



Manual de Sustentabilidade para organizadores de Eventos



Introdução

Como tornar um evento mais sustentável? Essa é uma pergunta que vem ganhando cada vez mais espaço no mundo do entretenimento, seja pela cobrança do público, de parceiros estratégicos ou de patrocinadores. E, definitivamente, não dar bola para o tema pode virar uma baita dor de cabeça: ninguém quer ver uma foto de uma montanha de resíduos no chão tendo mais destaque do que os elogios ao setlist incrível ou à produção impecável do evento. Ou ser atacado nas redes sociais por um descuido na seleção de artistas e colaboradores sem levar em conta critérios de diversidade.

Esse Manual é resultado dos aprendizados de mais de 15 anos da Virada Sustentável com suas próprias práticas de sustentabilidade. Longe de representar um material definitivo, a ideia é compartilhar com promotores e produtores de eventos algumas das experiências e desafios a partir do momento em que foi decidido nos posicionarmos sobre o tema.

Não se trata, no entanto, de material para consumo interno ou para determinado perfil de evento. Levamos em conta aspectos que impactam a sustentabilidade em praticamente todo o segmento, não importa se estamos falando de um megafestival para 40 mil pessoas ou de uma festa fechada para 300 pessoas. De um evento cultural, de uma feira de negócios ou de um evento esportivo. É claro que eles guardam diferenças entre si, mas temas como geração de resíduos, poluição dos geradores, acessibilidade e diversidade, entre outros, dizem respeito a todos.

Ao contrário do que muita gente pensa, olhar para esses assuntos não significa tornar o evento “ecochato” ou inviável do ponto de vista econômico. Mais do que gastos astronômicos ou operações impraticáveis, o que vale aqui são boas ideias, vontade de inovar e, acima de tudo, conseguir identificar oportunidades que só vão aumentar a percepção positiva de seu evento junto aos diversos públicos de interesse.

Boa leitura!

01

DÊ UM PRIMEIRO PASSO

Entre os vários aprendizados sobre práticas de sustentabilidade, talvez o mais importante seja: dê o primeiro passo, mesmo que ele seja pequeno.

É óbvio que ninguém deve sair por aí divulgando que é 100% sustentável por conta de uma solução simples que deva ser tratada apenas como atributo (veja mais no trecho sobre Comunicação), mas incluir a sustentabilidade num evento começa pela simples decisão - e pela noção de importância do assunto - de seus realizadores. E tem que ser integrada nos processos de decisão em todas as etapas do evento.

A sustentabilidade em eventos também não é um fim em si mesma. A cada realização, é possível compreender melhor o que funciona ou não; quem são os bons fornecedores, o que é inviável e o que não é; o que pode melhorar na próxima edição; num processo de melhoria contínua que se aprimora com o passar do tempo e com as experiências vividas. Mas tudo começa com um primeiro passo!



02

COMPREENDA SEU IMPACTO

Uma vez tomada a decisão sobre adotar práticas de sustentabilidade, é preciso mapear que tipo de impacto (negativo ou positivo) seu evento causa, tanto no meio ambiente (ambientais) quanto nas pessoas (sociais).

Sem essa avaliação, é impossível traçar estratégias efetivas para reduzir ou neutralizar esses impactos, quando negativos, ou aumentar e valorizar os positivos. Antes de chamar um fornecedor confiável para ajudá-lo a entender quais são os desafios e limites relacionados, faça um diagnóstico básico de quais são os seus maiores impactos em temas como:

Tema(exs.) Impacto	ALTO	MÉDIO	BAIXO	NULO
Geração de Resíduos Orgânicos (lixo)				
Geração de Resíduos Recicláveis (lixo)				
Utilização de Recursos Materiais (ex. Cenografia)				
Emissão de Poluentes (Ar, Água e Solo)				
Emissão de CO2 e outros GEE (Mudanças Climáticas)				
Poluição Sonora				
Consumo de Energia				
Mobilidade Urbana (Geração de Tráfego)				
Desperdício de Alimentos				
Acessibilidade e Inclusão (PCD)				
Impacto na Comunidade (ex. segurança)				
Geração de Empregos				



