

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: ESTUDOS E PROPOSIÇÕES PARA
FESTIVAIS DE INVERNO DO VALE PARAÍBA PAULISTA**

MARÍLIA TIBURCIO CRISTINO DE OLIVEIRA

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE CRUZEIRO - PROF. WALDOMIRO MAY - FATEC CRUZEIRO

ÉBER SANTOS

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE CRUZEIRO - PROF. WALDOMIRO MAY

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: ESTUDOS E PROPOSIÇÕES PARA FESTIVAIS DE INVERNO DO VALE PARAÍBA PAULISTA

INTRODUÇÃO

Na realidade das gestões das empresas modernas, os conceitos de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e desenvolvimento sustentável estão inter-relacionados tanto quanto integrados aos planos de negócios corporativos. A partir da década de 90, convencionou-se que o progresso econômico viável é aquele constituído por um relacionamento produtivo entre as partes interessadas (*stakeholders*) e as instituições, ou seja, uma parceria baseada em RSE. Simultaneamente, para sustentar o desenvolvimento socioeconômico em uma contemporaneidade de consumidores ativos e conscientes, as empresas desenvolvem ações sistemáticas de proteção ao meio ambiente e benfeitorias às comunidades circunvizinhas. Tal comportamento reflete o desenvolvimento sustentável nos negócios que, ao contrário do que preconiza o senso comum, não invalida a lucratividade das transações nos diferentes tipos de mercados econômicos.

Por outro lado, para o mercado de organização de eventos, a tendência é de crescimento, posicionando-se como um dos segmentos que mais crescem no Brasil, apesar da crise econômica recente. Segundo matéria da Revista Exame, pesquisas realizadas pelo Sebrae Nacional e Associação Brasileira de Eventos (ABEOC) revelam que o setor movimentou, em 2013, 4,32% do PIB brasileiro. Em 2014, mobilizou aproximadamente R\$ 59 bilhões. Estes resultados foram obtidos com cerca de 2,7 mil empresas de eventos, avaliadas por ambas instituições.

Dentre os tipos de eventos produzidos em geral, os Festivais são acontecimentos de grande porte a macroeventos, com público diversificado e dinâmico, e que aliam o lazer e a cultura ao lançamento de novos produtos ou serviços. Em suas programações podem-se desenvolver atrações variadas, como gastronomia, espetáculos musicais, apresentações de dança ou exposições, que exigem alto consumo de energia, de água, além da geração de resíduos e muito lixo. Neste contexto, ações sustentáveis podem ser aplicadas para criação de relatórios de desenvolvimento sustentável.

Nestas circunstâncias, este artigo foi elaborado para investigar as reais perspectivas de uma maior visibilidade ao setor de eventos de ambos os municípios e de seus respectivos gestores quando agregam em seus projetos de organização e execução de eventos ações de sustentabilidade e de RSE. Para quantificar tais ações positivas e seus níveis de desenvolvimento sustentável nos eventos, os Indicadores Ethos para a Sustentabilidade, apresentados teoricamente na próxima seção, serão a base destas investigações e das avaliações dos resultados.

A metodologia utilizada para o artigo foi o Estudo de Caso, com base nos ensinamentos de Yin (2015). Logo, foram elaboradas questões de pesquisa como: qual o nível de consciência dos organizadores de eventos quanto à RSE? Que práticas usuais de RSE os gestores dos Festivais empregam na produção de seus eventos? Que impactos as ações de RSE efetivamente causam nas partes interessadas (*stakeholders*) dos eventos em estudo? Qual o nível de adesão do público para eventos orientados à RSE? Foram definidas proposições de estudo e as unidades de análise, no caso, os Festivais de Campos do Jordão e de Cunha e suas respectivas instituições/empresas organizadoras. Uma lógica que liga os dados às proposições de estudo foi elaborada, considerando-se para a coleta das informações pesquisa bibliográfica, aplicação de questionário com público participante e roteiro de

entrevista.

O presente artigo, ainda em fase de desenvolvimento, por ora apresenta Resultados Esperados e a fundamentação teórica apoiou-se em autores como Campos (2000), Matias (2008), Moura (2011), Silva e Vitti (2007), para citar alguns, e sites de instituições como Instituto Ethos e ABEOC.

Questões de Pesquisa e Objetivos

As seguintes questões pesquisa levaram à investigação do tema:

- Que práticas usuais de RSE os gestores dos Festivais empregam na produção de seus eventos?
- Que impactos as ações de RSE efetivamente causam nas partes interessadas (*stakeholders*) dos eventos em estudo?
- Qual o nível de adesão do público para eventos orientados à RSE?

