



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

*FROM MUSIC TO COMMUNITY: THE TOWN AND THE IMPACTS OF CITIZEN AND CORPORATE SOCIAL PARTICIPATION IN A HAITIAN SLUM.*

*DE LA MÚSICA A LA COMUNIDAD: THE TOWN Y LOS IMPACTOS DE LA PARTICIPACIÓN SOCIAL CIUDADANA Y CORPORATIVA EN LA FAVELA DE HAITÍ.*

Karen Daniele Lira de França - UFRN \*1  
Francisco Fransualdo de Azevedo – UFRN \*2  
Talita Poliana Guedes da Silva – UFRN \*3

ISSN  
2594-8407



Licenciada por Creative  
Commons 4.0 / Internacional  
CC BY 4.0

**Submetido em:** 18/07/2025

**Aprovado em:** 13/11/2025

**Avaliado em pares**

**Editor:** Izac Bonfim

### **RESUMO**

O The Town adota a sustentabilidade como estratégia e alinha-se aos ODS, buscando um impacto social positivo. O evento apoia o projeto Favela 3D na Favela do Haiti, que adota uma abordagem sistêmica focada em Desenvolvimento Social, Geração de Renda, Urbanismo e Moradia, visando romper o ciclo de pobreza e impactando cerca de 290 famílias, com a participação dos moradores assegurada pelo Programa de Participação Social. Nessa esfera, essa pesquisa investiga a participação social cidadã dos residentes da Favela do Haiti e a participação social corporativa das empresas patrocinadoras do festival no projeto Favela 3D (Digital, Digna e Desenvolvida). Em parceria com a ONG Gerando Falcões, Instituto Vozes da Periferia, Volkswagen, Gerdau, prefeitura e governo do estado de São Paulo. O estudo, de natureza qualitativa, baseou-se em pesquisa documental e análise de entrevistas disponíveis em redes sociais com atores-chave, incluindo um representante do Instituto Vozes das Periferias, líderes comunitários, residentes e o Diretor de Sustentabilidade da Volkswagen. As entrevistas revelam que o projeto está transformando a realidade local, oferecendo dignidade e acesso a oportunidades. Os líderes comunitários demonstraram ser cruciais para o engajamento dos residentes, e residentes relataram melhorias visíveis na infraestrutura, como a reforma da praça e o surgimento de iniciativas como a horta comunitária, que gerou empregos. O envolvimento da Volkswagen exemplifica o compromisso com a Responsabilidade Social Corporativa, que se manifesta para além da doação financeira, engajando funcionários em atividades comunitárias e oferecendo capacitação para jovens. Contudo, o artigo levanta reflexões críticas, questionando se as ações são genuinamente participativas e horizontais ou

## Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.

se há uma prevalência dos interesses corporativos sobre os comunitários. O projeto demonstra o potencial da colaboração entre o setor privado e a sociedade civil para o desenvolvimento sustentável e a inclusão social, como contribuição verifica-se a necessidade de avaliar a autenticidade e o impacto real das iniciativas de RSC e a complexa dinâmica da prevalência de interesses corporativos.

**Palavras-Chave:** Festival; Responsabilidade social; Comunidade.

### ABSTRACT

*The Town adopts sustainability as a strategy and aligns itself with the SDGs, seeking a positive social impact. The event supports the Favela 3D project in Favela do Haiti, which adopts a systemic approach focused on Social Development, Income Generation, Urbanism, and Housing, aiming to break the cycle of poverty and impacting around 290 families, with the participation of residents ensured by the Social Participation Program. In this context, research investigates the citizen social participation of Favela do Haiti residents and the corporate social participation of the festival's sponsoring companies in the Favela 3D project (Digital, Dignified, and Developed), in partnership with the NGO Gerando Falcões, Instituto Vozes da Periferia, Volkswagen, Gerdau, the city hall, and the São Paulo state government. The qualitative study was based on documentary research and analysis of interviews available on social media with key stakeholders, including a representative of the Instituto Vozes das Periferias, community leaders, residents, and the Volkswagen Director of Sustainability. The interviews reveal that the project is transforming the local reality, offering dignity and access to opportunities. Community leaders proved to be crucial for resident engagement, and residents reported visible improvements in infrastructure, such as the renovation of the square and the emergence of initiatives like the community garden, which generated jobs. Volkswagen's involvement exemplifies a commitment to Corporate Social Responsibility, which goes beyond financial donation, engaging employees in community activities and offering training for young people. However, the article raises critical reflections, questioning whether the actions are genuinely participatory and horizontal or if there is a prevalence of corporate interests over community ones. The project demonstrates the potential for collaboration between the private sector and civil society for sustainable development and social inclusion, and the contribution highlights the need to evaluate the authenticity and real impact of CSR initiatives and the complex dynamic of the prevalence of corporate interests.*