03

ENCONTRE FORNECEDORES E PARCEIROS CONFIÁVEIS

Pronto, você já decidiu que a sustentabilidade é importante para o seu evento e conseguiu compreender quais são os maiores desafios relacionados. Agora é hora de encontrar um fornecedor que vai ajudá-lo a traçar uma estratégia efetiva de práticas sustentáveis. A orientação aqui é a mesma para qualquer outro tipo de contratação: pesquise muito, peça dicas para parceiros e colaboradores e cuidado com propostas muito abaixo dos valores praticados no mercado (sim, a relação direta entre qualidade/confiança/preços também existe aqui).

Vale um cuidado redobrado, uma vez que há um notável aumento na demanda por esse tipo de serviço ao mesmo tempo em que a oferta de boas soluções ainda está engatinhando - ou seja, um terreno fértil para os oportunistas de plantão. Verifique históricos de realizações e procure saber quais são os selos e certificações oferecidos, uma vez que é assustadora a quantidade de selos de "Evento Sustentável", "Lixo Zero" ou similares oferecidos sem nenhuma credibilidade ou reconhecimento externo.



Também vale cobrar quais são as práticas de sustentabilidade adotadas por fornecedores de outras áreas, inclusive colocando esse ponto como diferencial em uma concorrência ou contratação direta. Na Cenografia, por exemplo, quais serão os materiais utilizados? São reciclados e/ou recicláveis? Em Alimentos e Bebidas, há separação entre resíduos orgânicos e recicláveis? Qual o destino do óleo de cozinha? Qual o material das embalagens? Na Segurança, foram considerados critérios de diversidade e inclusão?

De maneira geral, uma simples pergunta ao fornecedor sobre “práticas de sustentabilidade” já pode fazer uma grande diferença, assim como vem ocorrendo em grandes concorrências públicas e privadas em outros segmentos. Isso ajuda o realizador de eventos a compartilhar parte dessa responsabilidade com a sua cadeia e, mais importante, engaja e influencia a indústria numa direção que, segundo os especialistas, não tem mais volta.



04

NÃO É CUSTO, É INVESTIMENTO!

Promover eventos de qualquer natureza é quase sempre sinônimo de trabalhar com prazos e planilhas orçamentárias apertadas e em constante revisão. Como ainda é um tema embrionário no mundo dos eventos, é natural que as ações de sustentabilidade planejadas virem alvos preferenciais de cortes e reduções de despesas durante as etapas de realização.

Lembrando que um evento só é sustentável se ele também for viável do ponto de vista econômico, e que um passo pequeno nessa direção vale mais do que não fazer nada, é também preciso evitar a tentação de enxergar esse tema apenas como algo acessório ou de menor importância dentro de uma produção.

O que vem ocorrendo na indústria é exatamente o contrário. São cada vez mais comuns os casos de festivais e eventos atacados publicamente pela falta de cuidados relacionados, especialmente em temas como a geração de resíduos, o tratamento das equipes de segurança com o público ou a falta de critérios de diversidade na seleção de equipes e atrações convidadas.



Também não caia na tentação de achar que essa é uma responsabilidade apenas de um parceiro ou fornecedor. Assim como ocorre com a queda de um palco ou uma pane elétrica, ninguém vai querer saber se o fornecedor X ou Y era o responsável por aquela propriedade. Quem vai aparecer mal na foto é o evento. E acredite: o risco de imagem associados e os gastos para contornar uma crise custam muito mais caro do que adotar boas práticas ou dar a devida atenção ao tema.

Num olhar ainda mais avançado, é possível assimilar as práticas de sustentabilidade não apenas como um gasto para evitar riscos de imagem, mas como um investimento que tornará seu evento mais valioso aos olhos do público, de parceiros estratégicos e de patrocinadores. E também mais preparado para exigências e regulações cada vez mais apertadas nesse sentido (em São Paulo, por ex., há uma exigência legal para que todos os eventos realizados em parques públicos tenham as emissões de CO2 neutralizadas).

