

DA MÚSICA À COMUNIDADE: THE TOWN E OS IMPACTOS DA PARTICIPAÇÃO SOCIAL CIDADÃ E CORPORATIVA NA FAVELA DO HAITI.

Karen Daniele Lira de França¹
Francisco Fransualdo de Azevedo²
Talita Poliana Guedes da Silva³

Resumo: Os festivais de música promovem sustentabilidade ao incentivar práticas sustentáveis e a conscientização ambiental. Marcas patrocinadoras, como a Volkswagen, colaboram com os organizadores dos festivais em projetos que impulsionam o desenvolvimento social e econômico de comunidades de baixa renda, exemplificado pelo projeto Favela 3D. No entanto, há falta de estudos abrangentes sobre o papel social desses festivais. Este artigo investiga a participação social dos residentes da Favela do Haiti (São Paulo/Brasil) e das empresas patrocinadoras do evento The Town no projeto Favela 3D. A pesquisa, baseada em entrevistas, mostra que o The Town serve como plataforma para promover desenvolvimento social e sustentabilidade. A participação ativa da Volkswagen demonstra um compromisso com a responsabilidade social que vai além da doação financeira, mas levanta questões sobre suas intenções reais. Este estudo contribui para a compreensão de como festivais de música e marcas patrocinadoras podem fomentar a participação social cidadã e corporativa, colaborando para o desenvolvimento sustentável e a inclusão social. As descobertas influenciam teoria e prática no Desenvolvimento Comunitário e na Responsabilidade Social Corporativa, oferecendo perspectivas para futuras iniciativas de RSC e sustentabilidade em festivais de música.

Palavras-chave: Festivais de música, Participação social cidadã, Responsabilidade Social Corporativa, Favela 3D, *The Town*.

1. INTRODUÇÃO

Os festivais de música representam um elemento dinâmico das estruturas socioculturais em todo o mundo e celebram valores, crenças, identidade, status e conexões culturais nas comunidades (Pattiasina, 2021). Desde a década de 1960, a cultura dos festivais de música pop tem se preocupado com a prática ou, pelo menos, com a retórica do cuidado, educação e ambientalismo (Brennan *et al.*, 2019). Deste modo, existe um aumento na conscientização de como se inserir no paradigma da sustentabilidade e, conseqüentemente, uma tendência de eventos ecologicamente corretos ou festivais *green* (Alzghoul e Yahya, 2017).

Para Holmes *et al.* (2015), um evento *green* é caracterizado por possuir uma política de sustentabilidade e/ou implementar práticas de gestão sustentável. A gestão sustentável de eventos pode ser observada por meio do processo de “ecologização”, denominado por Mair e Jago (2010) como *greening*. Esse termo tem origem nos estudos sobre a sustentabilidade de

¹ Doutoranda em Turismo na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Professora em Turismo no Instituto Federal do Mato Grosso. karenfranca@gmail.com

² Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Uberlândia - Minas Gerais, com Estágio Doutoral na Universidade de Barcelona – Espanha. Professor da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. ffazevedo@gmail.com

³ Doutoranda em Turismo na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. talitapoliana@gmail.com

negócios e refere-se a mudanças tecnológicas, estruturais e gerenciais que conduzem a práticas mais (ambientalmente) sustentáveis.

Nessa seara, verificam-se, nos festivais de música, oportunidades para promover um ambiente propício à exploração da relação entre práticas voltadas à sustentabilidade, sentimentos de comunidade, mudança de comportamento e responsabilidade corporativa (O'Rourke *et al.*, 2011). O crescente interesse na Responsabilidade Social Corporativa (RSC) suscitou o aumento do número de empresas que implementam ações para essa finalidade (Xiao *et al.*, 2020). Isso destaca a importância das atividades de RSC como uma ferramenta para aprimorar a imagem dos festivais de música e diferenciá-los de outros, demonstrando mais esforço para melhorar os aspectos sociais, ambientais e econômicos das comunidades locais (Alzghoul e Yahya, 2017).

Embora os festivais de música possuam um potencial significativo para o engajamento corporativo em questões sociais e de cidadania, há uma carência de estudos que explorem essa dimensão de forma ampla. Este artigo visa preencher uma lacuna teórica ao investigar a participação social cidadã dos residentes da Favela do Haiti e a participação social corporativa das empresas patrocinadoras do evento *The Town* envolvidas no projeto da *Favela 3D*. Espera-se contribuir para a compreensão de como o engajamento de festivais de música com suas marcas patrocinadoras podem exercer a participação social corporativa em comunhão com os cidadãos residentes de comunidades vulneráveis.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Festival de Música The Town e Projeto Favela 3D

O *The Town*, festival de música, cultura e arte, teve sua primeira edição realizada na cidade de São Paulo. Durante 5 dias do mês de setembro de 2023, o evento atraiu um público de meio milhão de pessoas. Esse festival é organizado pela empresa Rock World, a mesma organizadora de um dos maiores festivais de música do mundo, o *Rock in Rio*.

A Rock World fundamenta-se na filosofia de construir um mundo melhor, promovendo valores de transformação e conexão. Adota a sustentabilidade como uma estratégia fundamental do evento e obtém a certificação da norma ISO 20121 - Sistemas de Gestão de Eventos Sustentáveis. A ISO 20121 estabelece os requisitos para a implementação de um sistema de gestão destinado à sustentabilidade de eventos, além de fornecer diretrizes para garantir a conformidade com esses requisitos (ABNT, 2012).

Deste modo, a Rock World trabalha com uma visão de sustentabilidade que permeia toda a organização, alinhada com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Os ODS são uma iniciativa global estabelecida pela Organização das Nações Unidas (ONU) com o intuito de promover um desenvolvimento sustentável em escala global até o ano de 2030. São compostos por 17 objetivos e 169 metas que abrangem uma ampla gama de áreas, entre elas: erradicação da pobreza, igualdade de gênero, acesso à educação de qualidade, saúde e bem-estar e ação climática.

De acordo com o plano de sustentabilidade, a empresa compromete-se a deixar um legado positivo e duradouro na comunidade onde os eventos ocorrem, promovendo práticas sustentáveis que agreguem valor econômico, social e ambiental, tanto diretamente quanto indiretamente, para todas as partes interessadas. Assim, um dos principais objetivos do evento é deixar um impacto social positivo na comunidade local, tendo a busca de empresas parceiras como uma das principais estratégias para alcançá-lo.

