

**Cultura, Sustentabilidade
e Mudanças Climáticas:**
DAS IDEIAS À AÇÃO

**Culture, Sustainability,
and Climate Change:**
FROM IDEAS TO ACTION

Governador do Estado do Pará:
Helder Barbalho

Vice-governadora do Estado do Pará:
Hana Ghassan Tuna

Secretária de Estado de Cultura:
Úrsula Vidal

Secretário Adjunto de Cultura:
Bruno Chagas

Cooperação:
Fundação de Amparo e Desenvolvimento da Pesquisa – FADESP

Coordenador Técnico:
Flávio Bezerra Barros

Consultoria em audiodescrição (AD):
Jordan França

Audiodescrição (AD):
Lângela Carmo

Autores

Julie's Bicycle:

Escrito por Tenaya King e Thiago Jesus, com apoio de Graciela Melitsko Thornton, Taghrid Choucair-Vizoso e Chiara Badiali. Julie's Bicycle é uma organização sem fins lucrativos pioneira, que mobiliza as artes e a cultura para agir diante da crise climática, da natureza e da justiça.

Secretaria de Cultura:

Produzido por Daniel Araujo, Gláfira Lobo e OCCA Produções, incluindo consultoria técnica, revisão e liderança da Equipe de Desenvolvimento do caderno Cultura, Sustentabilidade e Mudanças Climáticas: das Ideias à Ação. Tradução por Daniel Araujo, diagramação e design gráfico por Bruno Mateus Pereira Lima.

Contribuintes dos estudos de caso:

Associação Indígena Wyka Kwara, Associação Outros Nativos, Ponto de Cultura Alimentar Iacitata, Instituto Arraial do Pavulagem, Instituto Regatão Amazônia, Festival Se Rasgum, Pretinhos do Manguê, e Suraras do Tapajós.

In English

Authors

Julie's Bicycle:

Written by Tenaya King and Thiago Jesus, with support from Graciela Melitsko Thornton, Taghrid Choucair Vizoso, and Chiara Badiali. Julie's Bicycle is a pioneering non-profit, mobilising the arts and culture to take action on the climate, nature and justice crisis.

Secretaria de Cultura:

Production by Daniel Araujo, Gláfira Lobo and OCCA Produções, including technical consulting, review, and leadership of the Culture, Sustainability, and Climate Change: from Ideas to Action Notebook Development Team. Translation by Daniel Araujo, layout and graphic design by Bruno Mateus Pereira Lima.

Case studies contributors:

Associação Indígena Wyka Kwara, Associação Outros Nativos, Iacitata, Instituto Arraial do Pavulagem, Instituto Regatão Amazônia, Festival Se Rasgum, Pretinhos do Mangue, and Suraras do Tapajós.

Conteúdo Contents

Resumo Executivo

Executive summary ... 4

1.

Conectando Clima e Cultura

Connecting climate and culture... 6

O meio ambiente e nossa forma de fazer cultura

The environment is our way of making culture... 6

A cultura apóia conexões e soluções

Culture supports connections and solutions... 12

A ação climática deve priorizar justiça, regeneração e reparação

Climate action must centre justice, regeneration, and reparation... 17

2.

Dando início à ação climática

Getting started on climate action... 20

O que importa para você?

What matters to you?... 20

O que você pode mudar?

What can you change?... 24

Com quem você pode se conectar?

Who can you connect with?... 25

Aprenda, cresça e mantenha-se conectado ao que importa.

Learn, grow and stay connected to what matters... 30

3.

Áreas de ação prática

Practical action areas... 34

Governança, planejamento e formação de equipe.

Governance, planning, and building a team... 34

Programação e patrimônio.

Programming and heritage... 35

Materiais, cadeia de suprimentos e resíduos.

Materials, supply chain, and waste... 40

Energia

Energy... 46

Viagem e transporte

Travel and transport... 48

Alimentos, bebidas e água.

Food, drink, and water... 51

Medição e avaliação.

Measurement and evaluation... 54

Comunicação e mudança de comportamento

Communication and behavior change... 58

Recursos e ações adicionais

Further resources and actions... 62

Glossário

Glossary... 63

Notas e referências

Notes and references... 64

Resumo Executivo

A cultura é um recurso vital para enfrentar um dos desafios mais urgentes do nosso tempo – a crise climática. Ao colocar a cultura em suas diversas dimensões – nosso patrimônio, as artes, as indústrias criativas, os conhecimentos indígenas – no centro das conversas sobre o clima, encontramos um caminho poderoso para promover soluções que sejam tanto locais quanto globais, preservando a diversidade e garantindo sustentabilidade, resiliência e regeneração.

Este guia foi criado para apoiar sua compreensão sobre a importância da cultura na construção de um planeta mais sustentável e justo, demonstrando que todos nós podemos realizar ações climáticas eficazes valorizando as pessoas e suas expressões culturais. Ele serve como um recurso para organizar eventos, programas e iniciativas culturais que refletem as ofertas e necessidades únicas da região amazônica.

É uma ferramenta destinada a organizadores de eventos, artistas, produtores, ativistas, trabalhadores culturais e educadores, com o objetivo de orientar práticas culturais regenerativas. Foi desenvolvido pela Julie's Bicycle, em parceria com a Secretaria de Cultura do Pará.

A primeira seção, **Conectando Clima e Cultura**, descreve como a cultura e o meio ambiente estão profundamente conectados no contexto amazônico. A crise climática exige ação imediata, e eventos culturais, artistas e programas têm imenso poder para inspirar mudanças.

Dando Início à Ação Climática é a segunda seção, e apresenta questões e estratégias para garantir que sua abordagem seja eficaz. Isso inclui perguntar o que importa para você e para a comunidade em que você atua, o que está sob seu controle ou influência, com quem você pode se conectar e como melhorar continuamente.

A seção final, **Áreas de Ação Prática**, descreve diferentes considerações para a sustentabilidade em eventos e por meio de diversas práticas artísticas. Isso inclui:

Governança, planejamento e formação de equipe com responsabilidades claras. (Página 34)

Programação e patrimônio, para utilizar melhor sua influência cultural e destacar questões que importam para você e sua comunidade. (Página 35)

Materiais, cadeia de suprimentos e resíduos, que destacam a importância do que você adquire e como trabalhar em direção a uma economia circular. (Página 40)

Conservação de energia em eventos e locais internos e externos. (Página 46)

Viagem e transporte para negócios e público. (Página 48)

Escolhas de alimentos, bebidas e água para reduzir o impacto no meio ambiente e apoiar comunidades locais e sustentáveis. (Página 51)

Medição e avaliação, como cálculo da pegada de carbono, para compreender e melhorar seu impacto (Página 54), e

Comunicação e mudança de comportamento, para garantir que seu público e a comunidade em geral estejam cientes – e inspirados por – seus esforços. (Página 58).

Reconhecer a cultura como um elemento central no enfrentamento das mudanças climáticas é uma oportunidade única para reinventar o papel da Amazônia e de seu povo no cenário global. Ao longo do guia, há estudos de caso inspiradores de eventos culturais e organizações no estado do Pará, para consulta e aprendizado. Nossa riqueza cultural é um recurso renovável que pode inspirar o mundo sobre como enfrentar as mudanças climáticas por meio da sustentabilidade ambiental, liderança indígena, justiça climática e regeneração da biodiversidade e da natureza.

In English

Executive summary

Culture is a vital resource for addressing one of the most pressing challenges of our time – the climate crisis. By placing culture in its various dimensions – our heritage, the arts, creative industries, Indigenous knowledge – at the center of climate conversations, we can find a powerful path to promote solutions that are both local and global, preserving diversity and ensuring sustainability, resilience, and regeneration.

This guide was created to support your understanding of the importance of culture in building a sustainable and more just planet, demonstrating we can all achieve effective climate action by validating people and their cultural expressions. It is a resource for organising cultural events, programmes and initiatives that reflect the unique offers and needs of the Amazon region.

It is a tool for event organisers, artists, producers, activists, cultural workers and educators and aims to guide regenerative cultural practices. It was developed by Julie's Bicycle, a UK pioneering non-profit that mobilises the arts and culture to take action on the climate, nature and justice crisis, with the Secretaria de Cultura of Pará.

The first section, **Connecting climate and culture**, outlines how deeply connected culture and the environment are in the Amazonian context. The climate crisis requires immediate action, and cultural events, artists and programmes have immense power to inspire change.

Getting started on climate action is the second section, and outlines questions and strategies to ensure your approach is effective. This includes asking what matters to you and the community you serve, what is within your control or influence, who you can connect with, and how to continuously improve.

The final section, **Practical action areas**, outlines different considerations for sustainability at events and through various arts practices. This includes:

Governance, planning, and building a team with clear responsibilities. (Page 34)

Programming and heritage, to best use your cultural influence and highlight issues that matter to you and your community. (Page 35)

Materials, supply chain, and waste, which outlines the importance of what you purchase and how you can work towards a circular economy. (Page 40)

Energy conservation at indoor and outdoor events and venues (Page 46)

Travel and transport for business and audiences. (Page 48)

Food, drink, and water choices to reduce your impact on the environment and support local and sustainable communities. (Page 51)

Measurement and evaluation, such as carbon footprinting, to understand and improve your impact. (Page 54)

Communication and behaviour change, to ensure your audiences and the wider community are aware of – and inspired by – your efforts. (Page 58)

Recognising culture as a central element in addressing climate change is a unique opportunity to reimagine the role of the Amazon and its people on the global stage. Throughout the guide, there are inspiring case studies of cultural events and organizations in the state of Pará to refer to and learn from. Our cultural wealth is a renewable resource that can inspire the world about how to tackle climate change through environmental sustainability, Indigenous leadership, climate justice, and the regeneration of biodiversity and nature.