A partir delas, foram delineados os seguintes objetivos:

- obter informações acerca das práticas sustentáveis aplicadas aos festivais;
- conhecer a opinião/percepção do público participante dos eventos;
- propor medidas que possam agregar valor às marcas das empresas/instituições organizadoras.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As relações de consumo entre empresas e sociedades, hoje pós-modernas, aprimoram-se constantemente. Nesta dinâmica, questões sociais e ambientais, relacionadas aos novos consumidores de produtos e serviços, contextualizadas em tempo real, influenciam diretamente na gestão de negócios das empresas. A perspectiva das ações de comprometimento, aplicadas por empresas atualizadas, concentra-se nos conceitos de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) bem como na Gestão em Responsabilidade Social Empresarial demonstradas a seguir.

Por entender que tal perspectiva está relacionada a empresas conectadas a suas partes interessadas, busca-se aplicá-las ao segmento da organização de eventos, especificamente na produção de festivais culturais. Para tanto, tais temas são explanados nas próximas subseções de modo a oferecer subsídios à análise dos resultados a serem obtidos com a pesquisa.

Responsabilidade Social Empresarial (RSE)

No atual cenário da macroeconomia mundial, a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) está diretamente relacionada às concepções de Missão, Visão e Valores - conjunto de princípios fundamentais às empresas pós-modernas.

Os efeitos da sociedade pós-industrial, decorrentes dos períodos pós-guerra do século XX, modificaram as relações de trabalho e de consumo nas sociedades desenvolvidas, de modo que estas singularidades determinaram novas acepções das ferramentas de concorrência utilizadas pelos diversos segmentos do mercado econômico e, também, definiram novos perfis de clientes, com diferentes anseios, práticas e preferências cada vez mais específicas.

Neste contexto, Tachizawa (2011) discorre sobre os impactos das mudanças comportamentais na gestão das empresas:

(...) menores margens de lucros combinadas com exigências de qualidade e postura ética cada vez maiores dos consumidores de produtos e serviços(...) estão colocando pressões (...) na forma de gerenciamento das organizações

e, particularmente, na gestão ambiental e da responsabilidade social. (TACHIZAWA, 2011, p.41)

Quando as empresas aceitam rever suas relações comerciais e direcionam suas ações baseadas nos interesses de seus *stakeholders* – clientes, fornecedores, investidores e concorrentes – mantendo suas vertentes competitiva e lucrativa em consonância com as questões sociais e ambientais de seu entorno, têm a prática genuína da Responsabilidade Social Empresarial, assevera Tenório (2002)

Para Moura (2011), na Inglaterra, década de 50, o uso indiscriminado do carvão mineral nas residências e indústrias de Londres foi correlacionado a uma série de mortes por pneumonias, problemas respiratórios e paradas cardíacas. O episódio tornou-se o primeiro caso de incidentes fatais relacionados à poluição do ar, causada pelo homem. A partir de então, os descuidos com o meio ambiente passaram a ser mensurados e monitorados por grupos internacionais que regularmente estabeleciam objetivos e metas de regulação e uso racional dos recursos naturais. À gradativa conscientização ambiental somaram-se acordos, protocolos, convenções e assim, novos termos e conceitos surgiram, conforme pontua Moura (2011, p. 6):

(...) surgiu o conceito de “desenvolvimento sustentável”, que admite a utilização dos recursos naturais de que temos necessidade hoje, para permitir uma boa qualidade de vida, porém sem comprometermos a utilização desses mesmos recursos pelas gerações futuras.

Campos (2000) complementa ao afirmar que uma série de conferências, integradas por diversas nações e mediadas pela ONU (Organização das Nações Unidas), determinaram ações e metas desde a Primeira Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, em 1972, em Estocolmo (Suécia), até o lançamento da nova Agenda 2030, em 2015, em Nova York (EUA). Das discussões dessa recente Agenda, resultaram os 17 novos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), baseados nos anteriores 8 Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), elaborados em 2000, pela ONU.

A partir dessas medidas, as empresas precisaram adaptar-se a uma conjuntura cada vez mais complexa de regulamentações e posicionamentos a favor da sustentabilidade nos negócios. No século XXI, quem não corresponde aos padrões específicos dos mercados nacional e internacional certamente já está em desvantagem. E nesta conexão estão as formas sustentáveis de gerenciamento que englobam a gestão com qualidade, desde a fabricação dos produtos até o bem-estar de todos os envolvidos nos negócios, inclusive da comunidade local.

Mediante todo esse cenário é conveniente entender o conceito de RSE, que, de acordo com Costa et al. (2006), trata-se de um fenômeno relativamente novo nas economias pós-modernas, a respeito do qual se lançam ideias e opiniões singulares.

