseiros não devem ser mencionados no PADL. Esse documento se torna, simbolicamente, um documento bem intencionado, mas que não deve ser levado ao pé da letra. Isso mostra as fragilidades de construção da Agenda 21 Local, que, assim, não vai a questões de fundo do desenvolvimento local, pois mexer em tal desterritorialização acabaria resvalando em questões maiores que não interessam nem de longe aos desenvolvedores da Reserva do Paiva tocar nesse tipo de assunto. O desenvolvimento local sustentável é uma expressão lindamente construída para inglês ver, como diz o provérbio popular.

Como construção discursiva, a sustentabilidade é algo bastante evidente na Reserva do Paiva, porém enquanto prática é algo que certamente precisará de muito avanço. Fica assim a impressão de que para os desenvolvedores, num processo como este, os problemas existem (e existirão) apenas do lado de fora da Reserva do Paiva, e por isso não haveria a necessidade de participação dos novos moradores da Reserva do Paiva (se é que eles se dispõem). Mais um elemento que reforça a hipótese de que essas ações são pura peça do marketing social do empreendimento.

Outra iniciativa da governança da AGRP junto às comunidades vizinhas refere-se à ação intitulada *Ponte para a educação*, sob a responsabilidade da Rota dos Coqueiros, empresa que constitui uma sociedade de propósito específico que administra o complexo viário no interior da Reserva do Paiva (Via Parque e a Ponte do Paiva), em regime de parceria público-privada. Por meio desta ação, a concessionária adotou a Escola Municipal Maria Madalena Tabosa e faz algumas melhorias na infraestrutura e incentiva a realização de algumas atividades didáticas. Não se quer afirmar que tal ação seja ruim para o bom funcionamento da escola, o problema é quando se analisa a questão de forma mais ampla, percebe-se que ela é essencialmente pontual e não resolve os problemas de ordem estrutural da educação. Vale frisar que o uso do termo “ponte”, neste caso, não é mera coincidência, pois isto é parte da construção discursiva do marketing do empreendimento de procurar mostrar as ações de responsabilidade social de seus empreendimentos em prol das comunidades vizinhas.

O projeto *Amigo da Praia*, por sua vez, faz parte das estratégias de educação ambiental como meio de informar as pessoas a respeito da existência e do conteúdo das leis nº 2.602/2010 e 2.603/2010, que tratam do uso dos espaços públicos e dos resíduos sólidos na Reserva do Paiva. Vale destacar que elas foram aprovadas na Câmara de Vereadores e diligentemente sancionadas pela Prefeitura do Cabo de Santo Agostinho para atender a necessidade de a AGRP (como espécie de “subprefeitura”) fazer o controle do uso dos espaços públicos no perímetro da Zona Especial de Turismo, Lazer e Moradia Reserva do Paiva (ZETLM-RP). Trata-se de uma alteração do Plano Diretor Municipal para atender privilégios dos empreendedores da Reserva do Paiva, como de resto também tem sido feito com outros megaprojetos implantados nesse município. Vale dizer que tal tipo de iniciativa também busca estabelecer arranjos institucionais em prol de uma boa relação de vizinhança dos moradores das áreas do entorno em relação ao megaprojeto.

Por sua vez, na área de capacitação profissional, merecem destaque as ações denominadas *Papéis da Vida* e *Costurando Vidas*, ambas desenvolvidas pela Rede Sustentável Consultoria Ltda. e pelo SEBRAE Mata Sul. Tais ações se voltam à reciclagem de parte dos resíduos gerados na Reserva do Paiva. Diariamente, a equipe da empresa de conservação e limpeza passa nas residências dos associados da AGRP e recolhe os resíduos. Além do recolhimento de resíduos, essa empresa desempenha tarefas como: manutenção das áreas públicas, corte da grama, varrição diária da praia e manutenção das cercas. Parte desse material é aproveitada nesses projetos, o que se coloca como algo bastante positivo do ponto de vista ambiental.