Além disso, pode ser também uma oportunidade econômica. Uma tendência cada vez mais comum no exterior e que tende a ganhar força por aqui com o avanço da chamada agenda ESG entre no setor privado é a possibilidade de oferecer o conjunto de práticas de sustentabilidade (ou ações ESG) no evento para um ou mais patrocinadores, que assinam essa chancela no evento.

Determinadas práticas podem ainda ser executadas/assumidas por empresas e organizações através de permutas, uma vez que elas buscam visibilidade para serviços e soluções e os eventos podem ser o palco ideal para cumprir esse objetivo.



05

COMUNIQUE DE MANEIRA ADEQUADA

Todo organizador de eventos pode e deve comunicar suas práticas de sustentabilidade para os diferentes públicos com os quais se relaciona. E não apenas se orgulhar disso, como também tirar todo o proveito possível, inclusive econômico, como citado anteriormente. O que não dá para fazer é comunicar ou divulgar a sustentabilidade de maneira errada, sob o risco de literalmente jogar “no lixo” todo o trabalho e energia utilizados.

O erro mais grave nesse sentido é produzir peças de divulgação/comunicação afirmando que o festival é “sustentável” ou algo do gênero sem ter a menor preocupação ou ação prática nesse sentido. É o que os ativistas chamam na publicidade de “greenwashing” (lavagem verde), um termo bonito para definir uma atitude feia: mentir para o público usando a sustentabilidade como base, o que representa um risco de imagem bastante elevado.

Outro erro comum e um pouco menos grave, mas que também deve ser evitado, é o exagero na hora de comunicar. Por exemplo, divulgar que um evento é 100% sustentável



quando na verdade ele adota apenas uma ou outra prática relacionada, como a separação do lixo (que convenhamos, nos dias de hoje é quase uma obrigação moral). Ou chamar de “Corrida Verde” um evento esportivo esportivo que usa simplesmente lonas recicláveis em sua comunicação visual.

O correto é divulgar de maneira clara para os diferentes públicos o que de fato está sendo adotado ou praticado. Um refrigerante não se torna “sustentável” ou “verde”, por exemplo, apenas por usar uma tampinha 100% reciclável. É apenas esse atributo que deve ser comunicado.

O mesmo vale para os eventos. Tem coleta seletiva? Divulgue esse atributo! É neutro em CO₂? Divulgue! As lonas vão virar ecobags? Divulgue! E se tiver um conjunto significativo de práticas e ações para tornar o evento mais sustentável, aí sim vale a pena pensar num posicionamento institucional do evento como um todo, nas redes, na imprensa e no próprio local do evento.





**Sugestões
para quadros**

EVENTO ATERRO ZERO

Significa que no mínimo 90% de todo o lixo gerado durante o festival terá a destinação adequada, seja ele orgânico ou reciclável, evitando que esses materiais sejam enviados a aterros sanitários (onde são enterrados).

No caso dos recicláveis, como embalagens de plástico, vidro ou alumínio, o destino preferencial são as cooperativas de catadores, que comercializam esses materiais para a cadeia da reciclagem, movimentando a economia circular e ao mesmo tempo gerando renda e desenvolvimento para as comunidades em que atuam.

Já o destino dos orgânicos, como sobras de alimentos e alguns tipos de papéis, é a chamada compostagem, um processo natural de decomposição no qual esses resíduos viram adubo e terra fértil para serem usados na agricultura ou na jardinagem.



EVENTO NEUTRO EM CO2

Um evento é neutro em carbono (CO₂) quando suas emissões de gases de efeito estufa, que não puderam ser evitadas, são devidamente quantificadas e uma ação de compensação ambiental é realizada na mesma proporção, como o apoio a projetos ambientais, de acordo com a consultoria Eccaplan.

A neutralização é realizada a partir do levantamento das emissões relacionadas ao evento, entre as quais se destacam a logística de transporte para as estruturas, equipes e artistas envolvidos, a emissão dos geradores e os meios de transporte utilizados pelo público para chegar ao local.