Os autores Silva e Vitti (2007, p.2) afirmam que a Responsabilidade Social Empresarial agrega todos os interessados nos negócios das empresas:

(...) a responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona. Refere-se também ao estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Nessa conjuntura, o segmento da organização de eventos, assim como outras áreas do

mercado de bens e serviços, atuam como propagadores das práticas sustentáveis. E, do mesmo modo, as empresas são favorecidas por suas posturas éticas aos olhos dos consumidores. Desse modo, o comportamento corporativo de agregar valores em função da competitividade já está, definitivamente, consagrado no universo empresarial.

Gestão em Responsabilidade Social

As ações baseadas no modelo de desenvolvimento sustentável refletem uma reorganização no planejamento estratégico das empresas, de acordo com Borger (2013, online)¹. Trata-se de uma nova forma de fazer negócios que, para se tornar viável, também deverá considerar a lucratividade das instituições, viabilizando suas propostas de sustentabilidade e responsabilidade social.

Segundo Costa (2014, online), gerenciar com Responsabilidade Social (RS) é considerar as causas relacionadas ao meio ambiente e questões sociais distintas:

É uma forma de gestão que pretende diminuir os impactos negativos no meio ambiente e comunidades, preservando recursos ambientais e culturais, respeitando a diversidade e reduzindo a desigualdade social (...) criando programas que levam em consideração a natureza, economia, educação, saúde atividades locais, transportes.

Definidas as coordenadas de gestão nos negócios, incluindo as ações de desenvolvimento sustentável, muitas propostas relativas a metas já pactuadas passam a ser mensuradas por Indicadores de acompanhamento.

Indicadores de ações sustentáveis

As constantes transformações dos mercados internacionais impulsionam novas estratégias de gestão empresarial, projetadas para reduzir os impactos da ação humana no meio ambiente e nas inter-relações dos grupos sociais.

Na década de 90, o Instituto Ethos tornou-se referência em avaliar a aplicabilidade de propostas sustentáveis instituídas pelas organizações em seus negócios. Assim, constituiu os Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Renováveis, reconhecidos como ferramentas adaptáveis aos perfis das empresas, que geram relatórios pertinentes à realidade empresarial, passíveis de serem compartilhados com as respectivas partes interessadas (ETHOS, 2016, online).

De acordo com o Instituto Ethos (2014), baseados nos compromissos da agenda de RSE e de Sustentabilidade, os Indicadores Ethos fundamentam-se em um questionário autodiagnóstico das gestões empresariais e apresentam 47 parâmetros variáveis, do básico ao abrangente, à escolha dos gestores e aplicáveis aos seus tipos de negócio, distribuídos em quatro dimensões: Visão e Estratégia, Governança e Gestão, Social e Ambiental.

Na organização de eventos, as atividades sustentáveis podem ser medidas a partir de alguns Indicadores Ethos, a saber: **Visão e Estratégia** - Estratégia Sustentabilidade; **Governança e Gestão** - Compromissos Voluntários e Participação em Iniciativas de RSE/Sustentabilidade, Comunicação com Responsabilidade Social Gestão da RSE/Sustentabilidade; **Social** - Promoção da Diversidade e Equidade, Impactos decorrentes do Uso dos Produtos ou Serviços, Estratégia de Comunicação Responsável e Educação para o Consumo Consciente, Gestão dos Impactos da Empresa na Comunidade, Compromisso com o Desenvolvimento da Comunidade e Gestão das Ações Sociais; **Ambiental** - Governança das Ações Relacionadas às Mudanças Climáticas, Sistema de Gestão Ambiental; Prevenção da

Poluição; Uso Sustentável de Recursos Materiais; Uso Sustentável de Recursos: Água; Uso Sustentável de Recursos: Energia; Uso Sustentável da Biodiversidade e Restauração dos Habitats Naturais, Educação e Conscientização Ambiental, Impactos do Transporte, Logística e Distribuição.

As empresas, na perspectiva de corresponder a uma gestão embasada no desenvolvimento sustentável, propõem inúmeros parâmetros. Porém, há uma dificuldade em aplicá-los no cotidiano tanto corporativo quanto nas respectivas comunidades, afirma Smith (2013).

O mencionado Instituto Ethos (2016, online¹) confirma que os Indicadores são ferramentas informativas e não atestam os resultados das ações sustentáveis na prática, apenas monitoram o exercício das atividades propostas e geram relatórios de sustentabilidade :

Os Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis têm como foco avaliar o quanto a sustentabilidade e a responsabilidade social têm sido incorporadas nos negócios, auxiliando a definição de estratégias, políticas e processos. Embora traga medidas de desempenho em sustentabilidade e responsabilidade social, esta ferramenta não se propõe a medir o desempenho das empresas nem reconhecer empresas como sustentáveis ou responsáveis.

Os Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis, à semelhança da norma ABNT NBR ISO 26000 - Diretrizes sobre Responsabilidade Social, associam os conceitos do desenvolvimento sustentável à política de negócios das empresas. Embora não conceda certificação, a ISO 26000 estimula as ações de conformidade alinhadas aos compromissos de RSE (ABNT, 2010).