Desta forma, o *The Town*, em parceria com a ONG Gerando Falcões, as empresas Gerdau e Fundação Grupo Volkswagen, o Instituto Vozes das Periferias, o Estado e a Prefeitura de São Paulo, está implementando o projeto *Favela 3D* na Favela do Haiti, localizada na Zona Sudeste da cidade de São Paulo. O projeto visa transformar a realidade das favelas brasileiras, aproveitando a união e o compromisso de instituições privadas, organizações não governamentais, órgãos públicos e sociedade civil. A intenção é interromper o ciclo de pobreza e inspirar novas ações e projetos que contribuam para a construção de um mundo melhor.

O projeto *Favela 3D* adota uma abordagem sistêmica e propõe soluções de desenvolvimento, geração de renda e urbanismo social, com certo nível de participação social. O trabalho na Favela foi iniciado em 2022, com base em três grandes etapas: diagnóstico comunitário e mapeamento da favela; planejamento em conjunto com a comunidade para identificar as ações de melhoria prioritárias; e definição de pilares para a fase inicial do projeto.

Figura 1: Esquema dos pilares da transformação do Projeto *Favela 3D* na Favela do Haiti.



Fonte: The Town (2023).

De acordo com a ONG Gerando Falcões (2023), desenvolvedora do projeto, a *Favela 3D* estabelece cenários e metas em três áreas chave: Desenvolvimento Social, Geração de Renda e Urbanismo e Moradia. Cerca de 290 famílias serão impactadas por meio de ações que visam fortalecer a comunidade, aumentar a empregabilidade, fomentar o empreendedorismo, oferecer capacitações profissionais e fornecer acompanhamento individualizado aos moradores.

Alguns programas estão sendo implementados, como o programa *Urbanismo Tático*, que visa resolver problemas referentes ao uso de espaços públicos de forma rápida e eficiente, enquanto o *Jovem do Futuro* prepara jovens para o mercado de trabalho. O *Investimento Semente* oferece apoio financeiro a empreendimentos locais. Por sua vez, o *Aceleração de Empreendedores* fornece capacitação e suporte para negócios locais. Já o *Rede Favela* treina líderes comunitários para a gestão do território, enquanto o *Programa Decolagem* oferece apoio individualizado às famílias para superação da pobreza.

Outra iniciativa é o *Programa de Participação Social*, que assegura o envolvimento das organizações parceiras e dos moradores da Favela do Haiti em todas as etapas do projeto, por meio de uma ação de engajamento no território para aumentar a participação dos moradores nas soluções implementadas. Com previsão de conclusão até dezembro de 2024, o projeto busca não apenas melhorar as condições de vida na Favela do Haiti, mas, também, influenciar políticas públicas e práticas intersetoriais de combate à pobreza urbana.

2.2 Responsabilidade Social Corporativa

A noção de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) representa o compromisso contínuo de uma empresa em buscar um impacto benéfico de longo prazo no público em geral (público-alvo), como tomar iniciativas sustentáveis para proteger o meio ambiente, contribuir com comunidades locais e instituições de caridade, e abordar questões éticas e morais dentro da organização (Mohr *et al.*, 2005). A sustentabilidade corporativa indica as atividades da empresa, demonstrando a inclusão de preocupações ambientais e sociais nas operações de negócios e nas interações com as partes interessadas (Van Marrewijk, 2003). Esta questão está se tornando cada vez mais importante para a sociedade e a RSC é reconhecida como indispensável para a sustentabilidade corporativa.

Elkington (1998), introduziu o conceito de *triple bottom line*, que inclui preocupações sociais, ambientais e econômicas como medidas de desempenho empresarial, o que ressalta a importância de empresas considerarem, não apenas, os aspectos econômicos, mas também, os sociais e ambientais de suas operações.

A RSC e os critérios ambientais, sociais e de governança (ESG) têm sido temas de crescente interesse e preocupação para empresas e investidores, com foco especial no aspecto social (Yoo e Lee, 2018). Carroll (1991) destaca a importância da RSC ao afirmar que as empresas têm responsabilidades econômicas, legais, éticas e filantrópicas em relação à sociedade. No contexto do aspecto social da RSC, o autor argumenta que as empresas devem buscar contribuir positivamente para a comunidade e para o bem-estar dos seus *stakeholders*.

Entretanto, muitas empresas estão utilizando a RSC como uma ferramenta de relações públicas para mudar sua imagem, além de evidenciar sua responsabilidade para com a sociedade (Du; Bhattacharya e Sen, 2010). Em seu estudo, Margolis e Walsh (2001) demonstraram que investimentos em programas sociais e comunitários podem ter um impacto positivo no desempenho financeiro das empresas. Eles argumentam que empresas que adotam práticas socialmente responsáveis podem gerar valor tanto para a sociedade quanto para os acionistas. Assim, as atividades de RSC podem ser uma estratégia importante para atrair a atenção do consumidor no atual ambiente competitivo (Luo e Bhattacharya, 2006).

2.3 Participação social cidadã e método de investigação

De acordo com o *Guia para Metodologias Comunitárias Participativas* (Soliz e Maldonado, 2012), entende-se a participação como uma construção coletiva, que não se limita em ser consultada, mas, também, articulada com os anseios e expectativas de comunidades e grupos envolvidos, havendo a articulação de planejamento de propostas, gestão de recursos, execução de atividades e avaliação de projetos construídos a partir de, por e para as

comunidades. Nesta perspectiva, a construção de verdadeiros projetos participativos deve partir da participação comunitária, como direito, dever e mecanismos.

Uma das metodologias mais adequadas aos processos participativos é a Investigação-Ação Participativa, pois permite a construção do pensamento crítico, o empoderamento de sujeitos e grupos, a constituição da soberania e contribui para a transformação de grupos hegemônicos. A Pesquisa e Ação Participativa caracteriza-se pela investigação sobre os processos que determinam os problemas, as contradições e os paradoxos conjunturais, podendo instigar ações de denúncia com vista à transformação da realidade, bem como pela participação real e transformadora das comunidades envolvidas.