**Keywords:** Festival; Social responsibility; Community.

### RESUMEN

*El The Town adopta la sostenibilidad como estrategia y se alinea con los ODS, buscando un impacto social positivo. El evento apoya el proyecto Favela 3D en la Favela do Haiti, que adopta un enfoque sistémico centrado en el Desarrollo Social, la Generación de Renta, el Urbanismo y la Vivienda, con el objetivo de romper el ciclo de la pobreza e impactar a cerca de 290 familias, con la participación de los residentes asegurada por el Programa de Participación Social. En esta esfera, la investigación estudia la participación social ciudadana de los residentes de la Favela do Haiti y la participación social corporativa de las empresas patrocinadoras del festival en el proyecto Favela 3D (Digital, Digna y Desarrollada). Esto se da en colaboración con la ONG Gerando Falcões, el Instituto Vozes das Periferias, Volkswagen, Gerdau, el ayuntamiento y el gobierno del estado de São Paulo. El estudio, de naturaleza cualitativa, se basó en investigación documental y análisis de entrevistas disponibles en redes sociales con actores clave, incluyendo a un representante del Instituto Vozes das Periferias, líderes comunitarios, residentes y el Director de Sostenibilidad de Volkswagen. Las entrevistas revelan que el proyecto está transformando la realidad local, ofreciendo dignidad y acceso a oportunidades. Los líderes*

## Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.

*comunitarios demostraron ser cruciales para el compromiso de los residentes , y los residentes informaron de mejoras visibles en la infraestructura, como la reforma de la plaza, y el surgimiento de iniciativas como el huerto comunitario, que generó empleos. La participación de Volkswagen ejemplifica el compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) , que se manifiesta más allá de la donación financiera, involucrando a empleados en actividades comunitarias y ofreciendo capacitación para jóvenes. No obstante, el artículo plantea reflexiones críticas, cuestionando si las acciones son genuinamente participativas y horizontales o si existe una prevalencia de los intereses corporativos sobre los comunitarios. El proyecto demuestra el potencial de la colaboración entre el sector privado y la sociedad civil para el desarrollo sostenible y la inclusión social , y como contribución se verifica la necesidad de evaluar la autenticidad y el impacto real de las iniciativas de RSC y la compleja dinámica de la prevalencia de intereses corporativos.*

**Palabras clave:** *Festival; Responsabilidad social; Comunidad.*

### Como Citar (APA):

França, K. D. L., Azevedo, F. F., & Silva, T. P. G. (2025). Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti. *Ateliê do Turismo*, 9(1), 331 - 353. <https://doi.org/10.55028/at.v9i1.23716>

## 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, consequentemente, uma tendência de eventos ecologicamente corretos ou festivais *green* (Alzghoul, 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 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, 2017).

## **Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.**

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. Tendo em vista o caso das ações de responsabilidade social do Festival de Música The Town, no Brasil, o objetivo desta pesquisa é investigar a participação social cidadã dos residentes da Favela do Haiti, em São Paulo, e a participação social corporativa das empresas patrocinadoras do evento *The Town* envolvidas no projeto da *Favela 3D*.

Adotando uma metodologia qualitativa, o estudo analisou entrevistas, com foco na análise dos conteúdos das percepções dos atores envolvidos, parcerias estabelecidas e objetivos organizacionais. Assim, 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.

### **REFERENCIAL TEÓRICO**

#### **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.

## Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.

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 Leste 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 na Favela do Haiti 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 do Haiti 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.

**Fig. 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.



## **Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.**

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 para 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.