De acordo com Moura (2011), diferente dos Indicadores e da ISO 26000, a série de normas ABNT NBR ISO 14000 - Selo Verde e suas subdivisões para Gestão Ambiental - concede certificações às intuições que coordenam suas ações conforme os padrões específicos da administração com responsabilidade ambiental. O autor ressalta a importância destas e de outras Normas Técnicas “para a obtenção de melhorias de desempenho nas áreas de qualidade e ambiental das organizações” (MOURA, 2011, p. 67)

Relacionada à Gestão Ambiental, o conjunto de normas ISO 14000 ordena uma série de práticas associadas às questões ambientais, conforme pontua Silva (1998, online)²:

A série de normas ISO 14000 correspondem a um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) (...). Esta série de normas apresenta diretrizes para Auditorias Ambientais, Avaliação do Desempenho Ambiental, Rotulagem Ambiental e Análise do Ciclo de Vida dos Produtos. Ou seja, especifica os requisitos relativos a um sistema de gestão ambiental, de modo a permitir que a organização formule políticas e objetivos que levem em conta os requisitos legais e as informações referentes aos impactos ambientais significativos.

Com o desenvolvimento sustentável correlacionado ao plano de negócios das

¹ INSTITUTO ETHOS. **Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis.** Disponível em: https://www3.ethos.org.br/conteudo/indicadores/#.Ww_ugkgvzIU .Acesso em: 18 abr.2018

² SILVA, Alexandre Rodrigues da. **Normas ISO 14000 – Sistema de Gestão Ambiental.** Piracicaba: ESALQ – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, 1998. Disponível em: <http://www.qualidade.esalq.usp.br/fase2/iso14000.htm> Acesso em: 5 mai.2018

empresas, independente do porte ou da área de mercado, o segmento de Eventos foi recentemente incluído na elaboração das ações sustentáveis. Em 2012, instituiu-se a ABNT NBR ISO 20121 – Sistemas de Gestão para a Sustentabilidade em Eventos (ABNT, 2012). A norma, que certifica as gestões empresariais que a aplicam, acompanha o desempenho das ações sustentáveis nas fases de implementação, execução e monitoramento de resultados dos Eventos.

Com efeito, os Indicadores e Normas Técnicas avaliam as ações sustentáveis das empresas. Contudo, tais propostas de ações sociais e práticas ambientais são sistematizadas, sobretudo, em função das constantes mudanças nas relações comerciais. É preciso considerar que todo este empenho corporativo está diretamente relacionado à necessidade de fidelização dos consumidores com seus produtos e serviços ofertados.

Gestão de Eventos

Alguns autores, como Martin (2014), entendem que um evento, independente de outras definições, é “um veículo de comunicação dirigida”. Ou seja, cada evento, desde a sua concepção, transmite uma determinada mensagem, direcionada a um público específico, por meio de ferramentas e linguagens próprias para atingir objetivos únicos.

Os gestores de eventos, rigorosos em suas produções, estruturam seus resultados baseando-se na gestão de projetos, segundo Fabrete (2017, p.9):

A importância do gerenciamento de projeto na elaboração e execução de um evento é de permitir ao cliente e à empresa elaboradora uma visualização de todas as áreas que foram planejadas (...).Este detalhamento do evento através da elaboração de um projeto também proporciona de forma antecipada às partes interessadas a viabilidade do evento.

Para Oliveira (2011), qualquer evento necessita de planejamento sistemático, pesquisas e informações dos setores envolvidos na produção do acontecimento. Vale considerar também características singulares de cada edição, como leis exclusivas, culturas regionais, perfil do público-alvo, condições de acesso ao local do evento, etc.

Festivais

Os eventos artísticos, inseridos na área do entretenimento, consistem em apresentações culturais diversificadas, como teatro, dança, shows musicais, performances, entre outras práticas, como afirma Matias (2011).

Os festivais, cada vez mais ligados ao turismo, diferenciados por aspectos socioculturais específicos das localidades dos eventos, valorizam tradições e vendem produções pontuais, aumentando a lucratividade das empresas (ALLEN et al.,2008).

Para Hoyle Jr. (2015, p.176), festivais não são eventos corporativos, pois neles há um trabalho de marketing personalizado, portanto, “esses métodos não convencionais estão aptos para atrair a atenção do público e, frequentemente, resultam em exposição de mídia”.

Considerando os propósitos sustentáveis relacionados às estratégias de mercado das empresas, depreende-se, então, que, em eventos como festivais, as práticas de sustentabilidade podem atuar também como um marketing diferenciado, além de suas outras potencialidades.