Nesta pesquisa, o foco é a avaliação dos sujeitos e comunidade envolvidos no projeto *Favela 3D*. Para tanto, foi utilizada a metodologia participativa para compreender a dinâmica destes atores sociais. Essa metodologia é centrada em dois eixos fundamentais: a compreensão da dinâmica dos grupos envolvidos no projeto e a avaliação dos atores sociais que estão presentes direta ou indiretamente. Trata-se de avaliar aliados e ameaças, as condições das instituições e organizações (públicas e privadas) presentes no território e como a comunidade as percebe, além de identificar as funções desempenhadas por elas. Neste caso, o estudo se limitará às instituições privadas, ONGs e aos residentes da Favela do Haiti.

3. METODOLOGIA

Este estudo é operacionalizado pela análise de entrevistas disponíveis em redes sociais, contemplando atores envolvidos no projeto *Favela 3D* na comunidade do Haiti, incluindo o fundador do Instituto Vozes das Periferias, líderes locais, residentes e representantes da Volkswagen Brasil. O objetivo dessas entrevistas é proporcionar uma compreensão mais aprofundada sobre percepções e experiências desses diferentes participantes em relação ao projeto.

Optou-se pela abordagem qualitativa, na qual as entrevistas foram selecionadas pelo potencial de oferecer uma visão detalhada sobre a participação dos envolvidos no projeto, bem como sobre os impactos percebidos na comunidade. Apesar de, inicialmente, ser preferível o contato direto com todos os envolvidos, a limitação de tempo por parte dos entrevistados levou à utilização de entrevistas disponíveis publicamente na página do Instagram *@favelahaiti3d*, entre agosto de 2023 e abril de 2024. Foram selecionadas cinco entrevistas, sendo a primeira constituída por três entrevistados, entre eles, o representante do Instituto Vozes das Periferias e líderes locais do projeto.

Além disso, a pesquisa adotou a análise de conteúdo como técnica de análise de dados. Seguindo as orientações de Bardin (2016), essa técnica permite identificar padrões, temas e significados nos dados textuais, proporcionando uma compreensão mais aprofundada das percepções e práticas das empresas envolvidas no contexto do projeto social e do festival de música.

A análise dos dados foi conduzida de forma sistemática e interativa, seguindo as etapas sugeridas por Creswell e Poth (2018). Isso incluiu organização, categorização e interpretação dos dados, com o objetivo de identificar padrões significativos relacionados ao projeto *Favela 3D*, à participação social cidadã e corporativa. Essa abordagem metodológica visa proporcionar uma compreensão holística e detalhada das percepções e impactos do projeto na comunidade do Haiti, bem como o papel das empresas no contexto do desenvolvimento social.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Por vários olhares...

Esta seção está estruturada em quatro perspectivas distintas sobre as percepções a respeito da participação social cidadã e corporativa. Para identificar os sujeitos da pesquisa, optou-se pela utilização de siglas referente ao termo Agente(s) Participante(s) (AP). Iniciou-se com a análise da entrevista do AP1, representante do Instituto Vozes das Periferias. Em seguida, estão descritas as perspectivas dos líderes do projeto *Favela 3D* na comunidade do Haiti, AP2 e AP3 e, por conseguinte, as entrevistas realizadas com os residentes locais, os AP4, AP5 e AP6, cada um trazendo sua própria perspectiva sobre o projeto 3D. Por fim, descreve-se a percepção da empresa privada Volkswagen, parceira do *The Town* no projeto, representando o AP7.

4.2 Olhar do Instituto Vozes das Periferias

Explorando a entrevista com AP1, fundador do Instituto Vozes das Periferias, obteve-se uma compreensão profunda sobre as iniciativas e metas da organização, o que permitiu identificar diversas questões relevantes para analisar o impacto do projeto *Favela 3D* na comunidade do Haiti.

Primeiramente, o AP1 descreveu os cinco pilares fundamentais do Instituto Vozes das Periferias: cultura, esporte, qualificação profissional, geração de renda e comunicação comunitária. O entrevistado ressaltou que esses pilares são essenciais para democratizar as oportunidades nas favelas. Essa abordagem abrangente visa melhorar a infraestrutura física da comunidade e a qualidade de vida das famílias que lá residem.

Ao compartilhar sua própria experiência de enfrentar desafios na favela de Vila Prudente, onde nasceu e viveu por quase 30 anos, o AP1 destacou a importância da iniciativa e da participação da comunidade para impulsionar a mudança. Ele descreveu como começou um veículo de comunicação para dar voz aos moradores e contar suas histórias, demonstrando um compromisso pessoal com a luta por melhoria na comunidade onde vivia com seus pais.

É esclarecido que o projeto é adaptado às necessidades específicas de cada comunidade, visando promover o desenvolvimento sustentável. Para isso, fazem uma imersão de vivência no território junto com os moradores por alguns meses, para verificar as necessidades locais. Segundo AP1, o objetivo central da transformação 360 graus é fazer quebrar o ciclo de pobreza dentro das favelas e das famílias que residem dentro de determinada comunidade.

O entrevistado destacou o método de transformação 360 Graus, ressaltando a importância do diagnóstico social e do envolvimento de diferentes partes interessadas, incluindo organismos públicos e privados, como o *The Town*. A parceria com o *The Town* e o *Rock in Rio* é mencionada como um exemplo de como o segundo setor pode apoiar iniciativas sociais e promover o engajamento de outras empresas privadas e órgãos públicos. AP1 enfatizou a importância do trabalho árduo e do comprometimento para alcançar resultados significativos na transformação social.

Ao final da entrevista, AP1 demonstrou otimismo em relação ao futuro das favelas, e afirmou acreditar que, se o Brasil contar com um segundo setor comprometido, engajado e que valoriza as iniciativas do terceiro setor, poderá testemunhar as favelas se tornando exemplos de transformação social e democratização de oportunidades. Ele expressou satisfação em ver as favelas se destacando como casos de sucesso, nos quais as missões de superar a pobreza e enfrentar os desafios locais são priorizadas, contribuindo para que esses problemas se tornem parte do passado e não sejam perpetuados. Afirmou, também, que a missão do Vozes da periferia é: colocar a pobreza da favela no museu antes de Marte ser colonizado.

Percebe-se que o representante do Instituto Vozes da Periferia, revelou uma série de questões relacionadas à participação social cidadã e ao engajamento comunitário. O projeto promove a inclusão social e combate à desigualdade, fornecendo, assim, oportunidades para os residentes da favela se envolverem em atividades que promovam o desenvolvimento pessoal e coletivo. Isso enfatiza a importância da participação comunitária no processo de tomada de decisões e implementação de projetos.