O cálculo é feito através de questionários e metodologias reconhecidas e revela quantas toneladas de CO₂ foram emitidos na atmosfera por causa do festival. É essa quantidade que o evento vai compensar geralmente através da compra de créditos de carbono, ou seja, de práticas ou tecnologias que “sequestram” esses gases da atmosfera, como o plantio de mudas ou a preservação de áreas florestais, tornando o evento neutro em carbono





**Boas práticas
de sustentabilidade**

NA PRODUÇÃO

- Salários e jornadas de trabalho devem ser condizentes com as regras trabalhistas e melhores práticas do mercado de trabalho;
- Voluntários não estão no evento para trabalhar de graça, mas sim para aprender;
- Privilegie a contratação de grupos locais e quando possível associados a redes de economia solidária ou organizações de sociedade civil atuantes no território, que podem ser encontrados a partir de pesquisa, contatos pessoais ou por necessidade de serviço (ex. alimentação).
- Não utilize produtos provenientes de práticas exploratórias, o que pode ser verificado a partir de uma pesquisa simples sobre o produto/serviço contratado;
- Evite o uso de copinhos ou garrafinhas de água de plástico. Troque por opções mais sustentáveis, como jarras e copos de vidro, copinhos reutilizáveis ou garrafas de uso pessoal;
- Quando possível, procure utilizar fontes renováveis para a geração de energia do evento, como geradores movidos a etanol ou biomassa; energia solar ou eólica;
- Para estandes e cenografia, privilegie fornecedores que já adotam práticas sustentáveis (como neutralização de CO2, reciclagem dos materiais ou uso de materiais reciclados, contratações que levem em conta o aspecto da diversidade etc.)

NA GESTÃO DE RESÍDUOS

- 🗑️ Tenha atenção especial à separação dos resíduos (recicláveis, não-recicláveis e compostáveis) nos locais de maior circulação. Cooperativas ou empresas especializadas são ótimos parceiros para a destinação adequada desses materiais;
- 🗑️ Planeje a montagem dos Pontos de Entrega Voluntária (PEVs) nos locais de maior circulação
- 🗑️ Lixeiras podem ser separadas por tipo de resíduo (Vidro, Plástico, Metal, Papel, Orgânico) ou apenas por Reciclável e Não-reciclável. É importante que as lixeiras estejam visíveis, bem-posicionadas e de fácil acesso para o público, bem como a comunicação relacionada ao cuidado com os resíduos gerados.
- 🗑️ Evite os descartáveis plásticos, especialmente os de uso único (*single use*). A melhor solução para o lixo é primeiro REDUZIR sua utilização - e separar, reciclar ou reaproveitar apesar o que realmente tiver que ser usado;
- 🗑️ Não distribuir materiais promocionais, kits ou brindes que gerem resíduo desnecessário ou sejam produzidos com materiais não-sustentáveis;
- 🗑️ Banners de comunicação visual do evento podem ser enviados para reciclagem/reutilização, em parceria com organizações que trabalham com esse tipo de material (e podem virar brindes reutilizáveis super bacanas no pós-evento, como Ecobags)

NA ALIMENTAÇÃO

- ☞ Privilegie a contratação de produtos orgânicos, da época e produzidos localmente;
- ☞ Procure fornecedores locais e de redes de economia solidária, sem deixar de lado a preocupação com a qualidade e a apresentação dos produtos;
- ☞ Evite ao máximo o desperdício de alimentos em qualquer atividade, prática ou comercialização durante o evento;
- ☞ Doe sobras de alimentos que possam ser destinadas a entidades e projetos sociais (ex. Banco de Alimentos);
- ☞ Tenha SEMPRE opções vegetarianas e veganas disponíveis para o público;
- ☞ Utilize sempre que possível produtos com origem comprovada, que respeitem as leis de proteção ambientais e dos animais e pratiquem o “fair trade”;

