

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE E A SUSTENTABILIDADE NO ROCK IN RIO 2024

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a experiência do cliente (CX) tem se consolidado como um fator crucial no sucesso de eventos de grande porte. Por outro lado, a sustentabilidade surge como um elemento relevante, focado em promover um ambiente em que os participantes de tais eventos possam aproveitar a experiência ao máximo, com impactos positivos tanto ambientais quanto sociais.

A literatura aponta a importância da sustentabilidade como um diferencial na gestão de eventos. No entanto, ainda há uma lacuna de como planos de sustentabilidade afetam diretamente a experiência dos participantes atingidos por essas dinâmicas durante os eventos.

Por meio da análise dos principais aspectos do Plano de Sustentabilidade do Rock in Rio (PSR&R) e da coleta de dados realizada com os frequentadores do festival, este estudo tem como objetivo analisar como o plano de sustentabilidade do Rock in Rio afeta a experiência do cliente (CX) durante sua participação em um grande festival de música brasileiro. A pesquisa oferece insights práticos para organizadores e gestores de eventos, destacando a importância da integração de práticas sustentáveis na criação de uma experiência positiva para o público.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para responder ao objetivo de pesquisa, a fundamentação teórica baseou-se em dois pilares principais: sustentabilidade em eventos e sustentabilidade na CX. Explorando estas duas vertentes teóricas, foi possível criar uma base de pesquisa, que deu toda a fundamentação ao instrumento de coleta de dados, apresentado na metodologia, capítulo 3.

2.1 SUSTENTABILIDADE EM EVENTOS

Um festival de música de grande porte, envolve uma organização proporcionalmente grande. O olhar sobre a sustentabilidade em eventos desse tipo não possui muito longa data. Os estudos concentram-se tanto na discussão de quais são os principais componentes de um evento sustentável, como também de quais são os *stakeholders* típicos, ao voltarem seu olhar para a sustentabilidade na organização de eventos dessa natureza.

Os principais componentes de um evento sustentável, foram identificados na literatura e abaixo consolidados no Quadro 1. Composto por itens a serem observados na organização de um evento sustentável (LAING; FROST, 2014), componentes da sustentabilidade em eventos (KATZEL, 2007) e serviços mais importantes de um evento ambientalmente consciente (DÁVID, 2009).

É possível observar que as áreas apontadas pelos autores, se complementam. Com isso é possível chegar em um conjunto consolidado de áreas importantes para a implantação da sustentabilidade dentro de um evento que possui esse viés.

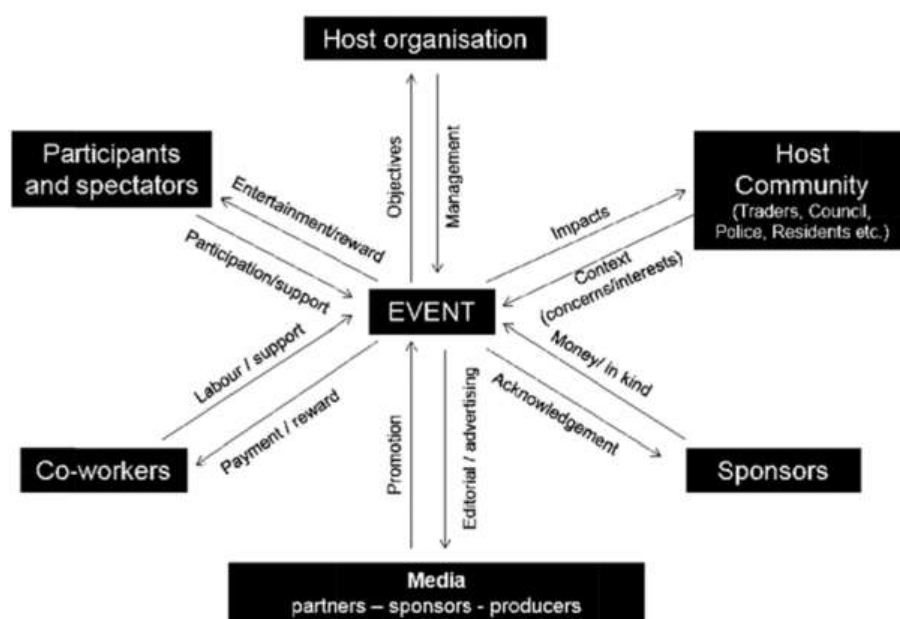
Quadro 1 – Componentes da sustentabilidade em eventos

| | Dávid | Katzel | Laing |
|----------------------------------|-------|--------|-------|
| Água e saneamento | X | x | x |
| Alimentação | X | | x |
| Ciclo de vida materiais | | X | |
| Compensação de carbono | | X | x |
| Construção sustentável | X | | |
| Design construção sustentável, | | X | |
| Eficiência nos transportes | | X | |
| Energia | X | x | x |
| Envolvimento <i>stakeholders</i> | | X | |
| Formação de atitude | X | x | |
| Legado positivo | | X | |
| Materiais sustentáveis | | X | |
| Mobilidade | X | | x |
| Patrocínio responsável | | X | |
| Políticas e gerenciamento | | X | |
| Preservação da biodiversidade | | X | |
| Reciclagem | | | x |
| Renovação urbana | | X | |
| Resíduos | X | x | x |

Fonte: adaptado de DÁVID; KATZEL; LAING & FROST.