Pode-se afirmar que houve um diagnóstico participativo, o qual consiste em um conjunto de métodos e recursos que possibilitam às comunidades realizarem sua própria

avaliação e dar início ao autocontrole de seu planejamento e desenvolvimento (Verdejo, 2006). A participação no diagnóstico é fundamental para que a comunidade possa compreender as relações sociais, econômicas e institucionais que influenciam os limites do desenvolvimento local (Medeiros *et al.*, 2023).

Um aspecto relevante a ser destacado é a duração limitada do projeto, que varia de um ano e meio a dois anos. Embora seja positivo que o projeto busque capacitar lideranças locais para dar continuidade às ações após o término do período de intervenção, surge a lacuna na sustentabilidade a longo prazo. A dependência de projetos de curto prazo pode criar ciclos de dependência e instabilidade, em vez de promover um desenvolvimento comunitário sustentável.

A menção ao engajamento do *The Town* e do *Rock in Rio* com empresas privadas e organizações da sociedade civil destaca a importância das parcerias para ampliar o alcance das iniciativas do *Projeto 3D* na Favela do Haiti. A parceria entre o *The Town* e empresas patrocinadoras do evento demonstra o poder da colaboração entre diferentes setores para promover o desenvolvimento sustentável e a inclusão social, destacando-se a necessidade de uma abordagem holística para enfrentar os desafios presentes na comunidade.

A participação social corporativa nesse projeto revela aspectos relevantes sobre a contribuição das empresas privadas para o desenvolvimento da Favela do Haiti. Dessa forma, surge a questão central sobre o grau de participação dessas empresas e em que medida elas envolvem significativamente a comunidade.

Embora o entrevistado tenha enfatizado a importância de compreender as necessidades específicas da comunidade por meio de diagnósticos sociais, faz-se necessário investigar como as decisões são tomadas, como as soluções são implementadas e se os interesses das comunidades locais estão sendo priorizados devidamente.

4.3 Olhares das Lideranças do projeto 3D comunidade do Haiti

A entrevista com o AP2, um dos líderes do projeto 3D na Favela do Haiti, revelou percepções importantes sobre a participação social cidadã e o envolvimento da comunidade. AP2 descreveu o projeto *Favela 3D* como uma iniciativa que busca transformar a realidade local, promovendo dignidade, independência financeira e acesso a oportunidades para os moradores da Favela do Haiti. Ele destacou a importância de proporcionar um futuro mais promissor para as famílias que residem no território e enfatizou a relevância da mudança de nomenclatura, substituindo o termo “favela” por “comunidade”, como parte desse processo. AP3 afirmou que:

Vê um futuro mais promissor para cada morador que reside dentro daquela favela. Hoje, a gente não chama, mas a Favela do Haiti de favela do Haiti. Hoje, **é uma comunidade do Haiti**. Então, o projeto hoje veio para revolucionar e trazer a dignidade que muitos habitantes não tinham consciência sobre o que o favelado pode ou não pode ter, a sua independência financeira, seus filhos na escola, suas crianças nas creches, sua alimentação e seu dinheirinho no bolso. Então, hoje, eu creio que a gente já começou uma parte disso.

O entrevistado mencionou o projeto *Decolagem* destacando a abordagem holística adotada pelo *Favela 3D*, que vai além do aspecto econômico e considera o bem-estar emocional e social das famílias atendidas. Por meio do acompanhamento de mentores, o projeto visa identificar as necessidades de cada família e direcioná-las para alcançar suas metas e sonhos. Essa abordagem demonstra que o desenvolvimento deve, necessariamente, estar ligado a melhorias sociais, refletindo, sobretudo, na qualidade de vida dos indivíduos e no seu bem-estar (Nunes *et al.*, 2014).

A experiência pessoal de AP2 reflete uma transformação significativa, tanto em termos profissionais, quanto pessoais. Sua trajetória, de gerente de restaurante a líder comunitário demonstra como as circunstâncias da vida e o compromisso em fazer a diferença podem impulsionar mudanças positivas. Essa narrativa ressalta a importância da reflexão pessoal e do alinhamento com objetivos mais significativos na busca por uma vida com mais propósito e impacto social. AP2 encerrou a entrevista destacando a importância da participação ativa da comunidade na promoção do desenvolvimento local e na superação de desafios sociais.

Já o entrevistado AP3, outro líder do projeto *Favela 3D* na Favela do Haiti, ressaltou importantes aspectos relacionados à participação social cidadã e ao papel das lideranças locais na promoção do desenvolvimento da comunidade. AP3 descreveu sua experiência inicial com o projeto *Favela 3D* como um processo de descoberta e aprendizado, destacando a rápida evolução e a demanda crescente por informações e envolvimento por parte dos moradores da comunidade.

AP3 enfatizou seu papel como articulador e mediador entre o projeto e os moradores da favela, trazendo sua experiência pessoal, visto que ele reside na favela desde o seu surgimento. Ele ressaltou: como eu moro lá dentro, posso dizer que são 24 horas o pessoal batendo na minha porta procurando informação, procurando saber alguma demanda sobre o projeto.

Ele revelou a importância de abordar e sensibilizar aqueles que, inicialmente, podem não estar dispostos a participar do projeto. Essa abordagem demonstra um compromisso em garantir que todos os membros da comunidade tenham a oportunidade de se beneficiar do projeto, mesmo aqueles que possam ter dúvidas ou resistências iniciais. Essa narrativa ressalta

a importância da proximidade e do contato direto com a população local por parte das lideranças comunitárias, a fim de garantir uma participação efetiva e representativa de todos os segmentos da comunidade.

Um aspecto que chamou a atenção na entrevista foi a transformação física da praça na entrada da favela, mencionada por AP3, pois representou um marco visível do impacto do projeto *Favela 3D* na comunidade. A melhoria das condições físicas do ambiente urbano, que foi o passo inicial do projeto com a reforma da praça, teve um efeito positivo no bem-estar e na qualidade de vida dos moradores, gerou expectativas positivas para os que desacreditavam do projeto ou não tinham interesse em participar dele.