Conectando clima e cultura

Connecting climate and culture

O meio ambiente é nossa forma de fazer cultura

The environment is our way of making culture

Nos últimos anos, testemunhamos como as consequências das mudanças climáticas impactam nossa biodiversidade, as pessoas e a natureza. Os eventos climáticos alarmantes e severos na região amazônica (veja o quadro Mudança Climática) estão ameaçando nosso patrimônio natural e cultural, desestruturando todos os setores da economia criativa e colocando em risco os meios de subsistência de artistas e comunidades tradicionais.

In recent years, we have witnessed how the consequences of climate change impact our biodiversity, people and nature. The alarming and severe climate-related events in the Amazon region (see Climate change box) are threatening our natural and cultural heritage, disrupting all sectors of the creative economy, and putting the livelihoods of artists and traditional communities at risk.

MUDANÇA CLIMÁTICA

“As atividades humanas, principalmente por meio das emissões de gases de efeito estufa, causaram inequivocamente o aquecimento global.” – Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC).

As temperaturas médias da superfície global aumentaram pelo menos 1,1°C, A causando perdas e danos generalizados à natureza e às pessoas. Esses impactos incluem a saúde e o bem-estar, a disponibilidade de água e a produção de alimentos, a biodiversidade e os ecossistemas, além de danos à infraestrutura e às cidades por meio de inundações e tempestades.

Nossas decisões hoje afetarão diretamente as pessoas e a natureza no futuro. O Acordo de Paris de 2016 tem como objetivo limitar o aumento da temperatura global neste século para bem abaixo de 2°C em relação aos níveis pré-industriais, com esforços para limitar o aumento a apenas 1,5°C. B

Apesar desse acordo, ainda há muito a ser feito, pois as ações e políticas atuais no mundo todo nos colocam no caminho de um aquecimento de 2,7°C resultando em perdas, danos e mudanças inimagináveis para a natureza e as pessoas.

Mas, enquanto a cultura é impactada pelas mudanças climáticas, ela também é uma poderosa ferramenta no combate a elas. Produtores culturais, artistas e comunidades locais têm demonstrado como as expressões culturais são recursos essenciais para

a educação ambiental e a proteção da biodiversidade. A cultura ajuda as comunidades a se prepararem, adaptarem-se e reduzirem os impactos negativos das mudanças climáticas, promovendo o bem-estar comunitário, a justiça social e a valorização dos territórios.

But while culture is impacted by climate change, it's also a powerful tool in the fight against it. Cultural producers, artists, and local communities have demonstrated how cultural expressions are vital resources for environmental education and biodiversity protection. Culture helps communities prepare for, adapt to, and reduce the negative impacts of climate change while promoting community well-being, social justice, and valuing territories.

Nossa região é um berçário da natureza e da biodiversidade para o mundo todo, e nossa cultura está profundamente conectada ao ambiente amazônico. Nossa cultura molda como vemos, sentimos e nos engajamos com o meio ambiente do qual fazemos parte, e esse ambiente molda nossa forma de fazer cultura.

Our region is a reservoir for nature and biodiversity worldwide, and our culture is uniquely connected to the Amazonian environment. Our culture shapes how we see, feel and engage with the environment we are part of, and this environment shapes our way of making culture.

CLIMATE CHANGE

“Human activities, principally through emissions of greenhouse gases, have unequivocally caused global warming.” – Intergovernmental Panel on Climate Change.

Global surface temperatures have increased by at least 1.1°C A causing widespread loss and damage to nature and people. These impacts include health and well-being, water availability and food production, biodiversity and ecosystems, and damage to infrastructure and cities through floods and storms.

Our decisions today will directly affect people and nature in the future. The 2016 Paris Agreement aims to limit global temperature rise this century to well below 2°C against pre- industrial levels and pursue efforts to limit the rise to only 1.5°C.B.

Despite this agreement, there is much more work to be done, with current real-world action and policies worldwide putting us on track for 2.7°C of warmingC and unfathomable loss, damage, and changes to nature and people.

Página 8

Organizações como Suraras do Tapajós (página 14) e Iacitata (página 52) exemplificam como as manifestações culturais podem servir como vetores de pertencimento, identidade e organização comunitária. Da mesma forma, iniciativas como o Festival dos Rios e o Barco Regatão (página 38) mostram como a cultura ribeirinha está intrinsecamente ligada à proteção territorial e à conservação da biodiversidade. Esses exemplos destacam a importância de proteger e integrar a

diversidade cultural, os conhecimentos indígenas e as práticas culturais locais e tradicionais na ação climática eficaz.

Organisations such as Suraras do Tapajós (page 14) and Iacitata (page 52) exemplify how cultural manifestations can serve as vectors of belonging, identity, and community organisation. Similarly, initiatives like the Festival dos Rios and the Barco Regatão (page 38) show how riverine culture is intrinsically linked to territorial protection and biodiversity conservation. These examples underscore the importance of protecting and integrating cultural diversity, Indigenous knowledge, and local and traditional cultural practices in effective climate action

A cultura – como nossa arte, música, performance, literatura, teatro, dança, atividades criativas e normas sociais mais amplas – não é apenas um reflexo das sociedades humanas, mas também um agente de transformação. No contexto amazônico, é a base de nossa identidade, tradições e modo de vida, sendo essencial para a resiliência climática, a justiça ambiental e a transição para uma economia mais verde.

Culture – such as our art, music, performance, literature, theatre, dance, creative pursuits, and broader social norms – is not merely a reflection of human societies, but it is also an agent of transformation. In the Amazonian context, it is the basis of our identity, traditions, and way of life and is key for climate resilience, environmental justice and the transition for a greener economy.

“A cultura amazônica está intimamente ligada à natureza: seja nas composições musicais, nas visões de nossos pintores, nos artistas que utilizam os recursos naturais, nos conhecimentos e habilidades de nossos mestres, na medicina caseira, na cura por meio das plantas dos povos tradicionais, entre tantas outras formas de vivências. Resumindo, não é possível proteger nossa cultura e as pessoas que a fazem sem o ar puro de nossas florestas. E sem esse cuidado, toda a economia estará ameaçada.”
– Mestre Chico Malta

“Amazonian culture is closely linked to nature: whether in musical compositions, in the visions of our painters, in the artists who appropriate natural resources, in the knowledge and skills of our masters, in homemade medicine, in healing using the plants of traditional peoples, or among many other forms of experience. In short, it is impossible to protect our culture and the people who make it without having pure forest air. And without this care, the entire economy will be threatened.”
– Mestre Chico Malta

A economia criativa no Pará gera R\$1,5 bilhão anualmente, e recentemente houve um aumento nos empregos formais no setor criativo.^D Iniciativas como a Incubadora de Cidadania e o Festival Outros Nativos (página 22) transformam barreiras em oportunidades, construindo redes de colaboração e disseminando conhecimento.

A cultura pode nos inspirar a refletir sobre nossos valores, motivar nossas ações e nos unir. Artistas e profissionais culturais podem abrir caminho para um mundo mais sustentável por meio da narrativa, do compartilhamento de ideias e da promoção de experiências que conectam pessoas, estimulam reflexões críticas, mudam mentalidades, moldam valores e inspiram mudanças de comportamento, enquanto transformam suas práticas para reduzir a pegada de carbono.

The creative economy in Pará generates R\$1.5 billion annually, and there has been a recent increase in formal jobs in the creative sector. Initiatives like Incubadora de Cidadania and Festival Outros Nativos (page 22) transform barriers into opportunities, building networks of collaboration and spreading knowledge.

Culture can inspire us to reflect on our values, inspire our actions, and unite us. Artists and cultural professionals can pave the way toward a more sustainable world through storytelling, sharing ideas, and promoting experiences that bring people together, stimulate critical reflection, shift mindsets, shape values, and inspire behaviour change while transforming their practices to reduce the carbon footprint.

“Acreditamos que a cultura tem um papel transformador, capaz de sensibilizar e mobilizar a sociedade, contribuindo para uma transição rápida e eficaz para um modelo mais sustentável.” – Gláfira Lôbo, Assessora em Gestão Cultural da Secult.^E

“We believe culture has a transformative role and is capable of raising awareness and mobilising society, contributing to a rapid and effective transition to a more sustainable model.” – Gláfira Lôbo, Cultural Management Advisor at Secult.^E

A cultura é um ecossistema de transformação e uma força motriz para a ação climática, conectada por valores compartilhados. A seguir, apresentamos algumas das maneiras pelas quais a cultura pode contribuir para essa ação.

Culture is an ecosystem of transformation and a driving force for culture-led climate action, connected by shared values. Below are some of the ways in which culture can contribute to this action.

Nota:

A Entre 2011-2020, as temperaturas globais foram 1,1°C mais altas em comparação com 1850-1900. IPCC, 2023, Resumo para Formuladores de Políticas. Em: Mudança Climática 2023: Relatório de Síntese. Contribuição dos Grupos de Trabalho I, II e III para o Sexto Relatório de Avaliação do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas.

A Across 2011-2020, global temperatures were 1.1°C higher compared to 1850-1900. IPCC, 2023, Summary for Policymakers. In: Climate Change 2023: Synthesis Report. Sem.n3m.poder caixa. Contribution of Working Groups I, II and III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change.

B Nações Unidas, 2024, O Acordo de Paris.

B United Nations, 2024, The Paris Agreement.

C Climate Action Tracker, 2024, Termômetro CAT: Atualização de outubro de 2024.