NA GESTÃO DE EMISSÕES DE CO2

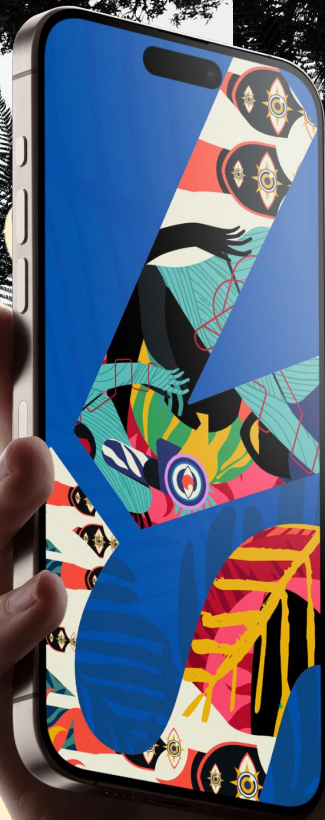
- ☞ A neutralização de GEE (Gases do Efeito Estufa) ou simplesmente CO2 (Carbono) pode ser aplicada para todas as etapas e para quase todos os escopos do evento;
- ☞ Estimule o uso de transporte público, compartilhado, as bicicletas e o pedestrianismo para o público chegar ao evento. A escolha de locais também pode levar em consideração esses itens;
- ☞ Se possível, utilize pontos de parada para a bicicleta nos locais de maior visitação, mesmo que temporários - ou privilegie a escolha de locais que possuam essa estrutura.

NA ACESSIBILIDADE E INCLUSÃO

- ❶ Locais com acessibilidade completa para pessoas com deficiência (inclusive no transporte) devem ter preferência em relação aos demais e fazer parte do planejamento do evento, se possível em parceria com organizações (ex. Instituto Lara Mara, Fundação Dorina Nowill) ou fornecedores especializado no tema;
- ❷ Sempre que possível, ofereça versões da localização, da programação e dos conteúdos apresentados em braile; alguns eventos também têm utilizado mapas do local em escrita tátil. A sinalização dos espaços também deve levar em conta essa possibilidade;
- ❸ As atividades de debates, cinema, teatro e contação de histórias devem ter a maior cobertura possível de linguagem de libras e audiodescrição;
- ❹ Nas mídias sociais, as chamadas hashtags inclusivas como a “#PraCegoVer” também fazem a diferença e demonstram a preocupação com a inclusão; apps e programas de acessibilidade para o site do evento (ex. Hand Talk) também fazem toda a diferença;
- ❺ O treinamento das equipes (especialmente de atendimento) para saber como lidar com situações específicas de PCD é também um diferencial importante. Isso pode ser feito em parceria com organizações ou fornecedores especializados no tema;
- ❻ Cuidado com as nomenclaturas e termos utilizados (sim, eles mudam o tempo todo!). O correto é “pessoas com deficiência” para os casos de deficiências intelectuais, visual, auditiva ou física e “pessoas com mobilidade reduzida” para os idosos, obesos, gestantes e pessoas com criança de colo.

NA COMUNICAÇÃO

- Eventos que tratam de sustentabilidade ou causas em geral devem ter um cuidado redobrado em relação à comunicação e contrapartidas das marcas patrocinadoras, sobretudo os de caráter promocional;
- Cuidado com a comunicação voltada ao público infantil. Não é recomendável qualquer ação promocional dirigida às crianças (devem ter caráter lúdico/educativo);
- A comunicação visual associada aos resíduos pode ser uma importante ferramenta de conscientização e informação, além de deixar mais tangível para o público a preocupação da organização do evento com o tema.





Cases de Festivais “SUSTENTÁVEIS”