De acordo com Queiroga (2003), a possibilidade de contato interpessoal público oferecida pela praça permite implementar ações culturais básicas, desde o convívio social cotidiano até as manifestações cívicas. Além disso, a praça, como lugar público de tempo livre, valoriza a razão comunicativa, uma noção de identidade urbana que o tempo livre na esfera da vida privada não pode proporcionar. A praça, indissociável do lugar, torna-se um indicador da civilização e da qualidade de vida urbana. Além do mais, o entrevistado ressaltou que não acreditava que a transformação começaria a acontecer, principalmente a transformação física, mas, as pessoas começaram a notar outros aspectos do projeto que tiveram impacto em cerca de 290 famílias.

Além disso, afirmou que 95% dos moradores estão buscando oportunidades e que, por causa das parcerias, envolvidas no projeto, 90% dos moradores que estavam sem emprego na comunidade já estão inseridos em empregos formais.

A ênfase de AP3 ao falar sobre a geração de emprego como um indicador de sucesso do projeto é relevante. Mas, também, suscita questões sobre a qualidade e a sustentabilidade desses empregos. É fundamental garantir que essas oportunidades sejam acessíveis a todos os membros da comunidade e que ofereçam condições de trabalho dignas e perspectivas de crescimento profissional a longo prazo.

Sua constatação de que os moradores frequentemente o procuram, reflete a confiança e a proximidade que ele estabeleceu com a comunidade ao longo do tempo. Essa disponibilidade constante para oferecer informações e ouvir demandas ressalta seu comprometimento com o projeto e sua conexão com os residentes locais. Sua abordagem inclusiva visa garantir que todos os membros da comunidade tenham a oportunidade de se envolver e se beneficiar do projeto.

Segundo Nunes et al. (2014), a participação local baseia-se no desenvolvimento real de todos os atores sociais no processo de implementação e gestão de um projeto. Pois é por meio

desse engajamento que esses atores são capazes de participar de uma ação que pode ser negociada e, assim, implementada. Essa postura demonstra um compromisso com a representatividade e a inclusão, essenciais para uma participação efetiva e significativa de todos os segmentos da comunidade.

A narrativa de AP3 destaca a importância da proximidade e do contato direto com a população local por parte das lideranças comunitárias. Essa proximidade fortalece os laços de confiança e a cooperação dentro da comunidade e garante que as vozes de todos sejam ouvidas e consideradas no processo decisório. A partir dos relatos apresentados pelos líderes, nota-se que, ao adotar essa abordagem centrada nas pessoas, os líderes comunitários do projeto *Favela 3D* parecem estar promovendo uma participação efetiva que busca respeitar e valorizar a diversidade de perspectivas e experiências presentes na comunidade do Haiti.

4.4 Olhares dos residentes da comunidade do Haiti

Nesta seção são apresentadas as análises das entrevistas realizadas com residentes da comunidade do Haiti. A primeira com o AP4, contratado pela prefeitura de São Paulo para trabalhar no projeto da horta na comunidade. A segunda, com o AP5, uma das mentoras do projeto *Favela 3D* e a última com o AP6 um dos jovens participantes do projeto de capacitação e promoção de emprego realizado pela empresa automobilística Volkswagen.

4.4.1 Pelo olhar do AP4

Na primeira entrevista, o residente AP4 relatou que o projeto da horta comunitária surgiu como resposta às necessidades e desejos dos moradores locais. O projeto transformou um terreno abandonado em um espaço de agricultura urbana, ilustrando como a mobilização local pode gerar impactos positivos no ambiente físico e social da comunidade. A iniciativa de criar uma horta comunitária revitalizou um espaço abandonado e proporcionou empregos para 20 pessoas da própria comunidade.

AP4 destaca que:

Esse terreno aqui era completamente abandonado, usado pelos moradores aqui do Haiti como espaço para jogar lixo. E hoje, com o apoio da prefeitura, colocando aqui o projeto do Pote Agricultura, com 45 dias já tá colhendo as plantas. Tem alface, couve, cebolinha, tomate.

Essa abordagem participativa, na qual os moradores têm voz ativa no planejamento e execução do projeto, é fundamental para garantir que as intervenções atendam às necessidades reais da comunidade e promovam o senso de pertencimento e empoderamento.

Além disso, o AP4 destacou o aspecto educativo do projeto, em que os participantes não apenas cultivam alimentos, mas, também, aprendem sobre agricultura e sustentabilidade. Essa dimensão educacional é crucial para capacitar os moradores para cuidar e manter a horta, garantindo a sustentabilidade da iniciativa a longo prazo. Isso destaca a importância da participação social cidadã no desenvolvimento de iniciativas comunitárias. Vale frisar que a agricultura urbana, e, especialmente, as hortas comunitárias, tem se consolidado como um movimento significativo em várias cidades do Brasil e do mundo, concatenado com outras dimensões territoriais como a soberania alimentar nas cidades, sustentabilidade urbana e gestão territorial participativa.

Um aspecto interessante mencionado é a visão de futuro do projeto, na qual a comunidade poderá assumir o controle da horta, formando uma cooperativa e garantindo sua rentabilidade contínua. Isso promoverá a autonomia e o empoderamento da comunidade e irá demonstrar como as iniciativas locais podem catalisar mudanças sociais e econômicas mais amplas. No entanto, é importante considerar os desafios enfrentados por iniciativas como essa, incluindo a necessidade de recursos financeiros e técnicos, bem como o apoio contínuo da prefeitura de São Paulo e das empresas privadas.

Diante disso, percebe-se que um aspecto fundamental do sucesso desse projeto foi a abordagem participativa, na qual os moradores tiveram voz ativa no planejamento e na execução. Essa participação ativa garantiu que as intervenções atendessem às necessidades reais da comunidade, promovendo um senso de pertencimento entre os moradores. Ao envolver os residentes no processo, o projeto respondeu às demandas locais, fortaleceu os laços comunitários e estimulou um sentimento de responsabilidade coletiva pelo bem-estar e desenvolvimento da Comunidade do Haiti.