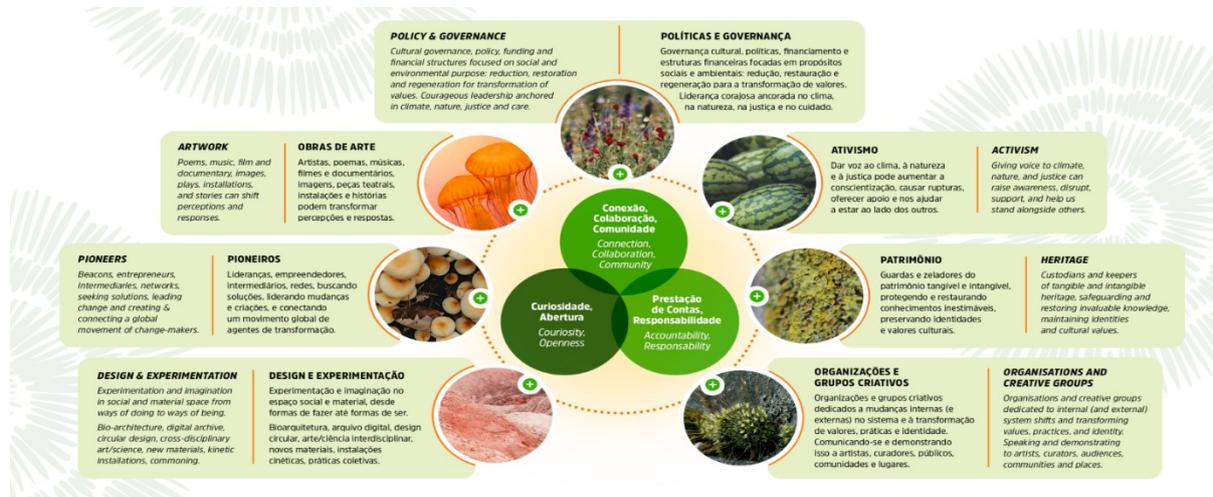
C Climate Action Tracker, 2024, CAT Thermometer: November 2024 Update.

D Holofote Virtual, 2024, Economia criativa no Pará gera 1,5 bilhão por ano.

E Agência Pará, 2024, Reunião debate políticas públicas culturais como estratégias na preservação do meio ambiente.

CHAMADA GLOBAL À COP PARA COLOCAR A CULTURA NO CENTRO DAS POLÍTICAS CLIMÁTICAS

Apesar do papel crucial da cultura, ela ainda não foi integrada às políticas globais de combate às mudanças climáticas. Representantes dos setores criativos internacionais têm se mobilizado há anos nas Conferências das Partes (COPs) para garantir que a centralidade da cultura



no combate às mudanças climáticas seja reconhecida nas políticas climáticas. As COPs, realizadas anualmente no âmbito da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (UNFCCC), são os principais fóruns onde os países negociam esforços para limitar o aumento das temperaturas globais e mitigar os impactos das mudanças climáticas. Os países também submetem contribuições nacionalmente determinadas que descrevem seus planos para reduzir emissões e se adaptarem às mudanças climáticas.

Entre os principais esforços para integrar a cultura na agenda climática estão o Grupo de Amigos para Ação Climática Baseada na Cultura, uma coalizão ministerial copresidida pelo Brasil (Ministra Margareth Menezes) e pelos Emirados Árabes Unidos, comprometida com o impulsionamento da cultura na revisão dos compromissos climáticos globais (NDCs); e a Chamada Global para colocar o Patrimônio Cultural, as Artes e os Setores Criativos no centro da Ação Climática – uma campanha reunindo milhares de assinaturas de defensores da cultura em todo o mundo, alertando para a ausência da cultura nas políticas climáticas internacionais.

Você pode fazer parte dessa campanha: <https://www.climateheritage.org/global-call>

RELATÓRIO CULTURA E CLIMA

Uma pesquisa sobre Cultura e Clima foi conduzida pela C de Cultura em parceria com Outra Onda Conteúdo, apresentando os dados mais atuais sobre a integração da cultura brasileira à agenda climática global (2024).

Você pode acessar o relatório: <https://culturaeclima.com.br/pesquisa-completa/>

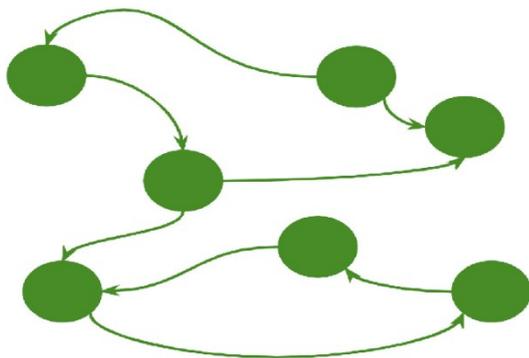
A Cultura Apoia Conexões e Soluções

Sabemos que o mundo ao nosso redor é conectado, imprevisível e incontrolável. No entanto, pensar no meio ambiente, nas mudanças climáticas, na sociedade e na cultura de forma isolada significa que nossas abordagens podem ter impactos não intencionais. Precisamos estar conscientes de como podemos coexistir com os sistemas naturais de maneira regenerativa.

Pensamento reducionista / *Reductive thinking*



Pensamento sistêmico / *Systemic thinking*



GLOBAL CALL TO THE COP TO PUT CULTURE AT THE HEART OF CLIMATE POLICY

Despite the crucial role of culture, it has not yet been integrated into global policies to combat climate change. Representatives from the international creative sectors have long been mobilising at the Conferences of the Parties (COPs) to ensure the centrality of culture in combating climate change is recognised in climate policies. The COPs, held annually under the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC), are the main forums where countries negotiate global efforts to limit the rise in global temperatures and mitigate the impacts of climate change. Countries also submit Nationally Determined Contributions (NDCs), which outline their plans to reduce emissions and adapt to climate change.

Key efforts to integrate culture into the climate agenda include the Group of Friends of Culture-Based Climate Action, a ministerial coalition co-chaired by Brazil (Minister Margareth Menezes) and the United Arab Emirates, which is committed to advancing culture as global climate commitments (NDCs) are reviewed; and the Global Call to Put Cultural Heritage, Arts and Creative Sectors at the Heart of Climate Action – a campaign gathering thousands of signatures from culture advocates around the world.

Join the campaign: <https://www.climateheritage.org/global-call>

CULTURE AND CLIMATE REPORT

A Culture and Climate research report was conducted by C de Cultura in partnership with Outra Onda Conteúdo, presenting the most current information on integrating Brazilian culture into the global climate agenda (2024).

Access the report here: <https://culturaeclima.com.br/pesquisa-completa/>

Culture Supports Connections and Solutions

We know the world around us is connected, unpredictable, and uncontrollable. But thinking of the environment, climate change, society, and culture in isolation means our approaches can have unintended impacts. We need to be aware of how we can coexist with natural systems in a regenerative way.



ESTUDO DE CASO • CASE STUDY

Suraras do Tapajós

<https://www.instagram.com/surarasdotapajos/>

Formado em 2018, o Grupo de Carimbó Suraras do Tapajós utiliza a música para amplificar as vozes dos povos originários e difundir a cultura amazônica. Ligado à Associação Suraras do Tapajós, uma organização de mulheres indígenas criada em 2016 e formalizada em 2020, o grupo se destaca por abordar o empoderamento feminino, a defesa territorial e a preservação ambiental. As Suraras conectam tradição e inovação ao tratar dos direitos das mulheres, sustentabilidade e mudanças climáticas. Sua missão é consolidar o carimbó como expressão cultural essencial e destacar as mulheres indígenas como agentes de transformação social.

Formed in 2018, the Grupo de Carimbó Suraras do Tapajós uses music to amplify the voices of Indigenous peoples and share Amazonian culture. Linked to the Associação Suraras do Tapajós, an organisation of Indigenous women created in 2016 and formalized in 2020, the group stands out for addressing female empowerment, territorial defense, and environmental preservation. The Suraras connect tradition and innovation when addressing women's rights, sustainability, and climate change. Their mission is to consolidate carimbó as an essential cultural expression and highlight indigenous women as agents of social transformation.

Página 15

O grupo já se apresentou em eventos como Rock in Rio, Virada Cultural SP e Coala Festival. Em 2021, lançou o álbum Kirĩbasáwa Yúri Yí-tá – **A Força Que Vem Das Águas^F**, unindo arte e sustentabilidade para promover discussões sobre justiça ambiental. Com relevância crescente, as Suraras fortalecem economias criativas, identidades culturais e inspiram debates globais sobre a Amazônia e mudanças climáticas, consolidando-se como voz transformadora no ativismo cultural e ambiental.

The group has performed at events such as Rock in Rio, Virada Cultural SP, and Coala Festival. In 2021, they released the album Kirĩbasáwa Yúri Yí-tá – The Strength That Comes from the Waters^F, combining art and sustainability to promote discussions on environmental justice. With increasing relevance, Suraras strengthen creative economies, cultural identities and inspire global debates about the Amazon and climate change, consolidating themselves as a transformative voice in cultural and environmental activism.

Página 16

Algumas ações fazem uma diferença maior do que outras. Às vezes, uma pequena mudança em uma área pode gerar um impacto mais significativo em outra. Esses pontos de alavancagem ou intervenção nem sempre são óbvios, mas muitas vezes podem ser identificados ao analisarmos o que é considerado “normal” e o que contribui para isso. Por exemplo, se as pessoas deixam grandes quantidades de lixo (como copos plásticos) no chão após um show, a primeira sugestão pode ser fornecer mais lixeiras. No entanto, um ponto de alavancagem melhor seria considerar mensagens de mudança comportamental e substituir copos plásticos por reutilizáveis, que não são descartáveis: há uma menor probabilidade de pessoas jogarem copos de plástico rígido no chão (isso será abordado mais detalhadamente na Seção 3). Pontos de alavancagem também podem estar relacionados ao tempo: pensar nos impactos climáticos, desde o início dos processos de construção, podem ajudar a melhorar a resiliência de uma comunidade a longo prazo.

Some actions make a bigger difference than others. Sometimes, a slight shift in one area can produce a more significant impact elsewhere. These leverage or intervention points might not always be obvious, but they can often be found by looking at what the ‘normal’ thing to do is and what contributes to that.^G For example, if people leave large amounts of rubbish (such as plastic cups) on the ground at a concert, the first suggestion might be to provide more bins. However, a better leverage point would be to consider behavioural change messaging and switch to reusable cups, which are not single-use: people are less likely to throw hard plastic on the ground (this will be covered more in Section 3). Leverage points can also be based on time: thinking about climate impacts early can help improve a community’s resilience over the long term.

Nota:

F Álbum Kirĩbasáwa Yúri Yí-tá – A Força Que Vem Das Águas / The Strength That Comes from the Waters

G Meadows, D., n.d., Leverage Points: Places to Intervene in a System.