Eventos sustentáveis

Discorrer a respeito do impactos ambientais pressupõe avaliar como as interferências

humanas alteram sobremaneira a ordem, o equilíbrio e o desenvolvimento dos ecossistemas, maximizando ou minimizando os efeitos de suas intromissões no meio ambiente, segundo teorizam Oliveira e Bursztynb (2001).

De acordo com Matias (2011), as ações de redução dos impactos ambientais representam um marketing positivo visto que as empresas vinculam suas posturas éticas às ações de responsabilidade social e de sustentabilidade. A autora ressalta que o setor de eventos, ao difundir tais práticas responsáveis nos diversos segmentos em que está inserido, torna-se um multiplicador de atitudes corretas na preservação do meio ambiente.

Autores como Fontes et al. (2008, p.22) defendem a ideia de que a sustentabilidade não é um conjunto de propostas únicas, mas uma busca frequente por parâmetros mais sustentáveis:

(...)em vez de definir se um padrão “é sustentável”, é preferível entendê-lo como um padrão “mais sustentável” em relação a outros “menos sustentável”, analisados em um determinado contexto (...)Existe um ideal e uma realidade possível, transformada diariamente. Por isso se diz que nada “é” sustentável, porque tudo pode ser “mais” ou “menos” sustentável, quando se aproxima ou se afasta desse objetivo ideal.

Nesta conjuntura, presume-se que, na organização de eventos, os princípios da sustentabilidade não se limitam apenas a ações de preservação do meio ambiente, como uso de materiais reciclados, economia de água e energia elétrica ou neutralizações de emissões de carbono (CO2) pois, como afirmam Fontes et al. (2008), no decorrer da produção e execução do evento, outras dimensões da sustentabilidade podem ser praticadas nos âmbitos da cultura, educação, lazer, saúde, religião, etc . O Instituto Ethos, conforme já pontuado, trata tais dimensões em forma de subdivisões que vão além da Sustentabilidade, como os Indicadores Ethos-Sebrae para Pequenos Negócios; Indicadores de Integridade e Compliance e Indicadores de Diversidade (gênero e raça).

A seguir, o Quadro 1 descreve algumas ações sustentáveis aplicadas à organização de eventos:

Quadro 1: Possíveis práticas da sustentabilidade na organização de eventos

Princípio/estratégia da sustentabilidade	Ações sugeridas
Usar os recursos naturais de forma Responsável	Reduzir o consumo de energia, água, bens e serviços; Reduzir a geração de resíduos; Priorizar o uso de objetos duráveis ao invés dos descartáveis; Buscar a reutilização de materiais; Priorizar o uso de recursos naturais renováveis; Priorizar o uso de materiais recicláveis e reciclados; Optar por alimentos orgânicos; Encaminhar resíduos para reciclagem e compostagem; Otimizar o transporte coletivo e solidário; Valorizar iluminação e ventilação naturais.
Criar oportunidades de desenvolvimento econômico mais justo e equânime	Priorizar a oportunidade de negócios para empreendimentos econômicos populares, negociar preços justos.
Favorecer o acesso de forma democrática	Escolher um lugar para o evento que seja de fácil acesso e cujo ambiente seja receptivo a diferentes pessoas, de diferentes níveis culturais; Cuidar da adequação do espaço físico para pessoas com necessidades especiais de locomoção; Divulgar os eventos em diferentes mídias, diferentes ambientes e setores urbanos, para levar a informação a pessoas interessadas de diferentes níveis

	socioculturais; Praticar preços justos para inscrição no evento.
Valorizar os saberes práticos e populares	Prever atividades para vivência e experimentação; Realizar excursões e estudos de campo; Criar momentos culturais para apreciação do saber popular.
Fomentar a unidade, sentido de pertença e de coletividade	Favorecer espaços de encontro; Evitar as atividades paralelas e o isolamento de grupos; Oportunizar encontros ente diferentes comunidades; Ampliar o contato dos participantes do evento com várias formas de representação cultural local e regional no âmbito da arquitetura, música, dança, cinema, culinária, etc; Respeitar as necessidades e ritmos humanos na programação de atividades Respeitar sensibilidades e necessidades da comunidade do entorno, evitando incômodos (por exemplo, propagação de ruídos em níveis intoleráveis).
Valorizar as escalas regionais e locais	Trabalhar essas escalas na escolha de: * roteiros de excursões; * atividades artísticas; * produtos oferecidos e serviços prestados; * dimensionamento e logística do evento, favorecendo a integração e proximidade de diferentes pessoas.
Promover a participação ativa e cidadã	Construir processos transparentes de gestão do evento; Compartilhar informações de maneira clara e permanente; Partilhar as tomadas de decisões, tanto durante a organização quanto durante o evento; Formar equipes de trabalho autogestionárias e motivadas pela cooperação; Esclarecer e definir em conjunto as atribuições de cada um no trabalho em equipe.
Fortalecer parcerias e instituições	Buscar parcerias com instituições que compartilham os princípios da sustentabilidade e multiplicam experiências neste âmbito.