Burning Man

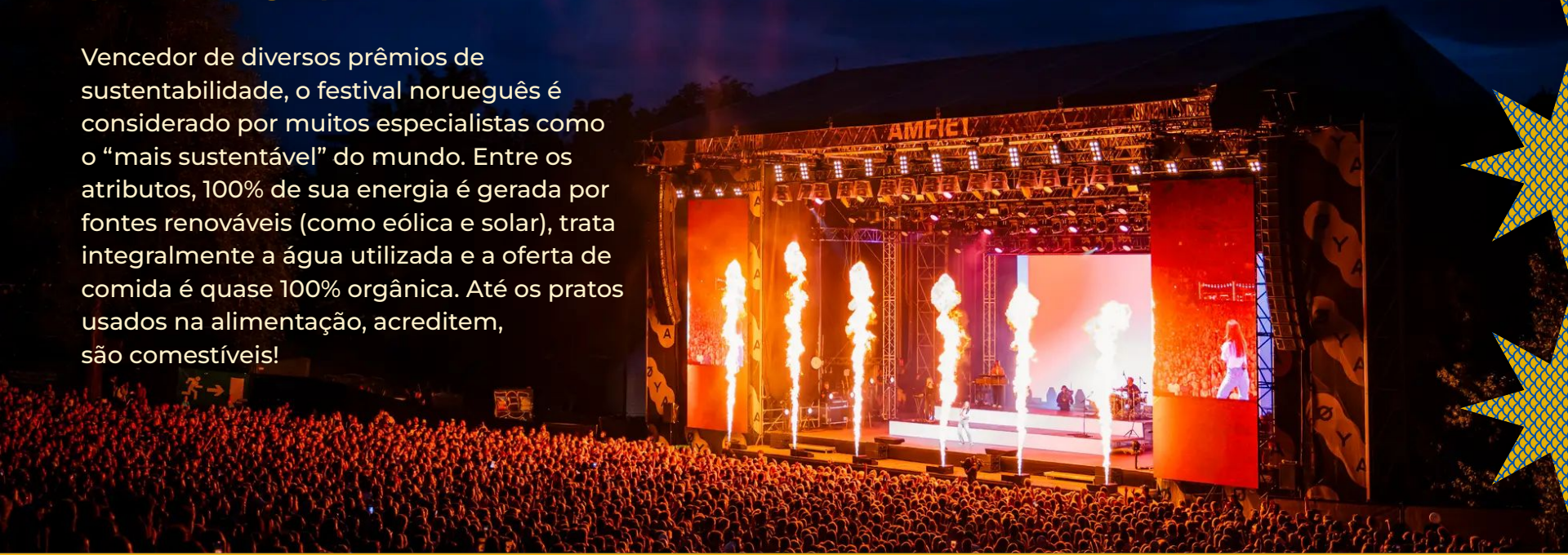
(EUA)

Realizado desde 1986 no deserto norte-americano, foi o primeiro festival “lixo zero” do planeta, antes mesmo desse conceito existir. Para se ter uma ideia, até hoje não existem latas de lixo espalhadas no Burning Man: cada participante é obrigado a lidar com seu próprio resíduo. A ideia é que quando o festival acabe e tudo seja desmontado, o local volte a ser exatamente o mesmo de antes, ou seja, um deserto árido sem qualquer sinal de intervenção humana.



Øyafestivalen (Noruega)