Página 17

A AÇÃO CLIMÁTICA DEVE PRIORIZAR JUSTIÇA, REGENERAÇÃO E REPARAÇÃO

As mudanças no clima e na biodiversidade não afetam as comunidades de maneira proporcional. O Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) reconhece que a vulnerabilidade das pessoas às mudanças climáticas difere significativamente entre regiões e dentro delas, sendo essa vulnerabilidade impulsionada pela marginalização, desigualdade e colonialismo.^H

Comunidades que menos contribuíram para as mudanças climáticas já estão pagando o preço mais alto, enquanto aquelas que mais contribuem são menos impactadas. Atividades relacionadas às cinquenta pessoas mais ricas do mundo provocam mais emissão de carbono do que todos os 2% mais pobres do planeta juntos (cerca de 155 milhões de pessoas).^I Há uma necessidade profunda de justiça^J em relação à terra, à água, aos direitos patrimoniais e culturais, e tanto sistemas grandes quanto pequenos são necessários para enfrentar essa questão.

Analisar questões ambientais e sociais em conjunto pode resolver múltiplos problemas. As mudanças climáticas têm impactos cumulativos sobre aqueles que já enfrentam insegurança alimentar, acesso limitado à energia e escassez de água. Isso significa que a ação climática não deve tratar o clima de forma isolada, mas considerar profundamente as necessidades de diferentes grupos, como as comunidades indígenas e quilombolas. Além disso, ações climáticas têm o potencial de ajudar comunidades a se adaptarem às mudanças atuais e futuras causadas pela crise climática.

Climate Action Must Centre Justice, Regeneration, and Reparation

Changes to the climate and biodiversity do not affect the population equally. The Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) recognises people's vulnerability to climate change differs significantly between and within areas, and this has been driven by marginalisation, inequity, and colonialism.^H Communities that have contributed least to climate change are already paying the highest price, while those that contribute the most are not impacted. Fifty of the world's richest people emit more than the poorest 2% of the world (155 million people).^I There is a deep need for justice^J across land, water, heritage and cultural rights, and both large and small systems are required to address this issue.

Looking at environmental and social issues together can solve multiple issues. Climate change has compounding impacts on those already facing food insecurity, limited energy access, and water shortages. This means climate action must not address climate in isolation, but deeply consider the needs of different groups, like Indigenous and Quilombola communities. Action on climate additionally has the potential to help communities adapt to current and future changes caused by the climate crisis.

Nota:

H IPCC, 2022, Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change.

I Oxfam, 2024, Carbon Inequality Kills.

J Learn more about climate justice: Julie's Bicycle, 2022, Creative Climate Justice Guide.

Página 18



Página 19

A Associação Indígena Wyka Kwara

https://www.instagram.com/wyka_kwara/#

A Associação Indígena Wyka Kwara representa uma iniciativa inspiradora dos povos originários na preservação cultural, defesa territorial e promoção do desenvolvimento sustentável. Criada para fortalecer a voz das comunidades indígenas, atua na valorização das tradições ancestrais e na garantia dos direitos fundamentais.

Focada no fortalecimento cultural, a Wyka Kwara promove oficinas e eventos que resgatam saberes tradicionais, práticas espirituais e expressões artísticas indígenas. Essas ações conectam gerações, garantindo que os mais jovens valorizem suas raízes e perpetuem esses conhecimentos.

Além disso, a associação defende os direitos dos povos indígenas em contextos urbanos e aldeados, promovendo ações de enfrentamento aos desafios climáticos e

sociais. Sustentabilidade é um pilar central, com projetos de geração de renda, como artesanato e turismo de base comunitária, que criam oportunidades econômicas respeitando a cultura e o meio ambiente.

Wyka Kwara é mais que uma associação, é um símbolo de resistência, resiliência e esperança. Seu trabalho reafirma a importância da liderança indígena na construção de um futuro mais justo e sustentável para todos. Para saber mais, acompanhe as suas ações e projetos.

in English

The Wyka Kwara Indigenous Association is an inspiring example of how Indigenous peoples have led initiatives to preserve their culture, defend their territories and promote sustainable development. Created to represent and strengthen the voice and culture of Indigenous communities, the association works tirelessly to value ancestral traditions and guarantee fundamental rights.

Wyka Kwara carries out projects to restore and celebrate traditional knowledge, spiritual practices, and Indigenous artistic expressions. Through festivals, workshops and events, they connect different generations and ensure younger generations are proud to pass knowledge on to the future.

They are an important defender of the rights of Indigenous peoples in urban contexts and villages and an essential promoter of community resilience in the face of climate and social challenges. Sustainability is at the heart of Wyka Kwara's actions through the development of income-generating projects such as handicrafts and community-based tourism – helping to create economic opportunities centering culture and the environment.

Wyka Kwara is more than an association; it is a symbol of resistance, resilience and hope. Its work reaffirms the importance of Indigenous leadership in building a fairer and more sustainable future for all. To learn more, follow its actions and projects.

Página 20

2.

Dando Início à Ação Climática

A ação climática é uma jornada, e a urgência da crise climática exige uma resposta rápida. Precisamos olhar para o que importa, o que podemos mudar e como nos conectamos e aprendemos – e então moldar nossas ações climáticas por meio de decisões passo a passo. Faça as perguntas abaixo para si mesmo e para aqueles com quem você trabalha ou colabora, em uma oficina ou sessão de ideação. Essas perguntas também são úteis para serem exploradas com membros-chave de sua comunidade, para uma abordagem mais participativa. Anote suas respostas e, em seguida, revise as perguntas durante e após o seu evento ou em um período determinado (por exemplo, a cada ano). Você não precisa criar um grande documento

de planejamento, mas é importante reservar tempo e espaço para se distanciar das tarefas diárias, a fim de planejar e definir prioridades.

Getting started on climate action

Climate action is a journey, and the urgency of the climate crisis demands a rapid response. We need to look at what matters, what we can change, and how we connect and learn – and then shape our climate actions through step-by-step decisions. Ask yourself and those you work with or collaborate with the below questions in a workshop or brainstorming session. These questions are also helpful to explore with key members of your community for a more participatory approach. Write down your answers, and then revisit the questions during and after your event or at a set period of time (e.g. every year). You don't have to create a large planning document, but it's important to make time and space to step back from the every day to plan and prioritise.

O que importa para você?

Os impactos mais inovadores e empolgantes frequentemente surgem do alinhamento com seus valores e com os de sua comunidade, e de como esses valores podem orientar suas escolhas. Compreender o que você e seus parceiros defendem e quem vocês apoiam pode ajudá-los a decidir onde focar as mudanças.

What matters to you?

The most innovative, exciting impacts often come from aligning with your values and the values of your community and how those can lead your choices. Understanding what you and your partners stand for and who you stand with can help you decide where to focus change.

Página 21

CONSIDERE ESTAS PERGUNTAS:

Quais são os problemas ambientais, sociais e/ou culturais específicos em sua área ou os que podem ocorrer no futuro? Basear seu trabalho em questões locais ou regionais pode ajudar as pessoas a se sentirem conectadas ao que está ao redor delas, permitindo que as comunidades testemunhem diretamente os resultados. Considere abordagens adaptativas – pesquise as mudanças climáticas que você enfrentará no futuro (por exemplo, temperaturas mais altas, tempestades mais intensas, impactos no abastecimento de água ou alimentos) e concentre-se em como você pode ajudar as pessoas a se adaptarem mais cedo e se tornarem mais resilientes.

Quais são os valores com os quais você se importa e como eles se conectam ao clima e ao meio ambiente? Seus valores são uma oportunidade para definir no

que você acredita e como gostaria de trabalhar. Eles podem estar alinhados com prioridades locais, regionais e nacionais, ou você pode se conectar a organizações ou movimentos que busquem objetivos semelhantes.

Seu trabalho impactará toda a sua comunidade ou apenas alguns grupos? A crise climática não afeta a todos de maneira igual – dependendo de sua prática artística, iniciativa ou organização, considere direcionar os benefícios positivos para aqueles que mais precisam. Envolver sua comunidade nas decisões que você está tomando.

Você pode estabelecer algumas metas sobre o que gostaria de alcançar? À medida que você desenvolve seus planos, deve chegar a metas mensuráveis. Compartilhe suas metas com aqueles com quem você está trabalhando e celebre quando alcançá-las. (Veja Governança, planejamento e formação de equipe na Seção 3 para mais informações sobre como escrever metas significativas).

No que você quer trabalhar primeiro? Você não pode fazer tudo de uma vez – pense no que deve ser feito primeiro, com base no que você faz bem ou no que já está trabalhando. Pergunte à sua equipe, voluntários ou comunidade o que eles acham mais importante – você pode realizar uma oficina para explorar e votar nessas ideias.

CONSIDER THESE QUESTIONS:

What are the specific environmental, social and/or cultural issues in your area, or what might occur in the future? Grounding your work in local or regional issues can help people feel connected to what's around them, and communities can then witness the results directly. Consider adaptive approaches – research the climactic changes you will face in the future (e.g. hotter weather, more intense storms, impacts on water or food supply), and focus on how you can help people adapt early and become more resilient.

What are the values you care about, and how do they connect to climate and the environment? Your values are an opportunity to set out what you believe in and how you'd like to work. These could link with local, regional and national priorities, or you could connect to organisations or movements working towards similar objectives.

Will your work impact your entire community or only some groups? The climate crisis doesn't affect everyone equally – depending on your art practice, initiative or organisation, consider directing the positive benefits towards those that need it most. Involve your community in the decisions you're making.

Can you set some goals about what you'd like to achieve? As you develop your plans, you should end up with measurable goals. Share your goals with those you are

working with and celebrate when you achieve them. (See Governance, planning, and building a team in Section 3 for more on writing meaningful goals).