Fonte: A autora [adaptado de Fontes et al.(2008, p.25 a 28)]

Dessa forma, presume-se que os gestores de eventos devam conciliar as estratégias de sustentabilidade ao planejamento de suas produções, adequando tais práticas sustentáveis ao contexto de seus eventos.

METODOLOGIA

O presente artigo foi estruturado a partir do método científico estudo de caso, que, com base nos ensinamentos de Yin (2015), corresponde ao aprofundamento do estudo de determinado caso. Desse modo, a pesquisa foi elaborada a partir de um protocolo com questões de pesquisa, proposições de estudo, unidade de análise, lógica que correlaciona os dados às proposições e os critérios de análise.

Como unidade de análise, optou-se pelos Festivais de Inverno de Campos do Jordão e de Cunha, municípios do Vale do Paraíba, uma vez que são eventos culturais oportunos para se desenvolver atividades dirigidas à sustentabilidade e responsabilidade social, além de serem tradicionais na região.

Neste contexto, a mensuração dos resultados de tais ações é baseada em um questionário (APÊNDICE A) inspirado na dinâmica dos Indicadores Ethos e suas conjecturas sobre a repercussão das performances sustentáveis tanto para as empresas e/ou organizadores de eventos como para seus consumidores.

Em ambos os Festivais serão consultadas pessoas de 20 a 70 anos de idade, em uma amostra de 100 pesquisados distribuídos entre os frequentadores dos eventos relacionados.

Para complementar a pesquisa, serão entrevistados os organizadores dos Festivais

(APÊNDICE B), além dos Secretários de Cultura e Turismo de ambos os municípios, de forma a identificar ações de responsabilidade social implementadas na organização de tais eventos.

RESULTADOS PARCIAIS

Espera-se alcançar com esta proposta de estudo informações a respeito da viabilidade do emprego de ações sustentáveis na produção, execução e pós-produção de eventos culturais e de que maneira tais atividades repercutem nos negócios das empresas/instituições organizadoras, parceiras ou patrocinadoras.

Intenciona-se ainda, nesta análise, discriminar os tipos de ações direcionadas ao desenvolvimento sustentável em eventos, suas aplicabilidades em função de cada contexto e seus efeitos vantajosos para a organização dos próximos eventos.

Ao final da pesquisa, pretende-se que as conclusões produtivas sejam adaptáveis às propostas dos gestores de eventos, agregando valor a suas produções, no mercado de serviços.

Por fim, estudos relacionados ao mesmo tema terão respaldo nesta pesquisa como fonte de consulta para novos propósitos de estudo.

Apresentação do *corpus*

Os Festivais de Inverno na região do Vale do Paraíba são eventos de grande porte, que agrupam um público diversificado e expansivo. São espetáculos multiculturais, com programações diferenciadas, desde a gastronomia, a música, a dança, o teatro até as exposições. São acontecimentos de grande visibilidade para as empresas organizadoras dos eventos ou parceiras e patrocinadoras de produtos e/ou serviços divulgados nos Festivais.

Para este estudo, os Festivais de Campos do Jordão e de Cunha foram selecionados por representarem eventos tradicionais na região do Vale do Paraíba e, em proporções distintas, serem reconhecidos nacional e internacionalmente. Tais Festivais, por suas versáteis atrações artísticas, conferem grande visibilidade a seus produtos ou serviços. Logo, nestas prestigiadas produções, os efeitos das atividades sustentáveis obteriam ampla divulgação ao eclético público consumidor e, conseqüentemente, maior adesão e lucratividade aos propósitos dos eventos.

A seguir, é apresentado de forma breve o corpus do presente estudo.

Festival Internacional de Campos do Jordão

Em sua 49ª edição, o Festival de Inverno de Campos do Jordão consolida-se como o maior festival de música clássica da América Latina. Grandes nomes da música clássica nacional e internacional já passaram pelo Festival que, além de apresentarem-se nos palcos, participam também da programação pedagógica do evento por meio do oferecimento de oficinas a músicos experientes ou bolsistas

O evento é organizado com base nas parcerias entre Governo do Estado de São Paulo, da Secretaria de Estado da Cultura e pela Fundação Osesp. As apresentações estendem-se por renomados palcos das cidades de Campos do Jordão e São Paulo. O público é estimado em dezenas de milhares de pessoas, além de centenas de professores que ministram aulas de música.

O festival acontece nos meses de junho e julho, oferece bolsas de estudo e apresenta diversos concertos, em sua maioria, gratuitos.