Vale salientar que o projeto *Papéis da Vida*, iniciado em 2008, capacita artesãos com uso de resíduos das obras para a confecção de produtos artesanais, que depois são comercializados em feiras

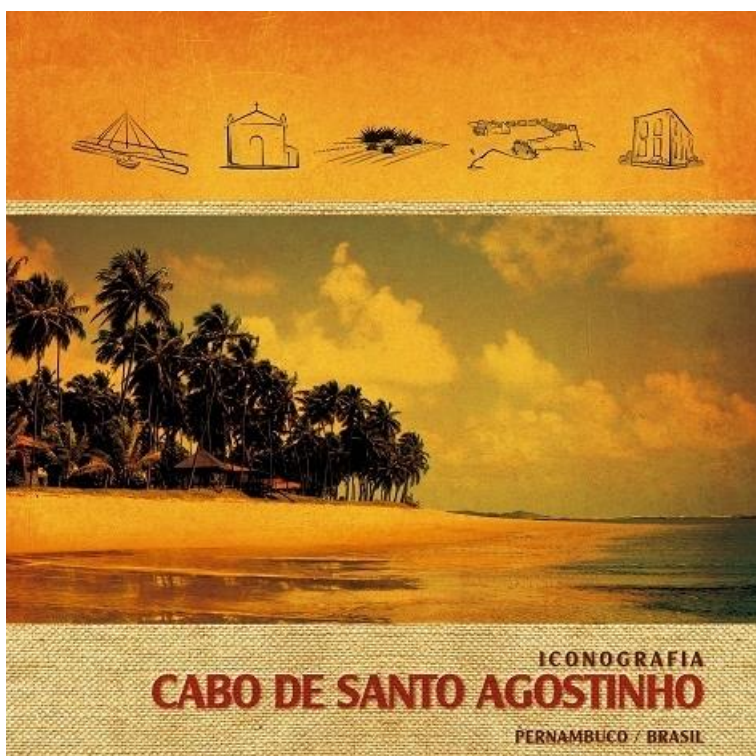
no Recife e em outras cidades. Este programa recebeu o Prêmio Master Imobiliário 2012, concedido pelo SECOVI-SP e a FIABCI – Brasil, na categoria *Profissionais – Responsabilidade Social*, e ficou em segundo lugar na categoria *Desenvolvimento Socioambiental*, do Prêmio SESI Qualidade no Trabalho. Tal tipo de ação serve de vitrine e, da mesma forma que outras ações já analisadas, ele é parte do marketing e funciona para que a Reserva do Paiva seja visualizada pela sociedade como um empreendimento sustentável. Novamente, eis o importante papel do marketing.

Como decorrência disso, conforme entrevista concedida por um artesão participante deste projeto e que é morador de Itapuama, o efeito desta ação parece ter dado frutos positivos. Diz ele:

Eu moro aqui há mais de vinte anos, sou artesão, sempre moro aqui e em Recife porque minha feira é lá em Recife, onde eu vendo meus produtos. No caso lá, eu vendo cangas e tricô feito à máquina. Aqui junto com o [projeto] Papéis da Vida, através da Odebrecht, vendo trabalhos com fibra do coqueiro e outros trabalhos de reciclagem, papelão, que já vende para os empreendimentos. (Artesão e membro do Comitê das Praias do Cabo. Entrevista em agosto de 2013).

No caso do *Costurando Vidas*, é aproveitado o material descartado de fardamento usado pelos trabalhadores das obras da Reserva do Paiva e que esteja em condições de ser transformado em artefatos como chapéus australianos, *nécessaires* e bolsas, que são vendidos em feiras e exposições. Enquanto a Rede Sustentável Consultoria oferece capacitação na produção artesanal, o SEBRAE apoia as iniciativas de empreendedorismo e faz a articulação com os organizadores das feiras e exposições. Como se nota, são ações pontuais que têm um impacto imediato na vida das pessoas, eventualmente melhorando seu meio de obtenção de renda, o que por si só é positivo, ainda que insuficiente para resolver os problemas de natureza estrutural, que, por outro lado, não é intenção nem papel do capital buscar resolvê-los.

Ainda na perspectiva da capacitação profissional, o SENAC, em parceria com a AGRP, construiu o Centro de Capacitação Profissional de Itapuama, como forma de oferecer cursos para as populações desses bairros vizinhos da Reserva do Paiva, juntamente com outras entidades profissionalizantes. Conforme afirmou o Gestor do Destino e Sustentabilidade, há o interesse de que a Reserva do Paiva ofereça empregos a uma parte da população do seu entorno. Isto, sem dúvida, está no campo da busca de criação de novos arranjos institucionais, nos termos discutidos acima. Também como expressão desses novos arranjos, a AGRP atuou na elaboração do documento *Iconografia do Cabo de Santo Agostinho* (AGRP, 2012) (Fig. 06). Ele foi organizado pelo SEBRAE e pela OR, em parceria com a Prefeitura Municipal. Sob uma construção discursiva que apregoa a valorização da identidade local, moradores foram mobilizados para identificar os possíveis ícones da história e da cultura local.