4.4.2 Pelo olhar do AP5

A análise da segunda entrevista com residentes é sobre o olhar da AP5, moradora e mentora do projeto *Favela 3D* na Favela do Haiti, a qual compartilhou sua experiência pessoal ao testemunhar a transformação da comunidade após o início do projeto. Ela descreveu as condições precárias de vida antes da intervenção, destacando problemas como falta de pavimentação, esgoto e dificuldades de acesso, e relatou:

A comunidade sempre foi unida, mas a nossa vida impactou depois que o projeto entrou. Antes, aqui era um lugar cinza...Eu tinha vergonha. Era tudo no barro, esgoto a céu aberto... E pelo fato da comunidade ser unida, por mais que era feio, a gente vivia na escassez, ainda era bom.

A residente descreveu seu papel como mentora no projeto no fornecimento de suporte e orientação às famílias da comunidade. Ela destacou a importância do trabalho de mentoria na promoção do desenvolvimento pessoal e no estabelecimento de sonhos e metas para o futuro. Esse aspecto demonstra a valorização da participação ativa dos moradores na condução do projeto e no empoderamento das famílias.

Um aspecto importante ressaltado pela moradora é o foco no empoderamento feminino dentro do projeto. Ela relatou atividades desenvolvidas com moradoras, destacando a importância de as mulheres serem reconhecidas não apenas como mães e esposas, mas como indivíduos com potencial e capacidade próprios. Esse enfoque promove a igualdade de gênero e fortalece o papel das mulheres na comunidade. A mentora enfatizou a importância do projeto para além de uma busca por ganhos materiais, abrangendo, também, uma jornada de busca por conhecimento e desenvolvimento pessoal e coletivo. Ela destacou a importância de os moradores se reconhecerem como agentes de mudança e perceberem seu potencial para alcançar seus sonhos e aspirações.

A narrativa da AP5 oferece um vislumbre das transformações que ocorreram na Favela do Haiti após a implementação do projeto *Favela 3D*. Ela descreveu que, antes da intervenção, as condições precárias de vida eram uma realidade diária para os moradores. A falta de infraestrutura básica, como pavimentação, saneamento e acesso adequado, tornava a vida na comunidade desafiadora e, muitas vezes, desumana.

No entanto, também, destacou a resiliência e a união da comunidade diante dessas adversidades. Ela narrou que, mesmo em meio às condições precárias, a comunidade era unida e capaz de encontrar alguma forma de conforto e solidariedade mútua. Isso corrobora com a afirmação de Putnam (2006) de que a comunidade se mantém unida por relações horizontais de reciprocidade e cooperação, e não por diferenças verticais de autoridade e dependência.

Além disso, a narrativa da AP5 indica que o projeto não se limitou a melhorias físicas, mas também desencadeou uma transformação mais ampla na mentalidade e na perspectiva dos moradores. A implementação do projeto trouxe uma nova perspectiva de esperança e a possibilidade de um futuro melhor para a comunidade.

4.4.3 Pelo olhar de um participante da ação: Jovem Futuro (AP6)

Na última entrevista analisada, o AP6 expressou gratidão pela oportunidade proporcionada pelo projeto *Favela 3D* e pela parceria com a Volkswagen, destacando a importância da participação social corporativa. Ele ressaltou que muitas pessoas nas periferias não têm acesso às mesmas oportunidades que ele e seus colegas estão tendo no projeto. Isso

levanta questões sobre desigualdade de acesso a recursos e oportunidades, evidenciando a importância de iniciativas que visam democratizar o acesso ao conhecimento e ao desenvolvimento profissional.

O entrevistado AP6 enfatizou a importância de buscar oportunidades de aprendizado e desenvolvimento pessoal desde cedo, ressaltando a ideia de investir no próprio futuro. Isso sugere que a participação em projetos como o *Favela 3D* oferece benefícios imediatos e pode gerar impactos positivos a longo prazo, contribuindo para o desenvolvimento pessoal e profissional dos jovens envolvidos. Ele ressaltou que:

Quanto mais cedo você começar, melhor, porque isso vai agregar na sua vida lá no futuro. E, provavelmente, se você quiser ter uma boa renda financeira lá no futuro, conseguir ser uma pessoa de respeito, uma pessoa que consiga alcançar todos os seus objetivos, então é melhor você trabalhar por agora para no futuro você receber tudo isso, colher o fruto do que você plantou.

A presença da Volkswagen como parceira no projeto é mencionada como um aspecto significativo. Isso destaca a importância da RCS, por meio da qual empresas colaboram com iniciativas sociais para promoverem o desenvolvimento comunitário. No entanto, é importante questionar a motivação por trás desse envolvimento corporativo e avaliar se ele está, de fato, contribuindo para o bem-estar das comunidades.

O participante expressou sua esperança de que a participação no projeto o ajude a aprimorar suas habilidades e garantir um futuro financeiro estável. Isso resalta a importância de iniciativas que oferecem oportunidades imediatas e capacitam os participantes a construir um futuro sustentável para si mesmos e para suas comunidades.

A última entrevista revelou importantes reflexões sobre a participação social corporativa, a desigualdade de acesso a recursos e oportunidades e os impactos de iniciativas como o projeto *Favela 3D* no desenvolvimento pessoal e profissional dos jovens envolvidos. A presença da Volkswagen como parceira no projeto resalta a importância da responsabilidade social corporativa. Ao final, são apresentadas algumas reflexões sobre essas ações.

Além disso, o reconhecimento da importância de começar cedo a buscar oportunidades de aprendizado e desenvolvimento pessoal evidencia a ideia de investimento no próprio futuro. Essa perspectiva destaca os benefícios imediatos de participar de projetos como o *Favela 3D* e os impactos positivos a longo prazo, contribuindo para o desenvolvimento pessoal e profissional dos jovens envolvidos. Tais benefícios podem proporcionar aos jovens a oportunidade de romper com ciclo da pobreza para as gerações futuras.

4.5 Pelo olhar da empresa Volkswagen (AP7)

Em visita a horta comunitária da comunidade do Haiti, o AP7, Diretor de Sustentabilidade da Volkswagen Brasil, ressaltou a importância de desenvolver a consciência voluntária entre os funcionários da empresa. Isso sugere um reconhecimento da necessidade de promover uma cultura de engajamento cívico e participação ativa do projeto, além das responsabilidades tradicionais do ambiente de trabalho. O diretor enfatiza que:

Desenvolver a consciência voluntária, o espírito coletivo e a contribuição individual de cada um de nossos funcionários é fundamental. E nada melhor que pôr a mão na massa e, hoje, pôr a mão na terra para que a gente consiga mostrar e desenvolver esse espírito de colaboração.