Festival de Inverno de Cunha

Organizado pela Secretaria de Turismo e Cultura da cidade de Cunha, o Festival de Inverno “Acordes na Serra”, em sua 25ª edição, ocorre durante o mês de julho. Com uma programação musical variada, do ritmo de jazz aos acordes de violas, os espetáculos recebem um público estimado em 10 mil pessoas a cada final de semana, na Praça da Matriz.

O evento apresenta uma culinária típica do local e, na época do Festival, os cardápios dos restaurantes e exposições de artesãos da cidade são especialmente ofertados ao público para estimular o turismo regional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por ser um trabalho ainda em desenvolvimento, não é possível ainda concluir, entretanto, pelo que já se estudou sobre a teoria, é possível perceber que os eventos sustentáveis podem gerar resultados positivos aos stakeholders envolvidos, a partir até mesmo de medidas simples aplicadas.

REFERÊNCIAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, **Diretrizes sobre a responsabilidade social**. Rio de Janeiro, RJ: ABNT, 2010. Disponível em:

<http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/%5Bfield_generico_imagens-filefield-description%5D_65.pdf> Acesso em: 5 mai.2018

ALLEN, Johnny.et. al.**Organização e Gestão de Eventos**. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier,2008.

BRASIL TURIS JORNAL. **Cunha promove festival na temporada de inverno**. Disponível em: <https://brasilturis.com.br/cunha-promove-o-24o-acordes-na-serra-na-temporada-de-inverno/>. Acesso em: 30 mai.2018

BORGER, Fernanda Gabriela. **Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade para a gestão empresarial**. Instituto Ethos, 2013. Disponível em:

<<https://www3.ethos.org.br/cedoc/responsabilidade-social-empresarial-e-sustentabilidade-para-a-gestao-empresarial/#.WtOO54jwbIu>>. Acesso em: 13 abr.2018.

CAMPOS, Ana Cristina. **Todos os países da ONU adotam a Agenda 30 para o Desenvolvimento Sustentável**. Agência Brasil, 2015. Disponível em:

<<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2015-09/paises-adotam-na-onu-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustentavel>>. Acesso em: 12 abr. 2018

COSTA, Pedro Henrique. **Responsabilidade Social Empresarial**. CFA, 2013. Disponível em:

<<http://www.cfa.org.br/acoes-cfa/artigos/usuarios/responsabilidade-social-empresarial>>. Acesso em: 13 abr.2018

COSTA, Antonio Carlos Gomes da.et al. **Responsabilidade Social Empresarial**. Confederação Nacional da Indústria - CNI, Brasília,DF: CNI, 2006... Disponível em:

<[file:///C:/Users/pfoli/Documents/Mar%C3%ADlia/TG%20\(2018\)/Responsabilidade%20Social%20\(CNI\).pdf](file:///C:/Users/pfoli/Documents/Mar%C3%ADlia/TG%20(2018)/Responsabilidade%20Social%20(CNI).pdf)>. Acesso em: 13 abr.2018

FABRETE, Teresa Cristina. **Gestãod de Eventos – Manual de Projetos**.São Paulo,SP: Livrus, 2017

FONTES, Nádia.et al.**Eventos Sustentáveis – uma abordagem ecológica, econômica, social cultural e política**. São Carlos, SP: EduFSCar-Universidade Federal de São Carlos, 2008

INSTITUTO ETHOS. **Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis. São Paulo: Instituto Ethos, 2014.** Disponível em: <https://www3.ethos.org.br/cedoc/indicadores-ethos-para-negocios-sustentaveis-e-responsaveis/#.WvjKqogvzIV>. Acesso em 25 abr.2018

HOYLE JR, Leonard H. . **Marketing de Eventos** – Como Promover com Sucesso Eventos, Festivais, Convenções e Exposições. São Paulo, SP: Atlas, 2015

MARTIN, Vanessa. **Manual Prático de Eventos** – Gestão estratégica, patrocínio e sustentabilidade. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier Brasil, 2014.

MATIAS, Marlene (org). **Planejamento, organização e sustentabilidade em eventos.** Barueri,SP:Manole, 2011

MERCADO de Eventos tem expectativa de crescimento em 2018. **Revista Exame**, São Paulo, 2018. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mercado-de-eventos-tem-expectativa-de-crescimento-em-2018/>. Acesso em: 31 maio. 2018

MOURA, Luiz Antônio de Abdalla. **Qualidade e Gestão Ambiental – Sustentabilidade e ISSO 14.001.** 6.ed.Belo Horizonte: Del Rey, 2011

OLIVEIRA , Aparecida; BURSZTYNB, Marcel. **Avaliação do impacto ambiental de política públicas.** Revista Internacional de Desenvolvimento Local. Vol. 2, N. 3, Set. 2001. Disponível em: <<http://www.interacoes.ucdb.br/article/view/586/623>>. Acesso em: 12 mai. 2018