**Figura 6** - Capa da Iconografia do Cabo de Santo Agostinho.  
Disponível em: <<http://www.leiaja.com/cultura/2013/cabo-ganha-catalogo-iconografico-nesta-terca-07/>>. Acesso em: 30/04/2014.

Segundo a visão da Gestão do Destino e Sustentabilidade da incorporadora responsável pelo complexo Reserva do Paiva, essa ação teria sido o primeiro passo de resgate (para) materializar ícones que são símbolos turísticos e da história do Cabo de Santo Agostinho, tal como ele sugere. Em tom nada crítico e um tanto pretensioso, tendo em vista a complexidade dessa questão, ressalta que a identidade histórica e cultural do lugar vai ser explorada em produtos e serviços desenvolvidos no contexto do empreendimento imobiliário. Trata-se de uma visão puramente marqueteira da dimensão cultural local, numa frágil tentativa de convertê-la numa espécie de objeto a serviço da Reserva do Paiva. Dessa forma, os ícones são pensados como espécies de logomarcas e como atributos de valor para o empreendimento e são intencionalmente confundidos como peças do marketing corporativo. Essa é evidente demonstração da concepção do espaço como mercadoria (CARLOS, 2001; LEFEBVRE, 2007; 2008).

Ademais, numa visão até certo ponto romântica do processo histórico, mas em nenhum momento ingênua, é no mínimo curioso observar que a maior parte dos ícones identificados esteja relacionada com a Reserva do Paiva, inclusive a recém-inaugurada ponte do complexo da Via Parque

que, como sugere o documento, já estaria incorporada à memória e à história local, tanto quanto as edificações e ruínas do sítio histórico do Parque Metropolitano Armando de Holanda Cavalcanti, a Estrada de Ferro que liga Recife ao Cabo e os seus canaviais e antigos engenhos, muitos destes simplesmente ausentes na iconografia. Mais uma vez, chama-se a atenção para o papel crucial do elemento da comunicação como ferramenta poderosa para compor a imagem que coletividade passa a fazer sobre determinado empreendimento. Trata-se de um habilidoso processo de construção da marca, por meio de um processo de agregação de valor simbólico.

Contudo, a despeito dessa hábil intencionalidade, as contradições logo aparecem quando se nota, por exemplo, que apesar da sua importância na formação histórico-social local, há, na iconografia, o apagamento quase total do universo rural do município do Cabo de Santo Agostinho, historicamente associado à presença de dezenas de engenhos de açúcar e, exceto o Massangana<sup>3</sup>, nenhum outro consta nesse suposto itinerário lírico e sentimental. Portanto, em meio à tamanha superficialidade, na mesma iconografia, o nome Reserva do Paiva substitui a toponímia Praia do Paiva e em relação a ela são evocados a Ponte do Paiva, os coqueirais, os corais, o maceió, a própria Associação Geral e a árvore cajueiro, num claro esforço de construção de uma identidade local que este empreendimento não tem e, pior ainda, força um lastro histórico que está muito longe de possuí-lo. A identificação desses elementos como suposto ícones do Cabo de Santo Agostinho é fruto da consulta aos moradores sem uma contextualização do que é ou deveria ser um documento dessa natureza. Mas, como se presume, tamanha superficialidade é intencional e serve para mais um recurso de marketing social da Reserva do Paiva.

Outro elemento que também não consta na iconografia é a Festa da Lavadeira. Trata-se de uma festa popular, de cunho profano e religioso de matriz africana que ocorria desde 1987 na área central da Praia do Paiva. Entretanto, desde a implantação do megaprojeto este evento passou a sofrer severas restrições até ser totalmente retirado de lá. O principal obstáculo foi a aprovação das leis municipais 2.602/2010 e 2.603/2010, já mencionadas, que impõem severas restrições ao uso do espaço da ZETLM-RP para atividades como comércio ambulante e festas na faixa da praia e nas áreas públicas e institucionais da Reserva do Paiva. A este respeito, o Art. 19 da primeira lei é muito explícito sobre as

---

<sup>3</sup> Justamente o mais famoso, pois foi lá onde nasceu Joaquim Nabuco, sendo tombado pela FUNDARPE, forma o Parque Nacional da Abolição, que reúne em dez hectares o conjunto arquitetônico formado pela Casa Grande, a Senzala e a Capela de São Mateus.

festas religiosas e eventos festivos, afinal eles não combinam com este novo espaço asséptico e homogeneizante que está sendo produzido<sup>4</sup>.