Por outro lado, para ter sucesso na implantação da sustentabilidade nessas áreas, os organizadores do evento deverão envolver muitos *stakeholders*. Pernecky (2015), pontuou uma lista com os seis *stakeholders* típicos da indústria de eventos: organizadores, comunidade do entorno (comerciantes, governo, polícia, moradores), patrocinadores, imprensa, equipe de trabalhadores, participantes e espectadores. Na figura abaixo, o autor demonstra as relações ganha-ganha entre o evento e cada um dos *stakeholders* envolvidos.

Figura 1 – *Stakeholder* típicos na indústria de eventos.



Fonte: PERNECKY, 2015, pg. 118.

Todos esses *stakeholders* são direta ou indiretamente atingidos no caso de uma implantação da sustentabilidade em eventos. Na presente pesquisa, o foco será a experiência do participante, o espectador que frequentou o evento analisado. Indiretamente, muitos destes *stakeholders* são contemplados nessa análise, como será possível verificar adiante.

Esta lista de *stakeholders* críticos demonstra a importância do participante e espectador para o estabelecimento de um evento. Sua relação para com o evento é a sua participação e apoio à marca, enquanto que o evento deve oferecer a ele entretenimento e recompensas (PERNECKY, 2015).

Esta pesquisa visa refletir exatamente sobre essa troca ressaltada por Pernecky (2015), e para isso o conceito de sustentabilidade na experiência do cliente (aqui participante e/ou espectador), dá suporte e viabiliza essa análise.

2.2 CX SUSTENTÁVEL

Cinco elementos essenciais que constituem a CX proposta por Ünal (2024), conforme figura abaixo:

Figura 2 - Dimensões de CX Sustentável



Fonte: Unal (2024).

A pesquisa de Unal (2024) apresenta para cada uma dessas perspectivas de 3 a 5 questões, que integradas podem responder como o cliente reage ao se deparar com uma experiência sustentável. Cada uma dessas questões, foi adaptada para a experiência de sustentabilidade no evento em análise nesta pesquisa. No capítulo de Metodologia, esse instrumento poderá ser apreciado.

3 METODOLOGIA

Este estudo possui sua natureza aplicada, trazendo lentes teóricas que dão suporte ao estudo em questão. Com seu objetivo exploratório, uma vez que irá delinear a temática da CX voltada para a sustentabilidade, explorando essa relação de forma a observar o fenômeno, sob a lente do participante do festival. Seu método de pesquisa trata-se de um estudo de caso único.

O caso analisado é o festival de música Rock in Rio, realizado na cidade do Rio de Janeiro de forma bianual.

A amostra de pesquisa observa os participantes do festival, que estiveram presentes na edição 2024, com sete dias e realizada entre os dias 13 e 22 de setembro de 2024.

A coleta de dados ocorreu por meio de formulário eletrônico online. No início da pesquisa, estão discriminados os termos de ética desta pesquisa, ressaltando que o respondente está de acordo com os termos: a pesquisa é anônima, com fins estritamente acadêmicos. O questionário contava com perguntas fechadas do tipo múltipla escolha e também de questões com escala likert, com graus de 1 a 5, sendo que 1 seria “discordo totalmente” até o grau 5 “concordo totalmente”.

O questionário foi composto por 24 perguntas, sendo dividido em 10 blocos que foram baseados nos principais componentes de um evento responsável, e mais um bloco investigando o modelo CX, de Unal (2024):

- 1) Perfil: 1 pergunta sobre participação no festival
- 2) Mobilidade urbana: 3 perguntas sobre os serviços de mobilidade oferecidos
- 3) Acessibilidade: 3 perguntas investigando a acessibilidade do festival
- 4) Alimentação: 3 perguntas sobre as ações sustentáveis para alimentação
- 5) Diversidade: 2 perguntas
- 6) Resíduos e reciclagem: 1 pergunta
- 7) Comunicação e Brindes: 4 perguntas
- 8) Energia Limpa: 1 pergunta
- 9) Fora do festival: são 7 perguntas referindo-se à ações que o PSR&R apresenta fora do festival, ligadas aos componentes de formação, legado e governança.
- 10) Experiência do participante: 1 pergunta com 12 afirmações, com respostas em escala likert, que fazem o respondente refletir sobre sua vivência durante o festival, observando como a sustentabilidade interferiu diante dos aspectos apresentados anteriormente na figura 2 (cognitivo, afetivo, comportamental, sensorial e social).