A ênfase no espírito coletivo e na contribuição individual destaca a importância de cada funcionário como agente de mudança. Ao participar de atividades comunitárias, os funcionários têm a oportunidade de entender como suas ações individuais podem impactar positivamente a sociedade como um todo.

Em relação às prospecções futuras, o AP7 afirmou que: assim, a gente resolve, talvez, uma pequena parte do mundo, mas é uma contribuição que a gente quer dar para garantir que a gente consiga ter uma vida melhor para todos.

Deste modo, destaca-se o desejo de fazer diferença, mesmo que seja em uma escala limitada, reconhecendo que cada pequena contribuição importante, assumindo um compromisso em trabalhar para um bem maior e visando promover uma vida melhor para todos. Isso ressalta a importância de divulgar o esforço coletivo e do impacto positivo de cada ação que a empresa busca alcançar em seus projetos relacionados à sustentabilidade.

Ao participar do projeto de horta comunitária, a Volkswagen Brasil promoveu o desenvolvimento da comunidade local e contribuiu para a conscientização ambiental. O cultivo sustentável de alimentos e as práticas agrícolas ecológicas refletem o compromisso com a sustentabilidade ambiental e, por consequência, com a RSC.

O envolvimento ativo dos funcionários em atividades comunitárias promove uma cultura de colaboração e sensibilização para questões sociais e ambientais. Apesar dos benefícios evidentes, é importante reconhecer que a participação social corporativa enfrenta desafios significativos, como garantir a continuidade e a sustentabilidade das iniciativas, além de abordar questões de equidade e acesso à participação para todos os funcionários.

Portanto, a participação da Volkswagen Brasil no projeto *Favela 3D* na Favela do Haiti exemplifica como as empresas podem desempenhar um papel ativo na promoção do desenvolvimento social e ambiental por meio da participação social corporativa. Isso foi realizado por meio de ações concretas, como doações financeiras (125 mil reais destinados à

ONG Gerando Falcões, em 2023, para este projeto), promoção de capacitação e geração de empregos para os jovens envolvidos no projeto e engajamento de seus funcionários no projeto da horta comunitária. Isso ressalta o compromisso da empresa em causar um impacto positivo na comunidade em que está inserida.

4.6 Reflexões

Diante do exposto, a política da empresa Volkswagen vai de encontro com o que Santos (2000) afirma sobre as posturas das instituições privadas. O autor afirma que a política das empresas almeja e consegue, mediante uma governança, tornar-se política; porém, na realidade, trata-se de uma política cega, pois confia a determinação do destino de uma área aos interesses privados de uma empresa que não é comprometida com a sociedade local. Pode-se pensar que, por meio de ações de RSC, a empresa está cumprindo seu papel perante a agenda 2030 e a sociedade global. No entanto, de forma crítica, podemos elencar alguns pontos para reflexão:

Primeiramente, a empresa foi engajada no projeto *Favela 3D* pelo evento *The Town*, do qual é patrocinadora. O evento, por meio de seu plano de sustentabilidade optou por investir em um projeto já existente, conduzido por uma instituição já reconhecida no Brasil. Essa escolha pode ter sido motivada pelo fato de que criar um novo projeto demandaria tempo e outros recursos, como humanos e financeiros. Essa prática, conhecida como *grantmaking*, tem se destacado como uma estratégia para maximizar os recursos alocados em causas e projetos sociais. Trata-se de uma prática do campo da Filantropia e do Investimento Social Privado que consiste no repasse de recursos financeiros para organizações de interesse público ou privado, diferenciando-se, da implementação direta de projetos sociais e pode ser adotada por fundações, institutos, empresas privadas, entre outros atores. No entanto, surge a questão: será que a prática de *grantmaking* é a mais adequada para o investimento social?

Outro aspecto que precisa ser melhor compreendido é o real envolvimento da empresa na elaboração e nas decisões do projeto. Se o envolvimento se limitou a doações financeiras, conscientização dos colaboradores para ações de sustentabilidade, capacitação profissional e geração de emprego para jovens, em que medida isso se concretizou? Houve uma integração mais efetiva com a comunidade? As respostas a essas questões dependem de uma avaliação mais minuciosa e, quiçá, participativa e cidadã.

O último ponto diz respeito à ação de capacitação e emprego. De fato, a empresa ofereceu oportunidades para 20 jovens aprenderem uma profissão. Porém, observou-se que os cursos profissionalizantes foram direcionados para atender às necessidades da empresa. Isso leva à reflexão de que, apesar das práticas de participação social corporativa, as empresas,

ainda, refletem e priorizam a política empresarial em detrimento de uma abordagem comunitária local.

Assim, indaga-se: será que tais ações são, de fato participativas e horizontais ou são verticais, dependentes, alienadoras e disfarçadas de participação social corporativa? Será que há a prevalência dos interesses corporativos sobre os interesses públicos e comunitários quanto ao desenvolvimento do território, da economia e das sociedades locais (Santos, 2000)? Isso corrobora a ideia de que as estruturas verticais são indiscutivelmente predominantes e que o território pode ser percebido como um recurso, especialmente quando o uso pragmático é garantido pelos dispositivos modernizados, selecionados de maneira estratégica. Por isso, é possível que prevaleça a política das empresas sobre a construção coletiva de processos horizontais, amplamente discutidos e praticados (Santos, 2000).

5. CONCLUSÃO

A análise das entrevistas realizadas com os diversos atores envolvidos no projeto *Favela 3D* na comunidade do Haiti revela um quadro multifacetado de engajamento social e corporativo, com destaque para o impacto da colaboração entre a sociedade civil e o setor privado. A parceria com eventos como *The Town* demonstra como o engajamento do segundo setor pode fortalecer iniciativas sociais com reflexos diretos nas comunidades receptoras de tais ações.

Observa-se a importância do projeto frente à articulação política, ao engajamento social, à independência financeira e ao acesso a oportunidades, demonstrando que seu sucesso depende do compromisso e da participação ativa dos líderes comunitários. Nota-se, também, que a experiência pessoal dos idealizadores, líderes e demais participantes é um fator determinante na busca por melhorias territoriais e na capacidade de superar os desafios.