Porém, com foco diretamente para este evento, a aprovação da Lei Municipal nº 2062/2010 impõe restrição ao número de pessoas em eventos dessa natureza, o que na prática serviu como mais um instrumento para a retirada da festa desse local. Neste caso, a questão ambiental foi usada como belo argumento para tentar justificar tal fim dos desenvolvedores da Reserva do Paiva. É no mínimo curioso que o mesmo poder público municipal que aprovou leis que restringem esse evento, em 2002, aprovara uma lei que naquele momento anterior à Reserva do Paiva, regulamentava as festas municipais, dando especial ênfase à Festa da Lavadeira, que era apresentada ou defendida como de grande importância para a cultura local<sup>5</sup>.

Diante destas restrições e por meio de uma negociação com os próprios desenvolvedores, a organização do evento acabou aceitando a sua transferência para o Recife. Os termos da negociação são bem reveladores do lado arcaico da sociedade brasileira, mesmo quando se trata de um empreendimento que se posiciona como *mainstream* no contexto local. Senão leia-se o depoimento abaixo:

A gente negociou com o grupo do empreendimento que se eles ocupassem a mídia na transição de local da festa, a gente fazia esta transição. Então a parte deles foi toda a divulgação em mídia: jornal, rádio, televisão, blog, e principalmente com o sistema Jornal do Commercio, a mudança de local da festa, pra que a gente pudesse vir pra Recife e as pessoas saberem para onde a festa estava acontecendo. Então este foi o acordo que a gente fez. [...] quando a gente vai pedir apoio ao Estado não existe mais uma sinalização do empreendimento, dos empreendedores do grupo Brennan, de botar o dedo e dizer: a gente não quer isso! Essa influência existe e a gente sabe que ela existe, porque ela existe em qualquer situação. (Fala do organizador da Festa da Lavadeira. Entrevista em julho de 2014).

Desse modo, os organizadores e realizadores da Festa da Lavadeira acabaram cedendo às pressões dos desenvolvedores da Reserva do Paiva e da própria Prefeitura Municipal, mediante a condição de aqueles abrirem caminho junto à mídia local para que esta anunciasse a mudança de local do evento. A Festa da Lavadeira acabaria ganhando espaço na mídia muito mais por seu

---

<sup>4</sup> “Art. 19: A realização de quaisquer eventos festivos, religiosos ou de qualquer outra natureza na orla, áreas verdes e áreas institucionais ficará condicionada à prévia autorização da Prefeitura Municipal e dos órgãos de controle urbano, de trânsito e ambiental municipais, devendo ser requerida no prazo de até 30 (trinta) dias anteriormente à data da realização do evento.”

<sup>5</sup> Essa festa é textualmente citada na Lei Municipal nº 2.015/02. Dentre outros itens, o Art. 2º assim menciona: “I - Garantir espaço destinado à Festa da Lavadeira, localizado na área verde em frente à quadra 124 e a faixa de terreno denominada ‘institucional’, do loteamento da Praia do Paiva, como de uso exclusivo do dia primeiro de maio; II - O espaço referido acima não poderá sofrer qualquer alteração seja paisagística ou qualquer obra, construção ou utilização que venha prejudicar a realização da Festa da Lavadeira.”

enfraquecimento do que pela resistência aos grupos hegemônicos locais, que dessa forma, deram mais um passo para a dissolução do vivido em nome do espaço concebido da Reserva do Paiva. A opção pelo enfraquecimento feita pelos próprios organizadores da festa acabou por contribuir para o seu fim, pois ela não sobreviveu à mudança do local e à desmobilização das pessoas. Apesar de ter sido um marcante evento cultural do lugar, a Festa da Lavadeira está ausente na Iconografia (e no PADL), enquanto que, inversamente, cita a Ponte do Paiva como se já fizesse parte da história e memória local, um objeto para o tráfego de veículos motorizados inaugurado em 2009! Pelo visto, a própria lei que dava ênfase a esta festa, agora também está apagada.

Como se depreende do exposto acima, o documento é visivelmente mal elaborado, mas isso que a princípio poderia ser visto como algo ingênuo, na verdade, nada tem de inocente. É um artifício que tenta sedimentar na vizinhança a ideia de que a Reserva do Paiva seria possuidora de um lastro histórico e cultural (que logicamente não tem e está longe disso) e supostamente já faria parte da memória do lugar. Em que pese o lado perverso desta prática, isto também mostra os múltiplos horizontes da atuação da AGRP, seja para dentro, seja para fora do complexo imobiliário em contexto. Hoje em dia, em que vigora o império das marcas e a recorrente evocação ao simbólico, o capital se sociometaboliza para agregar valor de distintas formas e processos. Essas ações aqui analisadas dão em boa medida a dimensão dessa questão.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Depois de fazer a apreciação das principais ações de responsabilidade social e ambiental, é oportuno apontar possíveis lacunas e levantar alguns questionamentos. Ora, como falar de desenvolvimento local em sentido pleno se o próprio espaço concebido da Reserva do Paiva, na prática, não se articula com os seus vizinhos? Para além do acesso pela Via Parque ou pela faixa de praia, não há no traçado urbano previsto no plano máster desse megaprojeto nenhuma rua que se conecte com Itapuama. Isso, sem dúvida, diz muito e derruba muitos elementos habilmente “floreados” como desenvolvimento local sustentável e contidos no PADL.