What do you want to work on first? *You can't do everything at once – think about what you should do first based on what you do well or what you're already working on. Ask your staff, volunteers or community what they think is the most important – you could hold a workshop to explore and vote on ideas.*

Página 22



Página 23

Associação Sócio Cultural Outros Nativos
<https://www.instagram.com/outrosnativos/>

A Associação Sociocultural Outros Nativos (ASON) une cultura e sustentabilidade para transformar realidades no Distrito Administrativo da Sacramento (DASAC), em Belém. Formada por artistas, produtores culturais e comunicadores populares, atua em bairros como Barreiro, Telégrafo, Pedreira, Maracangalha e Sacramento.

Impulsionados pelo Edital de Projetos Culturais de Relevância Social, o grupo realizou, em 2019, a primeira edição do Festival Sociocultural Outros Nativos, fortalecendo os laços entre os artistas locais. Em 2020, formalizou-se como associação e passou a integrar ações comunitárias, como a criação de um conselho comunitário em parceria com a multinacional Suzano. A ASON qualificou gestores de instituições como a Cooperativa de Trabalho de Reciclagem das Águas Lindas (COOTARAL) e a Associação de Moradores da Área Dois (AMAD).

Entre as iniciativas, destacam-se o Fórum de Cultura e Sustentabilidade da Sacramento, a Incubadora de Cidadania e o Seminário Música Organizada na Periferia. O Festival Outros Nativos tornou-se uma ferramenta de transformação ao ocupar espaços ociosos e promover o empreendedorismo e educação ambiental, com apoio de cooperativas e do **Projeto Ecovassouras**.

Agora em sua quarta edição, o festival reafirma o potencial criativo da periferia e agrega valores sociais e econômicos à cultura local. Saiba mais em www.outrosnativos.com.br.

In English

The Sociocultural Association Other Natives (ASON) combines culture and sustainability to transform realities in the Sacramento Administrative District (DASAC), in Belém. Comprised of artists, cultural producers, and community communicators, it operates in neighborhoods such as Barreiro, Telégrafo, Pedreira, Maracangalha, and Sacramento.

Driven by the Socially Relevant Cultural Projects Call for Proposals, the group held the first edition of the Sociocultural Festival Other Natives in 2019, strengthening ties among local artists. In 2020, it formalized as an association and became part of community actions, such as the creation of a community council in partnership with the multinational company Suzano. ASON trained managers of institutions such as the Águas Lindas Recycling Cooperative (COOTARAL) and the Area Two Residents' Association (AMAD).

*Among its initiatives are the Culture and Sustainability Forum of Sacramento, the Citizenship Incubator, and the Organized Music in the Periphery Seminar. The Other Natives Festival has become a tool for transformation by occupying unused spaces and promoting entrepreneurship and environmental education, with support from cooperatives and the **Ecovassouras Project**. Now in its fourth edition, the festival reaffirms the creative potential of the periphery and adds social and economic value to local culture. Learn more at www.outrosnativos.com.br.*

Now in its fourth edition, the festival reaffirms the creative potential of the periphery and adds social and economic value to local culture. Learn more at www.outrosnativos.com.br



O que você pode mudar?

Considere o que você pode controlar, influenciar e defender para identificar por onde começar e em que focar.

Qual é a contribuição imediata e positiva que você gostaria de fazer? Anote essas ideias, respectivamente, nas três áreas à direita. O que você pode controlar deve abranger a energia que você utiliza, o que você compra e os temas e histórias que você incorpora em sua arte ou programas.

O que você pode influenciar pode ter relação com quem você trabalha, as empresas em sua cadeia de valor e os comportamentos de seu público.

Para questões que estão além do seu controle e influência direta, há a oportunidade de defender ideias e inspirar outras pessoas, ampliar a conscientização e fomentar a união em torno de causas comuns.

What can you change?

Consider what you can control, influence and advocate for to identify where to start and what to focus on.

What is an immediate and positive contribution you want to make? Write these down across the three areas to the right. What you can control might include the energy you use, what you buy, and the themes and stories you bring into your art or programmes.

What you can influence could be who you work with, the companies in your value chain, and the behaviours of your audiences.

For things beyond your direct control and influence, we have the opportunity to advocate and inspire others, raise awareness, and bring people together.

Página 25

Com quem você pode se conectar?

Conecte-se com as pessoas de forma significativa, construa confiança e transparência, e amplifique soluções que já existem. Abaixo estão exemplos de com quem você pode se conectar.

Who can you connect with?

Connect with people meaningfully, build trust and transparency, and amplify solutions that already exist. Below are examples of who you can connect with.

Com Quem? / Who

SUA CADEIA DE VALOR / YOUR VALUE CHAIN

Por quê? Why? – As empresas em sua cadeia de valor têm maior probabilidade de considerar suas ações relacionadas à sustentabilidade e questões éticas, se perceberem clientes interessados. Fazer parceria com uma empresa para melhorar os serviços também pode garantir que ela esteja mais bem preparada para trabalhar com futuros parceiros.

Companies in your value chain are more likely to consider their actions relating to sustainability and ethical issues if they see interested clients. Partnering with a company to improve things can also ensure they're better equipped for who they next work with.

Como? How?

- 1- Envie um e-mail ou pergunte em uma reunião sobre o que eles estão fazendo para serem sustentáveis e éticos.
- 2- Inclua sustentabilidade em seu contrato.
- 3- Solicite, sempre que possível, dados de relatórios ambientais.

1 - Email or ask in a meeting about what they're doing to be sustainable and ethical. 2- Include sustainability in your contract. 3- Ask for environmental reporting data where possible.

Com Quem? / Who

GOVERNO MUNICIPAL OU ESTADUAL / YOUR MUNICIPALITY OR STATE GOVERNMENT

Por Quê? / Why?

Os governos podem ter informações ou apoio que possam oferecer a você, além de direcioná-lo para outras políticas ou organizações de suporte.

Governments may have information or support they can offer you and could direct you to other supportive policies or organisations.

Como? / How?

Entre em contato ou convide representantes do governo local (tanto dos departamentos de cultura quanto de meio ambiente) para os seus eventos.

Contact or invite representatives from your local government (both culture and environmental departments) to your events.

Página 26

Com Quem? / Who

TERRITÓRIOS TRADICIONAIS / TRADITIONAL TERRITORIES

Por Quê? / Why?

O conhecimento e o patrimônio indígena devem ser centralizados e valorizados sempre que possível. As comunidades amazônicas possuem milhares de anos de rico conhecimento sobre cultura, patrimônio, proteção ambiental e conscientização, e engajar-se com esses territórios e comunidades deve estar no centro de sua abordagem.

Indigenous knowledge and heritage must be centred and platformed wherever possible. Amazonian communities have thousands of years of rich knowledge regarding culture, heritage, environmental protection and awareness, and engaging with these territories and communities should be central to your approach.

Como? / How?

Sua abordagem dependerá totalmente do contexto local – peça conselhos e lembre-se de compensar o tempo das pessoas. Exemplos incluem práticas participativas ou de cocriação, realizar consultas profundas e de longo prazo, e focar na criação de parcerias transparentes e equitativas.

Your approach will depend entirely on your local context – ask for advice and remember to compensate for people's time. Examples include participatory or co-creation practices, undertaking deep, long-term consultation, and focusing on creating transparent and equitable partnerships.

Com Quem? / Who

ORGANIZAÇÕES OU PESSOAS TRABALHANDO EM QUESTÕES SEMELHANTES / ORGANISATIONS OR PEOPLE WORKING ON SIMILAR ISSUES

Por Quê? / Why?

Muitas organizações estão trabalhando em questões semelhantes ou interligadas – conectar-se a outras organizações pode alinhar sua abordagem, revelar oportunidades de parceria ou dar acesso ao conhecimento e aprendizados delas.

Many organisations are working on similar or intersecting issues – connecting with other organisations can align your approach, reveal partnership opportunities, or give you access to their knowledge and learnings.

Como? / How?

1- Pesquise organizações locais que atuem em sua área ou peça sugestões ou conselhos a líderes da sua comunidade. 2- Amplifique ou dê espaço a campanhas ou grupos existentes em seu evento, ou faça parceria com eles em programações. 3- Considere iniciar uma rede para manter-se conectado.

1- Search for local organisations working in your area or ask leaders in your community for suggestions or advice. 2- Amplify or give space to existing campaigns or groups at your event, or partner with them on programming. 3- Consider starting a network to stay connected.

Página 27

Com Quem? / Who

GRUPOS DIVERSOS NA SUA COMUNIDADE / DIVERSE GROUPS ACROSS YOUR COMMUNITY

Por Quê? / Why?

Diferentes grupos da comunidade podem oferecer perspectivas mais amplas sobre questões diversas e podem revelar aspectos que você não havia considerado ou percebido.

Different community groups will offer wider perspectives on different issues and may bring to light things you hadn't considered or realised.

Como? / How?

1- Entrevistas, conversas informais ou pesquisas podem ajudar a compreender as necessidades de sua

comunidade. 2- Lembre-se de compensar o tempo das pessoas e respeitar todas as perspectivas.

Interviews, casual conversations, or surveys can help understand the needs of your community. • Remember to compensate for people's time and respect all perspectives.

Com Quem? / Who

TRABALHADORES, VOLUNTÁRIOS, ARTISTAS E PERFORMERS / WORKERS, VOLUNTEERS, ARTISTS AND PERFORMERS

Por Quê? / Why?

Trabalhar de forma colaborativa significa que podemos inspirar uns aos outros, e as pessoas podem usar seu próprio conhecimento para expandir suas ideias e compartilhá-las com outros.

Working collaboratively means we can inspire each other, and people can use their own knowledge to expand on your ideas and tell others.

Como? / How?

1- Treinamentos sobre questões relacionadas ao meio ambiente e à justiça climática podem ajudar no desenvolvimento de habilidades. 2- Peça ideias e abordagens às pessoas, e depois apoie-as na aplicação dessas habilidades em suas funções.

1- Training on issues around the environment and climate justice can help people's skills grow. 2- Ask people for ideas and approaches, then support them in applying these skills in their roles.