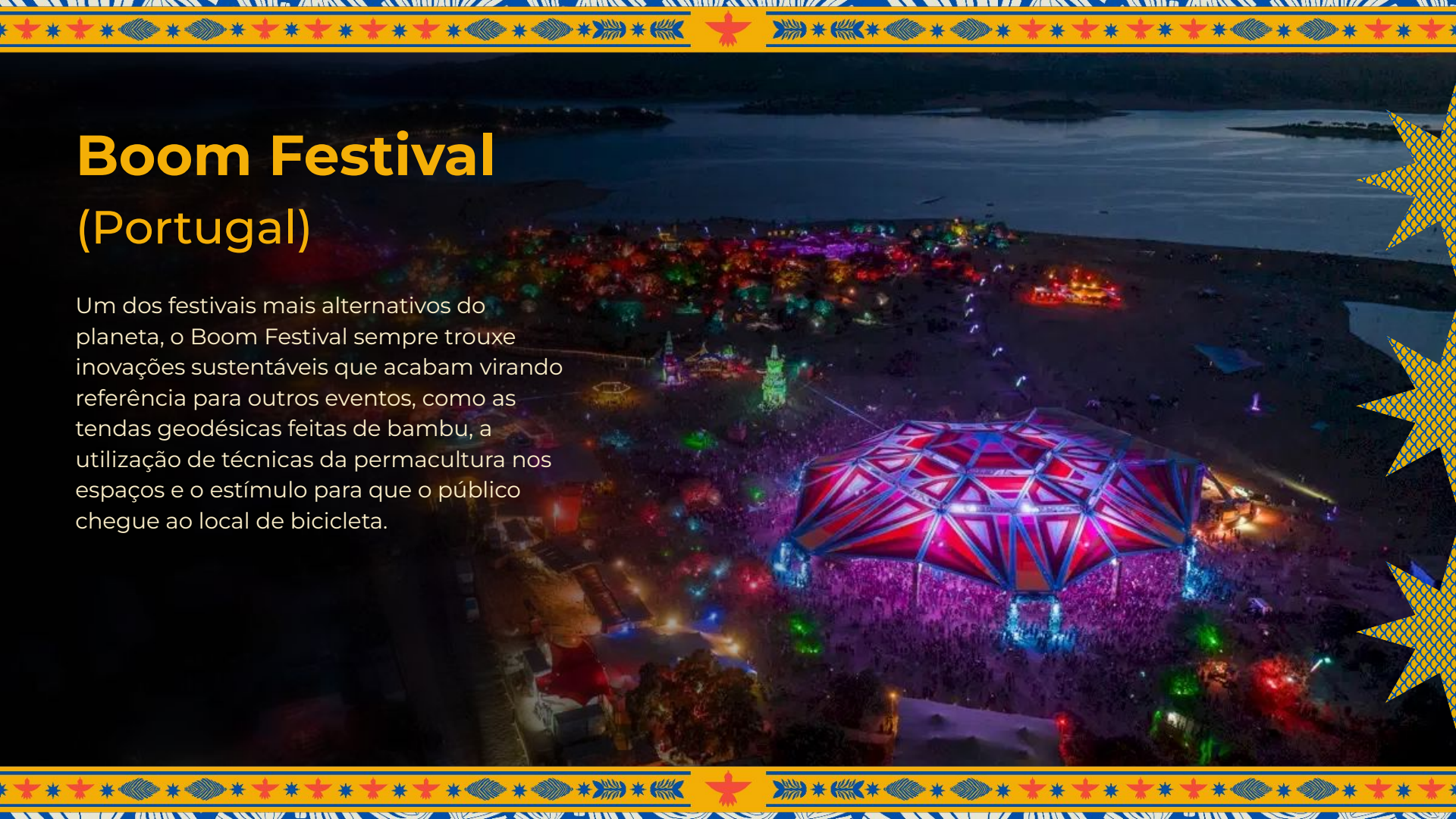
Vencedor de diversos prêmios de sustentabilidade, o festival norueguês é considerado por muitos especialistas como o “mais sustentável” do mundo. Entre os atributos, 100% de sua energia é gerada por fontes renováveis (como eólica e solar), trata integralmente a água utilizada e a oferta de comida é quase 100% orgânica. Até os pratos usados na alimentação, acreditem, são comestíveis!



Boom Festival

(Portugal)

Um dos festivais mais alternativos do planeta, o Boom Festival sempre trouxe inovações sustentáveis que acabam virando referência para outros eventos, como as tendas geodésicas feitas de bambu, a utilização de técnicas da permacultura nos espaços e o estímulo para que o público chegue ao local de bicicleta.



Roskilde

(Dinamarca)

Quando falamos em economia circular e reciclagem em festivais, dificilmente acreditamos que pode se tratar de... urina. Mas foi isso que fez um dos maiores festivais de música pop da Europa, o Roskilde, em 2015, com o projeto “beercycling”, ou “reciclagem da cerveja”, que estimulava a coleta de xixi dos participantes para reutilizá-lo como fertilizante para plantação de malte. Foram coletados mais de 25 mil litros de urina, utilizados no malte que produziu as cervejas consumidas na edição de 2017. Um sucesso!



Rock in Rio

(Brasil e Portugal)

Há duas décadas o maior festival de música do Brasil criou o projeto Rock in Rio Por um Mundo Melhor, que reúne ações e uma visão integrada de sustentabilidade, alinhadas aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. Entre as metas para 2030, estão ser lixo zero em todas as edições, ter zero desperdício de alimentos e ser um evento 100% acessível e plural, entre outras.





OBRIGAD O/A/E

viradasustentavel.org.br

contato@viradasustentavel.org.br

[@viradasustentavel](https://www.instagram.com/viradasustentavel)