EVENTOS PATROCINADOS PELA RED BULL: SUSTENTABILIDADE COMO DIFERENCIAL ESTRATÉGICO

EVENTS SPONSORED BY RED BULL: SUSTAINABILITY AS A STRATEGY DIFFERENTIATOR

Yanna Win Novaes Andrade, Ana Clara Dantas, Marina Costa, Laura Machado, Luiz Andre Evangelista

Universidade Santa Cecília, Curso de Relações Internacionais
E-mail para contato: winyanna452@gmail.com

RESUMO — Este trabalho investiga como a Red Bull incorpora práticas de sustentabilidade em seus eventos esportivos e culturais, tanto internacionalmente quanto no Brasil, fortalecendo sua imagem corporativa e posicionamento estratégico no mercado global. A pesquisa, de caráter qualitativo, baseou-se em levantamento bibliográfico e análise de documentos oficiais e fontes especializadas. Foram analisados eventos como Red Bull X-Alps, Cliff Diving, Illume, Skate Generation e o programa Amaphiko. Os resultados indicam que ações como neutralização de carbono, gestão de resíduos, economia circular e apoio a empreendedores sociais reforçam a reputação da Red Bull como marca inovadora, responsável e alinhada às demandas de consumidores conscientes.

Palavras-chave: Red Bull; Sustentabilidade; Eventos esportivos; Estratégia de marca

ABSTRACT — This study investigates how Red Bull incorporates sustainability practices into its sports and cultural events, both internationally and in Brazil, strengthening its corporate image and strategic positioning in the global market. The qualitative research was based on bibliographic review and analysis of official documents and specialized sources. Events such as Red Bull X-Alps, Cliff Diving, Illume, Skate Generation, and the Amaphiko program were analyzed. The results indicate that actions like carbon offsetting, waste management, circular economy, and support for social entrepreneurs reinforce Red Bull's reputation as an innovative, responsible brand aligned with the demands of conscious consumers.

Keywords: Red Bull; Sustainability; Branding; Sports Events

1 INTRODUÇÃO

A crescente valorização de práticas sustentáveis no ambiente corporativo reflete uma mudança significativa no comportamento do consumidor e nas exigências do mercado global. Nos últimos anos, a sustentabilidade deixou de ser apenas um diferencial e passou a ser uma exigência estratégica para marcas que desejam manter relevância, especialmente entre os públicos jovens e conscientes. Nesse contexto, o setor de eventos, amplamente utilizado como ferramenta de marketing e construção de marca, também passou a incorporar práticas ambientais e sociais como parte de sua identidade.

Entre as empresas que mais se destacam nesse cenário está a Red Bull, reconhecida mundialmente por seu investimento em marketing experiencial. A marca patrocina e organiza eventos esportivos e culturais de grande impacto, que não apenas promovem sua identidade energética e inovadora, mas que também, progressivamente, vêm incorporando ações ligadas à sustentabilidade, tanto ambiental quanto social. Assim, estudar os eventos da Red Bull é relevante porque eles refletem uma tendência mais ampla do mercado global, em que marcas buscam se associar a causas socioambientais para fortalecer sua legitimidade e conquistar consumidores cada vez mais exigentes.

O presente trabalho tem como objetivo analisar como a Red Bull tem integrado práticas sustentáveis em seus eventos, tanto internacionais quanto no Brasil, e de que maneira isso impacta sua imagem e posicionamento de mercado. Para alcançar esse objetivo, busca-se compreender não apenas as iniciativas ambientais diretas, como neutralização de carbono e gestão de resíduos, mas também os projetos sociais e de engajamento comunitário promovidos pela empresa. A escolha desse tema se justifica pela relevância crescente da sustentabilidade como eixo estratégico nas Relações Internacionais e nos estudos de marcas globais, que ultrapassam fronteiras e influenciam padrões de consumo.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia adotada para a elaboração deste trabalho é de caráter qualitativo, baseada em levantamento bibliográfico e análise documental. Foram consultadas fontes primárias, como relatórios institucionais da Red Bull e sites oficiais de projetos, além de fontes secundárias,

incluindo artigos acadêmicos, notícias e reportagens de veículos especializados em marketing, esportes e sustentabilidade.

O processo de seleção das referências seguiu critérios de relevância e atualidade, priorizando publicações dos últimos cinco anos e materiais que tratassem especificamente da relação entre eventos e práticas sustentáveis. Além disso, foram utilizados dados de programas e iniciativas desenvolvidos pela Red Bull no Brasil e no exterior, o que possibilitou uma análise comparativa entre diferentes contextos.