Pretinhos do Mangue

<https://www.instagram.com/blocopretinhosdomangue.oficial/>

Pretinhos do Mangue é um tradicional bloco ecológico de Carnaval que desfila há 35 anos em Curuçá, no nordeste do Pará – uma região rica em manguezais e áreas de preservação ambiental. Fundado em 1989, o grupo foi criado para buscar a conscientização acerca do declínio da população de caranguejos. Desde então, utiliza o Carnaval como uma plataforma para abordar questões ambientais tanto para a comunidade local, quanto para os milhares de turistas que visitam Curuçá.

Marcada pela tradição dos foliões cobertos de lama, a celebração destaca os laços de Curuçá com seus manguezais, que cobrem 66% de seu território e fazem parte da Reserva Extrativista Mãe Grande de Curuçá. Essa conexão é vividamente representada por meio de carros alegóricos que retratam a fauna, a flora e os mariscos dos manguezais, acompanhados por canções temáticas que exaltam a beleza natural da região.

Pretinhos do Mangue também destaca questões como conservação ambiental, uso responsável de água e energia, separação de resíduos, prevenção de incêndios e desmatamento, além de práticas sustentáveis na coleta de mariscos. Hoje, o grupo é um símbolo do Carnaval do Pará é um exemplo de como cultura e sustentabilidade podem andar de mãos dadas.

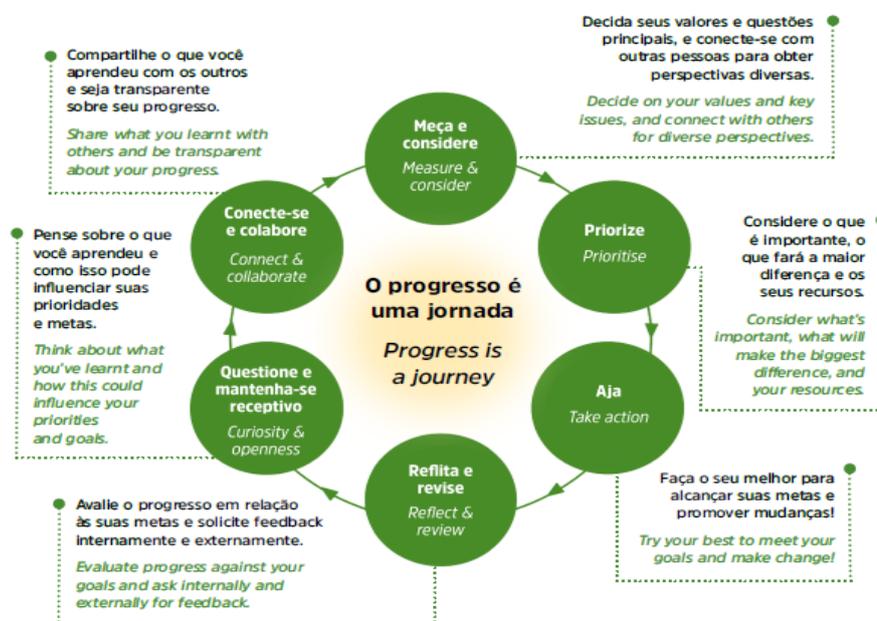
In English

Pretinhos do Mangue is a traditional ecological carnival group that has paraded in Curuçá for the last 35 years in northeastern Pará – a region rich in mangroves and environmental preservation areas. Founded in 1989, the group was created to raise awareness about the declining crab population. It has since used Carnival as a platform to address environmental issues for both the local community and the thousands of tourists visiting Curuçá.

Marked by the tradition of revellers covered in mud, the celebration highlights Curuçá's ties to its mangroves, which cover 66% of its territory and form part of the Mãe Grande do Curuçá Extractive Reserve. This connection is vividly represented through floats depicting the mangroves' fauna, flora, and shellfish, accompanied by thematic songs praising local natural beauty.

Pretinhos do Mangue also highlights issues such as environmental conservation, responsible use of water and energy, waste sorting, prevention of fires and deforestation, and sustainable practices in shellfish harvesting. Today, the group is a symbol of Pará's Carnival and an example of how culture and sustainability can go hand in hand.

Página 30



Aprenda, cresça e mantenha-se conectado ao que importa

As melhores abordagens para a crise climática são aquelas que estão constantemente avaliando, aprendendo e crescendo.

Learn, grow and stay connected to what matters

The best approaches to the climate crisis are ones that are constantly evaluating, learning and growing.

Página 31

É importante entender o que está e o que não está funcionando, e quais são suas próximas oportunidades. Abaixo estão alguns exemplos de como avaliar:

It's important to understand what's working, what isn't, and your next opportunities. Below are some examples of how to evaluate:

DENTRO DA SUA ORGANIZAÇÃO: Realize uma oficina para revisar suas prioridades e metas, e avalie coletivamente se esses objetivos estão sendo alcançados. Celebre suas conquistas! Se não tiveram sucesso em algumas áreas, tente entender o porquê e como abordar essas questões de maneira diferente na próxima vez. Se puder documentar os aprendizados e compartilhá-los com outros, melhor ainda.

WITHIN YOUR ORGANISATION: Run a workshop where you look at your priorities and goals and decide collectively if you are meeting those goals. Celebrate your wins! If you didn't succeed in some areas, try to understand why and how you'll approach things differently next time. If you can document your learnings to share with others, that's even better.

COM O PÚBLICO: Engajar o público pode ser uma experiência interativa e envolvente. Utilize QR codes em eventos ou redes sociais para coletar opiniões de forma dinâmica. Torne esse processo criativo e acessível – por exemplo, disponibilize potes onde as pessoas possam depositar pedrinhas, simbolizando suas preferências; incentive os participantes a escreverem sugestões em papéis sobre o que gostariam de ver em futuras edições; ou simplesmente promova conversas abertas e genuínas para compreender melhor suas expectativas e interesses.

WITH THE PUBLIC: Survey people using QR codes at events or on social media. It can be fun, creative or informal – for example, give people pebbles to put in jars to understand what they care about the most; ask people to write on paper at an event what they'd like to see next time; have conversations where you genuinely and openly ask for feedback.

COM SEUS PARCEIROS: Estabeleça métodos claros para receber opiniões. Isso pode ajudar você e sua equipe a desenvolver habilidades e oferecer uma perspectiva mais diversa sobre seu progresso geral.

WITH YOUR PARTNERS: Set up clear feedback methods. This can help you and your team grow your skills and give you a more diverse perspective on your overall progress.

Página 32



Página 33

Instituto Arraial do Pavulagem

<https://www.instagram.com/arraialdopavulagem/>

O Instituto Arraial do Pavulagem organiza o Arrastão do Pavulagem, uma festividade popular de rua reconhecida como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial do Pará e como Manifestação Cultural Nacional. O evento promove amplos laços sociais, construindo respeito pelo próximo, solidariedade e esperança por um futuro melhor e mais equitativo. A iniciativa promove o acesso à cultura enquanto gera empregos e renda. Algumas de suas destacadas ações de sustentabilidade incluem:

1. Atividades de conscientização ambiental e plantio de árvores com crianças e jovens, promovendo conscientização crítica sobre questões ambientais e direitos humanos por meio de círculos de aprendizado e contação de histórias.

2. Coleta de resíduos recicláveis durante todo o evento, que, em parceria com a prefeitura, são limpos e entregues a centros de reciclagem.

3. Água potável gratuita é oferecida em copos reutilizáveis, incentivando o consumo consciente de água e reduzindo o uso de plástico.

4. Oficinas de reciclagem de materiais: As atividades incluem o uso de garrafas e tampas de garrafa para criar instrumentos musicais; reaproveitamento de jeans e outros tecidos para confeccionar mochilas para crianças participantes do Cordão do Galo, outro festival organizado pelo Instituto; além de brechós com roupas doadas em toda Belém.

In English

The Arraial do Pavulagem Institute organizes Arrastão do Pavulagem, a popular street festivity recognised as a Cultural Heritage of Intangible Nature of Pará and as a National Cultural Manifestation. It fosters vast social bonds and builds respect for others, solidarity, and the hope for a better and more equitable future. The initiative promotes access to culture while generating jobs and income. Some of its standout sustainability efforts include:

1. Environmental awareness activities and tree planting with children and young people, raising critical awareness of environmental issues and human rights through learning and storytelling circles.

2. Recyclable waste is collected throughout the event and, in partnership with the city government, is cleaned and delivered to recycling centres.

3. Free drinking water is offered with reusable cups, encouraging conscious water consumption and reducing plastic use.

4. Workshops on recycling materials: Activities include using bottles and bottle caps to create musical instruments; repurposing jeans and other fabrics to craft backpacks for children participating in the Cordão do Galo, another festival the Institute organises; and running thrift shops with clothing donated across Belém.

3.

Áreas de Ação Prática

Governança, planejamento e formação de equipe.

Crie uma equipe dedicada.

Diversas pessoas da sua organização devem trabalhar em diferentes áreas de ação, e a liderança sênior deve ser claramente responsável. Em grupos menores, certifique-se de que todos estejam animados com suas metas ambientais e entendam como

elas se aplicam ao trabalho. Se você trabalha sozinho, tente se conectar com outras organizações ou artistas para obter apoio.

Entenda suas metas. Ao escrever suas metas ou prioridades, é importante que elas:

Estejam alinhadas com seus valores gerais – ‘o acesso a alimentos frescos e saudáveis é difícil para nossa comunidade, então...’

tenham um cronograma – ‘até o final de 2025...’possam ser mensuradas – ‘vamos criar um jardim comunitário...’

sejam realistas, mas ainda assim ambiciosas – ‘que use plantas nativas, seja criado pela comunidade e com a comunidade, e liderado por voluntários...’

Considerem a equidade e/ou as necessidades de grupos diversos – ‘e informações educativas sobre as plantas e seu significado cultural serão criadas no idioma local, com uma versão simples para crianças.’

Revise suas metas regularmente.

Reserve um espaço para avaliar como está o progresso e se é necessário ajustar sua abordagem ou pedir ajuda a outros. Faça com que as metas de sustentabilidade ou climáticas sejam uma parte regular das reuniões ou atualizações.