### **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*.

Nesse sentido, a diferença fundamental entre as abordagens de intervenção social das empresas reside na sua motivação e integração estratégica. A Filantropia (Drucker, 1973) representa o estágio inicial, sendo uma doação motivada por razões humanitárias, isolada do negócio principal e frequentemente pontual. O Marketing Social, por sua vez,

## **Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.**

é definido por Kotler & Lee (2008) como o uso de técnicas de marketing para influenciar comportamentos que beneficiam a sociedade, buscando uma troca de valor que, embora socialmente benéfica, frequentemente está ligada à promoção da marca. Finalmente, a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) transcende essas ações pontuais, sendo um conceito mais amplo e estratégico (Kotler & Lee, 2005) que integra considerações éticas e ambientais a todas as operações de negócios, visando gerar valor compartilhado.

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).

### **Participação social cidadã**

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 inclusivos deve partir da participação comunitária, como direito, dever e mecanismos. A partir da década de 1970, o conceito de participação absorveu o sentido de participação popular da sociedade civil, devido aos regimes político-militares vigentes, em especial, nos países latino-americanos. Com isso, a participação tem o intuito de robustecer a sociedade civil na criação de rotas que levem a uma nova realidade social, livre de injustiças, exclusões, desigualdades e discriminações (Gohn, 2019).

Em relação ao tema da cidadania, os sujeitos considerados “cidadãos” envolvem-se com a participação popular em uma disputa que possui várias frentes, como o acesso dos cidadãos a espaços e informações, seus direitos e deveres, como também na busca por uma democracia justa e equitativa para todos (Gohn, 2019). Em relação a participação social cidadã, Milani (2008, p. 560) destaca que esse tipo de participação se configura em “formas de intervenção individual e coletiva, que supõem redes de interação variadas e complexas determinadas (provenientes da “qualidade” da cidadania) por relações entre pessoas, grupos e instituições como o Estado.”

O autor ainda aborda que a participação faz parte da realidade social e é construída com relações interacionais entre diversos entes, sejam governamentais ou não governamentais, evoluindo de acordo com contexto geográfico, histórico e social. Porém, vale ressaltar que práticas participativas podem envolver uma visão simplista do conceito de “comunidade”, quando essa é vista como homogênea e harmônica (Guijt e

## **Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.**

Shah, 1998). Além disso, Ziccardi (2004) afirma que a desigualdade de representatividade em processos participativos é um fator preocupante na busca de objetivos comuns de reivindicações ou luta direitos.

### **METODOLOGIA**

Esta pesquisa caracteriza-se como descritiva com abordagem qualitativa. Foi utilizada a pesquisa documental por meio da coleta de entrevistas disponíveis em redes sociais e análise de documentos disponibilizados publicamente. Apesar de, inicialmente, ser preferível o contato direto com todos os envolvidos, a limitação de tempo e dificuldade de acesso por parte dos entrevistados levou à utilização de entrevistas disponíveis publicamente na página do Instagram @favelahaiti3d, entre agosto de 2023 e abril de 2024. As informações da estrutura do projeto The Town foram coletadas por meio do site do próprio evento (The Town, 2023). Já a pesquisa bibliográfica foi realizada nas plataformas Web of Science, Scopus e Periódicos Capes, utilizando os termos “festivais de música”, “participação social cidadã”, “responsabilidade social corporativa”. O projeto conta com seis parceiros, que são a ONG Gerando Falcões, idealizadora do projeto Favela 3D, a empresa Gerdau, a Fundação Grupo Volkswagen, o Instituto Vozes das Periferias, o Governo do Estado de São Paulo e a Prefeitura de São Paulo. Dentre essas instituições, decidiu-se coletar informações dos parceiros Instituto Vozes das Periferias, para representar a visão da instituição que atua em favor da democratização de favelas da zona leste da cidade, os residentes que foram diretamente beneficiados pelas ações do projeto e da Fundação Grupo Volkswagen, empresa privada patrocinadora do evento.

A coleta das entrevistas teve o objetivo de proporcionar uma compreensão mais aprofundada sobre percepções e experiências desses diferentes participantes em relação ao projeto. Foram selecionadas sete entrevistas, sendo a primeira do representante do Instituto Vozes das Periferias, a segunda e terceira de líderes do projeto 3D na Favela do Haiti, a quarta de um residente contratado pela prefeitura de São Paulo para trabalhar no projeto da horta na comunidade, a quinta, com uma das mentoras do projeto Favela 3D, a sexta com um dos jovens participantes do projeto de capacitação realizado pela empresa automobilística Volkswagen, e a última com o Diretor de Sustentabilidade da Volkswagen Brasil. A análise de conteúdo foi utilizada seguindo as orientações de Bardin (2016) e as etapas sugeridas por Creswell e Poth (2018), incluindo organização, leitura e memorização das ideias emergentes, categorização e classificação das temáticas recorrentes, desenvolvimento e avaliação das interpretações dos dados, e por fim, representação e visualização dos dados. O objetivo foi identificar categorias e padrões significativos relacionados a execução do projeto *Favela 3D*, à participação social cidadã e corporativa, bem como envolvimento da comunidade. 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.