Como pensar um desenvolvimento local ante o que foi exposto sobre o quadro de constrangimento do uso do espaço público (ou semipúblico) deste empreendimento por parte dos vizinhos e outros que não fazem parte daquele espaço? A expulsão da Festa da Lavadeira e a permanente vigilância de empresa especializada, em parceria com a Polícia Militar, resguardadas pelas

duas leis citadas, igualmente oferecem elementos críticos que expõem as verdadeiras intencionalidades dessas ações política, social e ambientalmente corretas.

Como evocar a ideia de um desenvolvimento local sem a efetiva integração destas díspares realidades socioeconômicas de “dentro” e de “fora” da Reserva do Paiva? Conforme analisado, a não participação e inserção de agentes sociais importantes da Reserva do Paiva e, particularmente o apagamento do vivido constituído pelos antigos posseiros da Propriedade Paiva são uma das mais perversas contradições envolvendo a implantação da Reserva do Paiva. Desse modo, a despeito de algumas iniciativas merecedoras de elogio pelos benefícios que elas geram para as comunidades envolvidas, há um evidente propósito dos desenvolvedores de assegurar, acima de tudo, as boas condições de reprodutibilidade dos capitais investidos, isso, sempre bom lembrar, numa escala temporal de pelo menos três décadas. A questão temporal, como apontado é um elemento crucial e ela por si só é justificadora de todas as ações que aqui foram analisadas.

## 5. REFERÊNCIAS

AGRP. *Iconografia do Cabo de Santo Agostinho*: Pernambuco / Brasil. Recife: SEBRAE, 2012.

Disponível em:

<<http://www.agrp.com.br/informacoes-uteis/downloads>>. Acesso em: 24/04/2014.

ALESSIO, Rosemeri. *Responsabilidade social das empresas no Brasil*: reprodução de postura ou novos rumos? 1ª reimpr. Porto Alegre: EDIPCURS, 2008.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. *Espaço-tempo na metrópole*: a fragmentação da vida cotidiana. São Paulo: Contexto, 2001.

CASTELLAN, Rita Rovai et al. Implicações dos investimentos públicos e privados de cunho turístico, imobiliário e industrial sobre uma comunidade nativa na perspectiva de território. In: *Revista do Departamento de Geografia - USP*, v. 25, 2013, p. 231-252.

FIX, Mariana. *São Paulo cidade global*: fundamentos financeiros de uma miragem. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.

Instituto de Assessoria para o Desenvolvimento Humano. *Programa de Apoio ao Desenvolvimento Local na Reserva do Paiva e Comunidades Vizinhas*. Postado em: 17 jan 2013. Disponível em: <<http://www.iadh.org.br/programa-de-apoio-ao-desenvolvimento-local-na-reserva-do-paiva-comunidades-vizinhas/>>. Acesso em: 02/05/2014.

HARVEY, David. *A produção capitalista do espaço*. Tradução: Carlos Szlak. São Paulo: Annablume, 2005.

\_\_\_\_\_. *O enigma do capital e as crises do capitalismo*. Tradução: João Alexandre



Peschanski. São Paulo: Boitempo Editorial, 2011.

\_\_\_\_\_. A liberdade da cidade. In: ROLNIK, Raquel et al. *Cidades rebeldes: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil*. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2013, p. 27-34.

LEFEBVRE, Henri. *The production of space*. Tradução: Donald Nicholson-Smith. Oxford: Blackwell Publishing, 2007.

\_\_\_\_\_. *Espaço e política*. Tradução: Margarida Maria Andrade e Sérgio Martins. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

LOGAN, John R.; MOLOTCH, Harvey L. *Urban fortunes*. Berkeley, Los Angeles, Londres: University of California Press, 2007.

SANTANA, Gisela. *Marketing da "sustentabilidade" habitacional - lançamentos imobiliários e ecologia urbana: em busca do equilíbrio*. Rio de Janeiro: Mauad X / Inverde, 2013.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 2ª ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

Recebido em 23 de Junho 2016

Aceito em 04 de Julho 2016