Esse tipo de metodologia foi escolhido por permitir compreender de forma mais aprofundada as estratégias da empresa a partir de um olhar interpretativo, sem se restringir apenas à análise de números ou estatísticas. A revisão de diferentes materiais possibilitou observar como a Red Bull comunica suas ações, como essas iniciativas são recebidas pelo público e quais impactos têm em sua imagem corporativa.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os dados analisados evidenciam que a Red Bull tem consolidado uma abordagem cada vez mais estratégica e robusta em relação à sustentabilidade nos eventos que promove, refletindo uma mudança significativa na forma como a marca se posiciona no mercado e se conecta com seus consumidores. Essa postura demonstra que a empresa não apenas acompanha as exigências contemporâneas por responsabilidade ambiental e social, mas também busca se diferenciar como referência em inovação responsável. Ao integrar práticas sustentáveis em eventos de grande visibilidade, a Red Bull transmite uma mensagem clara de compromisso corporativo, ao mesmo tempo em que promove experiências de entretenimento e esportes de alto impacto.

A Red Bull investe em projetos com impacto social e ambiental, como o Red Bull Basement, que busca incentivar jovens empreendedores a desenvolver soluções inovadoras para desafios ambientais e sociais, utilizando tecnologia e criatividade. Essa iniciativa evidencia o compromisso da empresa com a transformação social e o fortalecimento de sua imagem junto a públicos mais jovens, engajados e conscientes, além de estimular um ciclo de inovação com impacto positivo de longo prazo.

Figura 1: Imagem de divulgação do evento Red Bull Basement 2024, publicada por Edgar Alves no LinkedIn.



Essas ações têm contribuído significativamente para fortalecer a imagem da Red Bull entre seus consumidores, especialmente os mais jovens, que estão cada vez mais atentos aos valores ambientais e sociais das marcas com as quais se identificam. Além disso, a Red Bull organiza eventos esportivos de grande porte, como o Red Bull Skate Generation, nos quais são implementadas práticas sustentáveis para minimizar impactos ambientais, como gestão adequada de resíduos, uso de materiais recicláveis e redução de carbono associado à logística do evento.

Essas ações permitem que a empresa combine entretenimento, esportes radicais e responsabilidade ambiental, reforçando sua imagem de marca inovadora e socialmente responsável. Ao engajar o público participante e incentivar comportamentos conscientes, a Red Bull demonstra que é possível unir experiências de lazer com práticas sustentáveis de forma efetiva.

Figura 2: Red Bull Skate Generation 2021.



Essas ações combinadas - incentivo à inovação social, promoção de eventos esportivos sustentáveis, uso de materiais recicláveis e parcerias locais têm contribuído significativamente para fortalecer a imagem da Red Bull entre os consumidores, especialmente os mais jovens, que valorizam marcas com posicionamento ético e sustentável. Além de gerar diferenciação competitiva, essas estratégias constroem uma narrativa autêntica em torno da marca, alinhando suas ações aos princípios de sustentabilidade e responsabilidade social exigidos pelo mercado atual. Como resultado, a Red Bull não apenas reforça sua relevância e reputação no cenário global, mas também serve de exemplo para outras empresas, mostrando que é possível integrar práticas inovadoras de sustentabilidade de forma eficaz e impactante.

4 CONCLUSÃO

A análise demonstra que a sustentabilidade tem se consolidado como um eixo estratégico nos eventos promovidos pela Red Bull, com impactos positivos na imagem da marca e no engajamento do público. A incorporação de práticas ambientais e sociais não apenas responde às exigências contemporâneas, mas também posiciona a empresa como referência em inovação responsável. Ao adotar medidas como compensação de carbono, gestão adequada de resíduos, parcerias com cooperativas locais e incentivo à conscientização ambiental, a Red Bull demonstra que é possível aliar entretenimento, esporte e responsabilidade socioambiental. Essa postura não apenas fortalece sua reputação global, mas também influencia positivamente outros atores do mercado a repensarem suas práticas e compromissos sustentáveis. Agradecemos ao

nosso professor e orientador Luiz André Evangelista. Para trabalhos futuros, recomenda-se a ampliação do estudo com dados primários e indicadores padronizados que permitam mensurar de forma mais precisa o impacto socioambiental dessas iniciativas.

5 REFERÊNCIAS

RED BULL. Red Bull Amaphiko Academy. Disponível em: https://www.redbull.com/us-en/events/red-bull-amaphiko-academy-baltimore. Acesso em: 29 set. 2025.

RED BULL. Red Bull Basement: inovação e sustentabilidade. Disponível em: https://www.redbull.com/us-en/red-bull-basement. Acesso em: 29 set. 2025.

RED BULL. Red Bull Skate Generation 2021: evento livre de carbono. Disponível em: https://www.redbull.com/us-en/red-bull-skate-generation. Acesso em: 29 set. 2025.

RED BULL. Red Bull X-Alps 2021: resultados finais. Disponível em: https://www.redbullxalps.com/int-en/final-rankings-2021. Acesso em: 29 set. 2025.