## **ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

### **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, 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.

### **Olhar do Instituto Vozes das Periferias**

Explorando a entrevista com AP1 (Favela Haiti 3D, setembro 2023), 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 determinado ecossistema ou 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.

## **Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.**

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 a favela do Haiti se destacando como caso 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. Conforme afirma Soliz e Maldonado (2012), a participação é uma construção coletiva, que não está limitada apenas a consultas, mas sim a articulação dos anseios e necessidades dos grupos envolvidos.

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

## **Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.**

ênfatizado 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.

### **Olhares das Lideranças do projeto 3D comunidade do Haiti**

A entrevista com o AP2 (Favela Haiti 3D, setembro 2023), 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 (Favela Haiti 3D, setembro 2023) 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.

Vale ressaltar que é necessário um cuidado com o conceito de “comunidade para que essa não seja vista de forma homogênea e harmônica (Guijt e Shah, 1998). 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

## **Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.**

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, porém, 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.

## **Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.**

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. 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.

### **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.

#### **Pelo olhar do AP4**

Na entrevista (Favela Haiti 3D, agosto 2023), 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.

## **Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.**

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.

### **Pelo olhar do AP5**

A análise da entrevista com residentes é sobre o olhar da AP5 (Favela Haiti 3D, abril 2024), 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.



## **Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.**

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. Este relato 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. Milani (2008) corrobora afirmando que a participação faz parte da realidade social e é construída a partir das relações interacionais entre diversos entes, que evoluem de acordo com contexto geográfico, histórico e social.

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.

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

Na última entrevista analisada (Favela Haiti 3D, abril 2024), 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.

## **Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.**

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 ressalta 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 ressalta 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 o ciclo da pobreza para as gerações futuras.

### **Pelo olhar da empresa Volkswagen (AP7)**

Em visita à horta comunitária da comunidade do Haiti (Favela Haiti 3D, abril 2024), 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:

## **Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.**

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 contribui 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, corroborando com Kotler & Lee (2005), ao afirmarem que é necessário integrar considerações éticas e ambientais a todas as operações de negócios, visando gerar valor compartilhado. 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.

## Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.

### 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* (Sklair, 2020), 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

## **Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.**

empresas sobre a construção coletiva de processos horizontais, amplamente discutidos e praticados (Santos, 2000).

### **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 e ao acesso a oportunidades, demonstrando que seu sucesso depende do compromisso e da participação ativa dos líderes comunitários, visto que, eles foram responsáveis pelo engajamento dos residentes da comunidade. Nota-se, também, que a experiência pessoal dos idealizadores do projeto, líderes e residentes é um fator determinante na busca por melhorias territoriais e desenvolvimento sociocultural e financeiro.

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 mudança da realidade econômica meio de capacitação e geração de empregos entre os jovens. No entanto, tais as ações podem também estar fundamentadas no interesse empresarial, para autopromoção e para a formação de mão-de-obra técnica para benefício próprio.

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, mesmo que possa ter outros interesses das empresas parceiras. 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.

Este estudo oferece uma contribuição significativa ao expandir o conhecimento sobre participação social cidadã e sobre como o envolvimento dos residentes pode levar a uma maior sustentabilidade e aceitação dos projetos. Além disso, a pesquisa expande a literatura sobre RSC ao apresentar o modelo de implementação do projeto *Favela 3D*, que pode ser replicado em outras comunidades. A originalidade reside na investigação da parceria entre um festival de música (*The Town*), suas marcas patrocinadoras (Volkswagen) e uma comunidade (*Favela do Haiti*), respeitando-se os contextos e especificidades locais, como forma de reconhecimento das estratégias de parcerias com foco no fomento ao desenvolvimento de comunidades.