3.1 PLANO DE SUSTENTABILIDADE DO ROCK IN RIO 2024

O plano de sustentabilidade do Rock in Rio (PSR&R) divulgado pela empresa Rock World em 2024 também é uma fonte de dados secundários, consultada para contribuir na presente pesquisa. No site do festival, há uma página concentrando muitos dados voltados para a sustentabilidade: <https://rockinrio.com/rio/pt-br/por-um-mundo-melhor/>. Neste mesmo espaço, fica disponibilizado o Plano de Sustentabilidade 2024, material consultado e utilizado na presente pesquisa:

cdn.rockinrio.com/assets-pmm/pdf/2024RIR_plano%20sustentabilidade_MAR2024.pdf

A fim de verificar quais ações de sustentabilidade estão sendo apresentadas pelo festival em 2024, a empresa apresenta publicamente detalhes de sua proposta, com estratégias, metas e ações. Ao analisar e comparar as ações implantadas pelo festival, é interessante notar que o PSR&R contempla os componentes da sustentabilidade apresentados no quadro 1.

Quadro 2 – Componentes da sustentabilidade no Rock in Rio 2024

| | Dávid | Katzel | Laing | PSR&R |
|----------------------------------|-------|--------|-------|-------|
| Alimentação | X | | x | x |
| Construção sustentável | X | | | X |
| Energia | X | x | x | X |
| Envolvimento <i>stakeholders</i> | | X | | x |
| Legado positivo | | X | | x |
| Materiais sustentáveis | | X | | x |
| Mobilidade | X | X | x | X |
| Políticas e gerenciamento | | X | | x |
| Reciclagem | | | x | x |
| Resíduos | X | x | x | x |

Fonte: Resultados da pesquisa

Dos 18 componentes da sustentabilidade apresentados no quadro 1, o PSR&R corresponde a 10 componentes. No entanto, há outros 4 componentes apresentados no plano que não constam da literatura: Acessibilidade; Comunicação, Merchandising e Brindes, Condições de Segurança; Saúde e Bem-Estar; e Pluraridade (ou Diversidade).

Em cada um desses componentes, o plano apresenta ações, que foram analisadas quais delas teriam contato direto com a experiência do cliente durante sua participação do festival. Essas ações serviram de base para o instrumento de coleta, no qual será investigado se o respondente teve contato com tal ação durante sua participação no festival agora em 2024.

4 RESULTADOS

Por meio desta pesquisa foi possível identificar que os blocos propostos pelo PSR&R atende à teoria analisada, voltada para eventos sustentáveis. O plano contempla 14 blocos, bastante alinhados ao exposto no item 2.1.

Os resultados apontam que a implantação do PSR&R não afetou diretamente a CX da amostra analisada.

Os aspectos cognitivos, afetivos e sensoriais foram os menos afetados, demonstrando primeiramente uma falta de conexão do participante com a temática da sustentabilidade. Nos itens comportamentais e sociais, já houve uma melhora na percepção dos participantes analisados. Isso demonstra que a sustentabilidade implementada é uma experiência mais comportamental e social, em que as ações, respostas e interações entre indivíduos são mais relevantes para o participante, e portanto mais notadas conforme apreciado nesta pesquisa.

5 CONCLUSÃO

O objetivo deste artigo foi analisar como o PSR&R afeta a CX durante sua participação no festival foi obtido com sucesso, por meio da análise dos principais aspectos abordados pelo plano e por meio da coleta de dados realizada com os frequentadores do evento.

Os principais resultados confirmam que o Rock in Rio adota as principais práticas sugeridas pela literatura na área e também que os participantes são mais impactados pela

experiência comportamental e social, já que as ações, respostas e interações entre indivíduos são mais relevantes para o participante.

Uma limitação desta pesquisa foi o método de pesquisa “pós evento”, pois desta maneira poderia capturar uma maior quantidade de respondentes. Porém limita a pesquisa à lembrança que o participante tem do evento. Uma sugestão de pesquisa futura seria viabilizar uma pesquisa durante a realização do evento, no local. Outra sugestão seria avaliar a experiência dos demais *stakeholders* com relação ao PSR&R e seus possíveis impactos.

REFERÊNCIAS

DÁVID, Lóránt. Environmental impacts of events. In: **Event management and sustainability**. Wallingford UK: CABI, 2009. p. 66-75.

KATZEL, Charmaine Tzila. **Event greening: Is this concept providing a serious platform for sustainability best practice**. 2007. Tese de Doutorado. Stellenbosch: University of Stellenbosch.

FROST, Warwick; MAIR, Judith; LAING, Jennifer. The greening of events: Exploring future trends and issues. In: **The Future of Events & Festivals**. Routledge, 2014. p. 115-127.

PERNECKY, Tomas. Sustainable leadership in event management. **Event Management**, v. 19, n. 1, p. 109-121, 2015.

ÜNAL, Umut; BAĞCI, Rıfıqı Buğra; TAŞÇIOĞLU, Mertcan. The perfect combination to win the competition: Bringing sustainability and customer experience together. **Business Strategy and the Environment**, 2024.