O envolvimento da empresa privada como parceira no projeto, suscita reflexões a respeito de atividades pontuais na comunidade para demonstrar a participação no projeto. Ao mesmo tempo, integra perspectivas de um futuro melhor por meio de capacitação e geração de empregos entre os jovens. Tais as ações, classificadas como RSC, podem, também estar fundamentadas no interesse empresarial, tanto para fins publicitários quanto para a formação de mão-de-obra técnica e profissionalmente capacitada, mesmo que minimamente, suprimindo, parcialmente, as necessidades do empregador.

Diante dessas considerações, o projeto *Favela 3D* na Comunidade do Haiti demonstra como a integração entre festivais de música, organizações da sociedade civil e empresas

privadas pode gerar impactos positivos em comunidades e favelas. A abordagem centrada nas pessoas, a colaboração entre setores, o compromisso com a inclusão e a representatividade do cidadão morador são elementos-chave para o sucesso e a sustentabilidade das iniciativas de desenvolvimento do projeto da comunidade do Haiti.

A contribuição deste estudo sobre o projeto *Favela 3D* na Comunidade do Haiti é multifacetada, abrangendo aspectos teóricos, práticos e metodológicos. Como contribuições teóricas trouxe uma expansão do conhecimento sobre participação social cidadã e sobre como o envolvimento dos residentes podem levar a uma maior sustentabilidade e aceitação dos projetos. Ademais, expande a literatura sobre RSC e oferece contribuições práticas ao apresentar o modelo de implementação do projeto que pode ser replicado em outras comunidades, respeitando-se os contextos e especificidades locais, como forma de reconhecimento das estratégias de parcerias com foco no fomento ao desenvolvimento de comunidades.

Para pesquisas futuras, outras dimensões podem aprofundar a compreensão das dinâmicas de participação social cidadã e corporativa relacionadas aos festivais de músicas e suas políticas de sustentabilidade a fim de elucidar questões como: o impacto de longo prazo do projeto *Favela 3D*; o processo de engajamento das empresas parceiras do evento; a autenticidade e o impacto real das iniciativas de responsabilidade social corporativa das empresas envolvidas; e a relação entre tais ações e a política de incentivos fiscais concedidos pelo setor público. Além do mais, podem ser analisados os efeitos psicossociais nos residentes da comunidade e seus sentimentos em relação à organização do festival de música.

6. REFERÊNCIAS

ABNT NBR ISO 20121. **Sistemas de Gestão para sustentabilidade de eventos**. Rio de Janeiro: ABNT, 2012. 49p

ALZGHOUL, Y. A. **The influence of corporate social responsibility on the decision-making process of music festival-goers: Findings from a survey-embedded experiment**. Thesis (Doctorate) – Clemson University, Clemson, 2017.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2016.

BRENNAN, M.; SCOTT, J. C.; CONNELLY, A.; LAWRENCE, G. Do music festival communities address environmental sustainability and how? A Scottish case study. **Popular Music**, v. 38, n. 2, p. 252–275, 2019.

CARROLL, A. B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. **Business Horizons**, v. 34, n. 4, p. 39-48, 1991.

CRESWELL, J. W.; POTH, C. N. **Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2018.

DU, S.; BHATTACHARYA, C. B.; SEN, S. Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. **International Journal of Management Reviews**, v. 12, n. 1, p. 8–19, 2010.

ELKINGTON, J. **Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business**. Oxford: Capstone, 1998.

GERANDO FALCÕES. **Favela 3D**. 2023. Disponível em:
<https://gerandofalcoes.com/favela3d/>. Acesso em: 5 maio 2024.

HOLMES, K.; HUGHES, M.; MAIR, J.; CARLSEN, J. **Events and sustainability**. Abingdon: Routledge, 2015.

LUO, X.; BHATTACHARYA, C. B. Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value. **Journal of Marketing**, v. 70, p. 1–18, 2006.

MAIR, J.; JAGO, L. The development of a conceptual model of greening in the business events tourism sector. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 18, n. 1, p. 77–94, 2010.

MARGOLIS, J. D.; WALSH, J. P. **People and profits? The search for a link between a company's social and financial performance**. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.

MEDEIROS, V. C. F. A.; AZEVEDO, F. F.; FARIAS, M. F. Experiências comunitárias e o processo de desenvolvimento do Turismo de Base Comunitária nas Praias de Batoque e Canto Verde. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 23, n. 1, p. 10-21, 2023.

MOHR, L.; WEBB, D.; HARRIS, K. Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 35, n. 1, p. 45–72, 2005.

NUNES, M. R. O.; SANTOS, K. M.; AZEVEDO, F. F. Tourism and social capital: A theoretical and conceptual approach. **Pasos**, v. 12, n. 2, p. 443-452, 2014.

O'ROURKE, S.; IRWIN, D.; STRAKER, J. Dancing to sustainable tunes: an exploration of music festivals and sustainable practices in Aotearoa. **Annals of Leisure Research**, v. 14, n. 4, p. 341–354, 2011.

PATTIASINA, J. **Sustainability in the music event industry**. Integrating a sustainability strategy in a corporate structure. The case of ID&T, a company in the music event industry. 2021. Master's Thesis (Environment and Society Studies) - Radboud University, Nijmegen, 2021.

PUTNAM, R. D. **Comunidade e democracia: A experiência da Itália moderna**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 2006.

QUEIROGA, E. F. **Território brasileiro**: usos e abusos. Campinas: Editora Territorial, 2003.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SOLIZ, F.; MALDONADO, A. Guia de metodologias participativas comunitárias: Guia nº 5. Clínica Ambiental: Quito, 2012.

THE TOWN. **For a Better World**: Transforming the Surroundings, Transforming the Whole World. 2023. Disponível em: <https://www.thetown.com.br/pt/favela-3d/>. Acesso em: 5 maio 2024.

VAN MARREWIJK, M. Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. **Journal of Business Ethics**, v. 44, p. 95–105, 2003.

VERDEJO, M. E. **Guia prático**. DRP. Brasília: ASCAR, 2006.

XIAO, M.; COOKE, F. L.; XU, J.; BIAN, H. To what extent is corporate social responsibility part of human resource management in the Chinese context? A review of literature and future research directions. **Human Resource Management Review**, 100726, 2019.

YOO, D.; LEE, J. The effects of corporate social responsibility (CSR) fit and CSR consistency on company evaluation: The role of CSR support. **Sustainability**, v. 10, p. 1-16, 2018.