Apesar das contribuições, o estudo apresenta algumas limitações metodológicas e contextuais que merecem destaque. Primeiramente, a pesquisa é de natureza qualitativa com coleta documental baseada em entrevistas disponíveis em redes sociais (Instagram), o que pode introduzir um viés, dada a preferência por conteúdo positivo no

## Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.

ambiente digital. Embora o contato direto fosse preferível, a limitação de tempo e a dificuldade de acesso aos entrevistados resultaram na utilização de fontes secundárias. Ademais, surge a lacuna da sustentabilidade a longo prazo do projeto, dado o seu prazo de execução limitado (um ano e meio a dois anos). Por fim, as análises levantaram o questionamento de que, mesmo nas ações classificadas como RSC, pode haver a prevalência dos interesses corporativos sobre os comunitários, priorizando a política empresarial, como na oferta de cursos profissionalizantes direcionados às necessidades da empresa.

Para aprofundar a compreensão das dinâmicas de participação social cidadã e corporativa, sugere-se que pesquisas futuras busquem avaliar o impacto de longo prazo do projeto Favela 3D após o término da intervenção; investigar o processo de engajamento das empresas parceiras e a autenticidade e o impacto real de suas iniciativas de RSC; analisar a relação entre as ações de RSC e a política de incentivos fiscais concedidos pelo setor público; e estudar os efeitos psicossociais e os sentimentos dos residentes em relação à organização do festival de música.

### REFERÊNCIAS

- Alzghoul, Y. A. (2017). *The influence of corporate social responsibility on the decision-making process of music festival-goers: Findings from a survey-embedded experiment* [Tese de doutorado, Clemson University]. Clemson University TigerPrints.
- Associação Brasileira de Normas Técnicas. (2012). *ABNT NBR ISO 20121: Sistemas de gestão para sustentabilidade de eventos*. ABNT.
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Brennan, M., Scott, J. C., Connelly, A., & Lawrence, G. (2019). Do music festival communities address environmental sustainability and how? A Scottish case study. *Popular Music*, 38(2), 252–275. <https://doi.org/10.1017/S0261143019000035>
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Drucker, P. F. (1973). *Management: Tasks, responsibilities, practices*. Harper & Row.
- Du, S., Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2010). Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 8–19. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00276.x>
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*.<sup>4</sup> Capstone.
- Favela Haiti 3D [@favelahaitieD]. (2023, agosto 23). *Transformação do lixo em horta comunitária*. [Vídeo]. Instagram. <https://www.instagram.com/reels/CwTQOWSpHZf/>
- Favela Haiti 3D [@favelahaitieD]. (2023, setembro 15). *Felipe se junta a Cesar, CEO e fundador da Vozes das Periferias, e aos moradores da comunidade haitiana*, 350
- Ateliê do Turismo, Campo Grande – MS, v. 9, n. 1, p. 331 - 353, jan – dez 2025.



## Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.

- Lucas e Dudu, para falar sobre o inspirador projeto Favela Haiti 3D. [Vídeo]. Instagram. <https://www.instagram.com/reels/CxOfbj0JwKe/>
- Favela Haiti 3D [@favelahaitieD]. (2024, abril 05). *O tempo da Volkswagen confere com todo mundo aqui na favela do Haiti*. [Vídeo]. Instagram. <https://www.instagram.com/reels/C5Yml1cLWu5/>
- Favela Haiti 3D [@favelahaitieD]. (2024, abril 09). *Você sabe qual o papel dos dois mentores na Decolagem?* [Vídeo]. Instagram. <https://www.instagram.com/reels/C5jZaZVPX5R/>
- Favela Haiti 3D [@favelahaitieD]. (2024, abril 25). *A @vwbrasil, em parceria com a Vozes das Periferias, está fazendo a diferença na vida de dois jovens em nossas vidas fragmentadas*. [Vídeo]. Instagram. <https://www.instagram.com/reels/C6Ms0vdvGDL/>
- Gerando Falcões. (2023). *Favela 3D*. <https://gerandofalcoes.com/favela3d/>
- Gohn, M. da G. (2019). Teorias sobre a participação social: desafios para a compreensão das desigualdades sociais. *Caderno CRH*, 32(85), 63–81. <https://doi.org/10.9771/ccrh.v32i85.27655>
- Guijt, I., & Shah, M. K. (1998). *The myth of community: Gender issues in participatory development*. Intermediate Technology Publications.
- Holmes, K., Hughes, M., Mair, J., & Carlsen, J. (2015). *Events and sustainability*. Routledge.
- Luo, X., & Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value. *Journal of Marketing*, 70(4), 1–18. <https://doi.org/10.1509/jmkg.70.4.001>
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Lee, N. (2008). *Social marketing: Influencing behaviors for good*. SAGE Publications.
- Mair, J., & Jago, L. (2010). The development of a conceptual model of greening in the business events tourism sector. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), 77–94. <https://doi.org/10.1080/09669580903291007>
- Margolis, J. D., & Walsh, J. P. (2001).<sup>5</sup> *People and profits? The search for a link between a company's social and financial performance*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Medeiros, V. C. F. A., Azevedo, F. F., & Farias, M. F. (2023). Experiências comunitárias e o processo de desenvolvimento do Turismo de Base Comunitária nas Praias de Batoque e Canto Verde. *Caderno Virtual de Turismo*, 23(1), 10–21. <https://doi.org/10.18472/cvt.23n1.2023.2017>
- Milani, C. R. S. (2008). O princípio da participação social na gestão de políticas públicas locais: uma análise de experiências latino-americanas e europeias. *Revista de Administração Pública*, 42(3), 551–579. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122008000300006>
- Mohr, L. A., Webb, D. J., & Harris, K. E. (2001). Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. *The Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 45–72. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2001.tb00102.x>
- Nunes, M. R. O., Santos, K. M., & Azevedo, F. F. (2014). Tourism and social capital: A theoretical and conceptual approach. *Pasos*, 12(2), 443–452.