Considere cuidadosamente o local e os parceiros ao planejar.

É muito importante considerar acessibilidade, comunidade, preservação da natureza e acesso a recursos, como energia elétrica. Em eventos ao ar livre ou festivais, respeite a biodiversidade local e a conexão da comunidade com a natureza. Para eventos internos ou ao escolher uma sede permanente para sua organização, opte por um local com uma política de sustentabilidade dedicada que cubra áreas como redução de energia, acessibilidade, redução de resíduos, qualidade do ar e segurança. Se você já escolheu seu local, use os mesmos princípios para melhorar o espaço existente.

In English

Practical action areas

Governance, planning, and building a team

Create a dedicated team.

Multiple people from across your organisation should work on different action areas, and senior leadership should be clearly accountable. In smaller groups, make sure everyone feels excited about your environmental aims and understands how it applies to their work. If you work alone, try to connect with other organisations or artists to

receive support.

Understand your goals. *When writing your goals or priorities, it is helpful if they:*

Are aligned with your overall values – ‘access to fresh, healthy food is difficult for our community, so...’

Have a timeline – ‘by the end of 2025...’

Can be measured – ‘we will create a community garden ...’

Are realistic, but still ambitious – ‘that uses native plants, is created by and with the community, and is volunteered ...’

And considers equity and/or the needs of diverse groups – ‘and educational information on the plants and their cultural significance will be created in our local language, with a simple version available for children’.

Check in with your goals regular

Create space to assess how you’re going and if you need to adjust your approach or ask for assistance from others. Make your sustainability or climate goals a regular part of check-ins or meetings.

Carefully consider your location and partners when planning.

It’s very important to consider accessibility, the community, the preservation of nature, and access to resources such as grid energy. At outdoor events or festivals, respect local biodiversity and the community’s connection to nature. For indoor events or choosing a permanent home for your work or organisation, choose somewhere with a dedicated sustainability policy that covers areas such as energy reduction, accessibility, waste reduction, air quality, and safety. If you have already chosen your location, use the same principles to work and improve your existing space.

Página 35

Programação e patrimônio

Organizações culturais, produtores e artistas têm uma imensa capacidade de inspirar e educar o público em relação ao meio ambiente e à justiça climática, além de destacar e amplificar diferentes aspectos do patrimônio imaterial.

Se você é artista, isso pode se relacionar ao seu próprio trabalho; se você é produtor cultural, considere como poderia apoiar os artistas e as pessoas com quem trabalha para explorar suas próprias programações.

Programming and heritage

Cultural organisations, producers, and artists have an immense ability to inspire and educate audiences in relation to the environment and climate justice, as well as to platform and amplify different aspects of immaterial heritage.

If you are an artist, this could relate to your own work; if you are a cultural producer, consider how you could support the artists and people you work with to explore their own programming.

Página 36

Como isso poderia ser? / What could this look like?

Apresentar questões e soluções ambientais, sociais ou relacionadas ao clima por meio da arte. Você pode querer destacar uma questão relevante para sua área local ou regional ou trazer à tona algo que geralmente fica oculto. Em vez de abordar algo que parece intransponível, como “mudança climática” como um todo, use histórias específicas com as quais você se conecta ou soluções que ajudem sua comunidade a se adaptar e se tornar mais resiliente. Isso não é algo que você tem que fazer, pois as escolhas artísticas são pessoais – mas é uma oportunidade de apoiar sua comunidade mais amplamente.

Showcasing environmental, social or climate related issues or solutions through art. You may want to showcase an issue relevant to your local or regional area or bring light to what's usually hidden. Rather than looking at what feels insurmountable, like 'climate change' as a whole, use specific stories that you connect with or solutions to help your community adapt and become more resilient. This isn't something that you have to do, as artistic choices are personal – but it is an opportunity to support your wider community.volunteer-led ...'

Envolva sua comunidade ou público na tomada de decisões sobre a programação. Oficinas e/ou conversas podem ajudar a consolidar o trabalho que você realiza e engajar outras pessoas nas questões que você está explorando. Em particular, os povos indígenas possuem milhares de anos de conexão e conhecimento em relação ao patrimônio e à cultura, e seu trabalho pode amplificar suas vozes.

Having your community or audience participate in programming decisions. Workshops or conversations can help inform the work you make and engage others with the issues you're exploring. In particular, Indigenous peoples have thousands of years' worth of connection and knowledge regarding heritage and culture, and your work may be able to amplify their voices.

Crie peças de arte interativas onde o público e sua comunidade sejam participantes ativos. Pode haver oportunidades para construção comunitárias por meio de sua arte ou eventos, como mutirões de limpeza, plantio de árvores ou criação de um jardim comunitário. Você também pode considerar a realização de oficinas de habilidades que interajam com sua arte e estejam relacionados à sustentabilidade. Ofereça às pessoas algo esperançoso ou uma “criação” que possam levar consigo.

Create interactive art pieces where the audience and your community are active participants. There may be opportunities for community building through your art or events, such as rubbish clean-ups, tree planting, or planting a

community garden. You could also consider running skills workshops that interact with your art and relate to sustainability. Give people something hopeful or an 'action' to walk away with.

Página 37

Considere como você pode preservar o que valorizamos coletivamente e melhorar a resiliência e a conexão de sua comunidade. A preservação do patrimônio pode significar muitas coisas diferentes: preservar nossa memória viva, nossa cultura, lugares ou monumentos; mas, acima de tudo, é uma preservação do nosso coração vivo. Isso pode ser feito registrando ou destacando elementos em sua arte, como cerimônias culturais, um modo de cozinhar ou um ofício específico, um idioma, um modo de vida, um lugar de espiritualidade ou qualquer coisa que você considere a parte mais importante de sua cultura. Mantendo isso vivo e conectado ao ambiente ao nosso redor, apoiamos a descolonização e melhoramos nosso bem-estar, memória e resiliência.

Consider how you can preserve what we collectively care about and improve your community's resilience and connectedness. The preservation of heritage can mean lots of different things: preserving our living memory, our culture, places or monuments; but it is mainly a preservation of our living heart. This can be through recording or showcasing things in your art, such as cultural ceremonies, a way of cooking or a particular craft, a language, your way of living, a place of spirituality, or anything you think to be the most important part of your culture. By keeping it alive and connected to the environment around us, we support decolonisation and improve our wellbeing, memory and resilience.

Caderno de Educação Patrimonial: o Pará e sua diversidade cultural

https://www.secult.pa.gov.br/midias/anexos/78_caderno_de_educacao_patrimonial_site.pdf

SOLUÇÕES BASEADAS NA NATUREZA

As soluções baseadas na natureza focam não apenas nas mudanças climáticas, mas também na biodiversidade e nos ecossistemas que sustentam nosso ar limpo, água, segurança alimentar, matérias-primas e meios de subsistência. Por meio de sua arte, você pode:

Cultivar o amor por um ecossistema específico?

Criar uma relação regenerativa com a natureza?

Mostrar diferentes formas de nos entendermos como parte da natureza?

As abordagens para soluções baseadas na natureza dependerão do que você valoriza, mas podem incluir:

Trazer a natureza “para dentro”, para lugares onde ela é inesperada ou que

inspirem as pessoas a considerar a biodiversidade.

Considerar como o design de edifícios ou espaços urbanos pode regenerar a natureza e sistemas biodiversos.

NATURE-BASED SOLUTIONS

Nature-based solutions focus not only on climate change but on biodiversity and the ecosystems that support our clean air, water, food security, raw materials and livelihoods. Through your art, can you:

Nurture a love of a particular ecosystem?

Create a regenerative relationship with nature?

Showcase different ways of understanding ourselves as part of nature?

Approaches to nature-based solutions will depend on what you care about, but could look like:

Bringing nature 'inside', to places where it's unexpected or prompts people to consider biodiversity.

Considering how building or urban design can regenerate nature and biodiverse systems.

Página 38



O Instituto Regatão Amazônia <https://www.regatao.org/>

O Instituto Regatão Amazônia é um coletivo de amazônidas comprometidos com o fortalecimento da identidade cultural local, para a proteção territorial e o enfrentamento da crise climática. Seu nome, Regatão, é inspirado nas figuras históricas dos regatões, que eram comerciantes que cruzavam os rios da Amazônia em pequenos barcos e criavam conexões entre culturas e conhecimentos.

Em um território rico em biodiversidade e tradições, valorizar as expressões culturais locais é essencial para garantir a continuidade dos saberes ancestrais e, por sua vez, fundamental para o bem-estar das comunidades e da natureza. Um de seus projetos piloto, Barco Regatão, mapeia agentes e locais culturais, expressões artísticas, conhecimentos tradicionais e festividades em comunidades ribeirinhas, indígenas e quilombolas no oeste do Pará.

O Instituto também realiza o Festival dos Rios, que destaca a importância vital dos rios – ação relevante em tempos marcados pelas piores secas da história da Amazônia. Não é possível “salvar a Amazônia” ou mitigar os efeitos das mudanças climáticas sem valorizar, fomentar, incentivar e promover a cultura das pessoas que vivem e protegem esses biomas.