OESP ORQUESTRA SINFÔNICA DO ESTADO DE SINFÔNICA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Fundação Oesp – Organização Social de Cultura.** Disponível em: <http://www.fundacao-oesp.art.br/PaginaDinamica.aspxfundacaooesp> Acesso em: 29 mai. 2018

SILVA, Alexandre Rodrigues da. **Normas ISO 14000** – Sistema de Gestão Ambiental. Piracicaba: ESALQ – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, 1998. Disponível em: <<http://www.qualidade.esalq.usp.br/fase2/iso14000.htm>> . Acesso em: 5 mai.2018

SILVA, Rafaela Cristina da; VITTI, Aline. **Responsabilidade Social Empresarial – Fazer o bem dá frutos.** CEPEA – Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada. Piracicaba,SP, 2007. Disponível em: https://www.cepea.esalq.usp.br/hfbrasil/edicoes/55/mat_capa.pdf. Acesso em: 12 abr. 2018

SMITH, Vivian. **Incorporação dos princípios da responsabilidade social.** Instituto Ethos, 2013. Disponível em: <<https://www3.ethos.org.br/cedoc/incorporacao-dos-principios-da-responsabilidade-social/#.Wt0Uz4jwbIU>> . Acesso em: 21 abr.2018

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa – Estratégias de Negócios Focadas na Realidade Brasileira.** 7.ed. São Paulo,SP: Atlas, 2011

TENÓRIO, Fernando Guilherme (Org). **Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática.** Rio de Janeiro,RJ: Ed. FGV, 2004

YIN, R.K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 5ª ed. Trad. Cristhian Matheus Herrera. Porto Alegre, RS: Bookman, 2015.

Apêndice A- Questionário

1) Para você, em um evento, quais destas ações são consideradas sustentáveis:

- Uso de materiais recicláveis e reciclados
- Adequação do espaço físico para pessoas com necessidades especiais de locomoção
- Contato com diferentes formas de expressão cultural local e regional no mesmo espaço
- Parcerias com instituições que desenvolvem ações de sustentabilidade

2) Neste evento, o que você identifica como ações de RSE e sustentáveis?

- Ações de redução de consumo de energia, água, bens e serviços
- Disponibilidade de suporte para separação adequada de lixo
- Valorização da cultura local
- Preços justos para inscrição no evento;
- Respeito às características da comunidade local, evitando incômodos como ruídos a níveis intoláveis;
- Informações precisas quanto a orientações e reorientações de atividades e serviços durante o evento.

3) Para você, o que significa participar de um evento com práticas sustentáveis?

- Que a empresa organizadora apenas repercute as práticas modernas de mercado
- Que a empresa organizadora seja considerada ética e confiável;
- Que a empresa organizadora seja inovadora, aberta à diversidade;
- É irrelevante, pois ações sustentáveis não influenciam nos negócios.

4) Quais destas ações de sustentabilidade aplicadas a eventos você desconhece?

- Priorizar o uso de recursos naturais renováveis;
- Priorizar a oportunidade de negócios aos fornecedores locais;
- Oportunizar encontros entre diferentes comunidades;
- Respeitar as necessidades e ritmos humanos na programação de atividades.

5) Quais destas ações você identificaria como sustentáveis antes de participar de um evento?

- Considerar a disponibilidade de transporte coletivo e solidário.
- Optar por um local que seja de fácil acesso e receptivo a diferenças culturais;
- Divulgar o evento em diferentes mídias, ambientes e setores urbanos socioculturais;
- Construir processos transparentes de gestão do evento.

Apêndice B – Roteiro de Entrevista

- 1) Existem ferramentas que avaliam os níveis de sustentabilidade das empresas, como os Indicadores para Negócios Sustentáveis do Instituto Ethos. Você adotaria tais referências para analisar as ações sustentáveis de sua gestão?
- 2) Os Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis associam os conceitos do desenvolvimento sustentável à política de negócios das empresas. Em sua gestão, quais ações de sustentabilidade poderiam ser aplicadas aos seus eventos?
- 3) Em sua administração, as certificações relacionadas a práticas de RSE e de sustentabilidade influenciam na preferência dos consumidores por seus serviços e/ou produtos?
- 4) Você considera não optar por inserir ações sustentáveis em seus eventos? Por quais razões?
- 5) Quais das ações a seguir já estão adotadas na organização do Festival de Inverno:
 - a. Emprego de mão de obra local

- b. () Inserção de atrações locais na programação oficial do evento
 - c. () Facilitação de acesso ao local do evento
 - d. () Infraestrutura para o descarte correto dos resíduos sólidos
 - e. () Reversão dos impactos ambientais, como a neutralização das emissões de CO₂
-