## **Da música à comunidade: The Town e os impactos da participação social cidadã e corporativa na favela do Haiti.**

- O'Rourke, S., Irwin, D., & Straker, J. (2011). Dancing to sustainable tunes: an exploration of music festivals and sustainable practices in Aotearoa. *Annals of Leisure Research*, 14(4), 341–354. <https://doi.org/10.1080/11745398.2011.639383>
- Pattiasina, J. (2021). *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* [Dissertação de mestrado, Radboud University]. Repositório da Radboud University.
- Putnam, R. D. (2006). *Comunidade e democracia: A experiência da Itália moderna*. Editora Fundação Getúlio Vargas.
- Queiroga, E. F. (2003). *Território brasileiro: Usos e abusos*. Editora Territorial.
- Santos, M. (2000). *Por uma outra globalização: Do pensamento único à consciência universal*. Record.
- Sklair, J. (2020). Investimento de impacto e grantmaking: Visões conceituais distintas para o investimento social privado brasileiro. *Artigos GIFE*, 2(1), 1-15.
- Soliz, F., & Maldonado, A. (2012). *Guia de metodologias participativas comunitárias: Guia nº 5*. Clínica Ambiental.
- The Town. (2023). *Por um mundo melhor: Transformando o entorno, transformando o mundo inteiro*.
- The Town. (2023). Mudar vidas também é entrar para a história.
- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44, 95–105. <https://doi.org/10.1023/A:1023331212247>
- Verdejo, M. E. (2006). *Guia prático*. ASCAR.
- Xiao, M., Cooke, F. L., Xu, J., & Bian, H. (2019). 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*, 30(4), 100726. <https://doi.org/10.1016/j.hrmmr.2019.100726>
- Yoo, D., & Lee, J. (2018). The effects of corporate social responsibility (CSR) fit and CSR consistency on company evaluation: The role of CSR support. *Sustainability*, 10(8), 2956. <https://doi.org/10.3390/su10082956>
- Ziccardi, A. (2004). Espacios e instrumentos de participación ciudadana para las políticas sociales del ámbito local. In A. Ziccardi (Org.), *Participación ciudadana y políticas sociales del ámbito local*. IIS/Comecs/Indesol.

## **Agradecimentos**

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

---

**INFORMAÇÃO (ÕES) DO (S) AUTOR (ES)**

- \*1 Doutora em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Professora do Instituto Federal do Mato Grosso (IFMT). E-mail: karenfranca@gmail.com
- \*2 Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Professor do Programa de Pós-graduação em Geografia e do Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do norte (UFRN). E-mail: ffazevedo@gmail.com
- \*3 Doutoranda em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: talitapoliana@gmail.com

**REVISTA CIENTÍFICA ATELIÊ DO TURISMO – VINCULADA A**



**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE MATO GROSSO DO SUL**