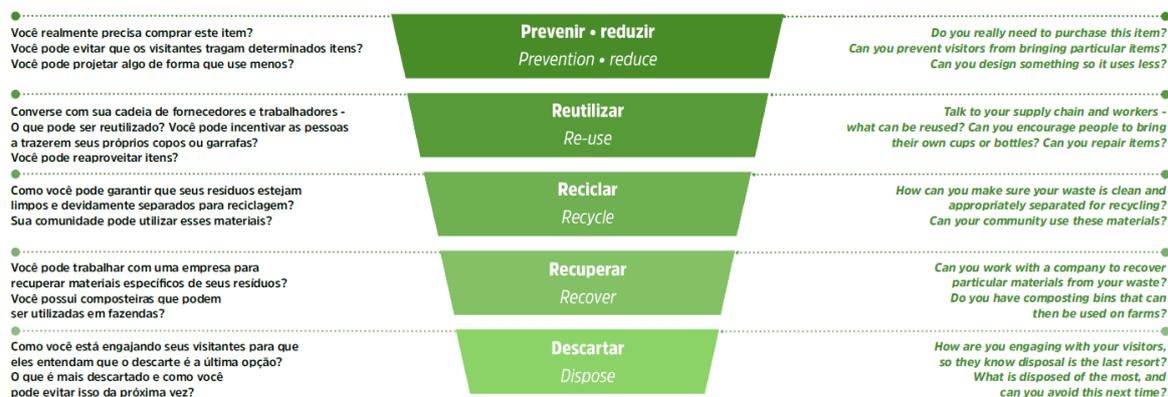
In English

The Instituto Regatão Amazônia is a collective of Amazonians committed to strengthening the cultural identity of the Amazon for territorial protection and to confront the climate crisis. Their name, Regatão, is inspired by the historical figures of the regatão, the traders who crossed the rivers of the Amazon in small boats and created connections between cultures and knowledge.

In a territory rich in biodiversity and traditions, valuing local cultural expressions is essential to guarantee the continuity of ancestral knowledge and, in turn, integral for the well-being of communities and nature. One of their pilot projects, Barco Regatão, maps cultural agents, cultural sites, artistic expressions, traditional knowledge and festivities in riverside, Indigenous and quilombola communities in western Pará.

They also hold the Festival of Rivers, a festival that highlights the vital importance of rivers – a relevant action in times marked by the worst droughts in the history of the Amazon. It is not possible to “save the Amazon” or mitigate the effects of climate change without valuing, encouraging, and promoting the culture of the people who live in and protect these biomes

Materiais, Cadeia de Suprimentos e Resíduos



A forma como seu trabalho, organização ou evento aborda materiais e resíduos pode ajudar a mudar a mentalidade das pessoas de uma visão linear para uma ideia circular de consumo. Uma “economia circular” reconhece que tudo está conectado e que nossos recursos devem ser constantemente reutilizados.

Use a “hierarquia de recursos” abaixo para orientar suas escolhas. Reduzir a quantidade de materiais e recursos que você utiliza ajuda o planeta, economiza dinheiro e evita a geração de resíduos. Em eventos, use copos reutilizáveis e um sistema de lavagem no local para reduzir drasticamente tanto o que você precisa comprar, quanto os resíduos que produz. Uma abordagem mais abrangente incluiria também recipientes reutilizáveis para alimentos, de modo que você crie apenas resíduos orgânicos – que podem ser compostados. Você também pode encontrar ou criar uma rede de compartilhamento formal ou informal para trocar equipamentos ou materiais.

The way your work, organisation or event talks about materials and waste can help shift people’s mindsets from a linear mindset to a circular idea of consumption. A ‘circular economy’ acknowledges that everything is connected, and our resources should be constantly reused.

Use the ‘resources hierarchy’ below to guide your choices. Reducing the amount of materials and resources you are using, helps the planet, saves money, and prevents waste from being created. At events, use reusable cups and an on-site washing system to vastly reduce both what you need to purchase and the waste you produce. A more comprehensive approach would also include reusable food containers, so you only create food waste – which can then be composted. You could also find or create a formal or informal sharing network to share equipment or materials.

Diretrizes claras para suas compras ajudam tanto o meio ambiente quanto o seu orçamento. Faça as perguntas no diagrama acima ao realizar uma compra ou crie um documento de políticas mais longo para organizações maiores. Ao escrever suas diretrizes, considere:

Analisar os perfis de cada empresa com a qual você compra, como, por exemplo, se elas se comprometem a pagar seus trabalhadores de forma justa, se fazem doações para causas beneficentes e/ou se apoiam questões sociais e climáticas que você valoriza.

Priorizar produtos reciclados ou feitos de materiais orgânicos ou reaproveitados.

Procurar empresas com uma estratégia pública de sustentabilidade ou certificações sustentáveis, como B Corp, papel certificado pelo FSC ou Fairtrade – a certificação dependerá do produto.

Evitar materiais tóxicos: produtos de limpeza comuns, materiais artísticos, tintas e corantes podem ser altamente tóxicos para a saúde humana e para o meio ambiente. Em vez disso, você pode tentar comprar materiais mais naturais ou até criar suas próprias tintas ou corantes.

Clear guidelines for your purchases help both the environment and your budget. Ask the questions in the diagram above when you make a purchase or create a longer policy document for bigger organisations. When you write your guidelines, consider:

Looking at the values of each business you purchase with, such as if they have committed to paying their workers fairly, if they donate to charitable causes, and/or if they support social and climate issues you care about.

Prioritising products that are upcycled or made from organic or recycled materials.

Searching for businesses with a public sustainability strategy or sustainable certifications such as B Corp, FSC-certified paper, or Fairtrade – the certification will depend on the product.

Avoiding toxic materials: common cleaning products, art materials, paints and dyes can be highly toxic for human health and for the environment, but you could try to purchase more natural materials instead or even create your own paints or dyes.

Pense em como você comunicará e incentivará a mudança de comportamento.

Isso exigirá muita comunicação com as pessoas com quem você trabalha – sua equipe, colaboradores, cadeia de suprimentos e voluntários – para entender se realmente precisam comprar itens descartáveis ou de uso único. Depois, envolva seu público ou visitantes: você consegue tornar “normal” que seu evento, local ou espaço tenha como prioridade a redução de resíduos? Placas informativas, explicando por que você se importa com os impactos dos resíduos, podem ajudar a normalizar o comportamento correto, garantir que os resíduos sejam divididos corretamente e

reduzir a contaminação desse material. Para mais detalhes, veja a seção Comunicação e mudança de comportamento.

Página 43

Antes de comprar algo, considere que tipo de resíduo será gerado e como ele será coletado. Por exemplo, materiais biodegradáveis ou compostáveis são melhores que plástico, mas você precisa garantir que tem um sistema abrangente de compostagem, pois itens compostáveis podem produzir mais emissões de gases se acabarem em aterros sanitários.

Think about how you will communicate and shift people's behaviour. This will require lots of communication with the people you work with first – your staff, collaborators, supply chain and volunteers – to understand if they really need to buy disposable or single-use items. Then, turn to your audiences or visitors: can you make it 'normal' for your event, venue, or space to have low-waste as a priority? Signage with information about why you care and the impact of waste can help normalise the right behaviour, make sure waste is segregated, and reduce waste contamination. For more, see the Communication and behaviour change section.

Before buying something, consider what waste it will create and how that waste will be collected. For example, biodegradable or compostable materials are better than plastic, but you need to make sure you have a comprehensive composting system as compostable items can produce more emissions if they end up in landfill.

OS BENEFÍCIOS DA COLETA SELETIVA E REUTILIZAÇÃO DE RESÍDUOS

A maioria dos materiais que normalmente vão para aterros pode ser reciclada, economizando recursos preciosos ao redor do mundo e contribuindo para uma economia circular. Planeje com antecedência e trabalhe em estreita colaboração com sua prefeitura local ou empresas de resíduos para entender suas opções de descarte. Por exemplo:

Resíduos alimentares podem ser usados como compostagem em hortas comunitárias para melhorar a saúde do solo.

O vidro é muito fácil de reciclar e pode ser reutilizado repetidamente em diferentes produtos.

Óleos de cozinha podem ser limpos e reutilizados como biodiesel para aquecimento, veículos, geradores e até mesmo navios e aviões.

Metais, especialmente alumínio e aço, podem ser reciclados várias vezes.

Resíduos eletrônicos contêm metais e minerais preciosos que podem ser desmontados e reutilizados em outros produtos.

THE BENEFITS OF WASTE SEGREGATION AND REUSE

Most things that often go to landfill can be recycled, saving precious materials around the world and contributing to a circular economy. Plan ahead and work closely with your local municipality or waste companies to understand your waste options. For example:

Food waste can be used as composting in community gardens to improve soil health.

Glass is very easy to recycle and can be reused again and again in different products.

Cooking oils can be cleaned and reused as biodiesel for heating, vehicles, generators, and even ships and airplanes.

Metals, especially aluminium and steel, can be recycled multiple times.

Electronic waste contains precious metals and minerals that can be taken apart and reused in other products.

Página 44



Festival Se Rasgum <https://www.instagram.com/serasgum/>

A 19ª edição do Festival Se Rasgum alinhou seus impactos com as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI) e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), com seu Relatório de Sustentabilidade detalhando seu trabalho, conectando cultura, sustentabilidade e impacto social.

O festival compensou 100% de suas 3,53 tCO₂ de emissões por meio de uma parceria com a Amazon Connection Carbon, plantando mudas para beneficiar as comunidades de agricultura familiar das cidades de Santo Antônio do Tauá e Abaetetuba.

Para apoiar a economia circular, eles implementaram reciclagem e compostagem, utilizaram “eco copos” reutilizáveis, lounges sustentáveis e materiais reaproveitados, como lonas e banners. O festival também apoiou a economia local por meio da “Feira da Economia Criativa”, que destacou 20 empreendedores da bioeconomia.

A 19ª edição recebeu a Certificação Lixo Zero do Instituto Lixo Zero Brasil por desviar 91,6% dos resíduos de aterros sanitários e gerenciar efetivamente 1.120 kg de resíduos. O Festival Se Rasgum tem trabalhado em alinhamento com os ODS, incluindo:

ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico): Incentivo à economia criativa com apoio a pequenos negócios.

ODS 11 (Cidades e Comunidades Sustentáveis): Redução dos impactos ambientais em Belém.

ODS 12 (Consumo e Produção Responsáveis): Implementação do modelo “Lixo Zero” e realização de oficinas de conscientização.

ODS 13 (Ação Climática): Educação ambiental e neutralização de emissões.

In English

The 19th edition of Festival Se Rasgum aligned its impacts with the Global Reporting Initiative (GRI) guidelines and the Sustainable Development Goals (SDGs), with their Sustainability Report outlining their work connecting culture, sustainability and social impact.

The festival offset 100% of its 3.53 tCO₂ emissions through a partnership with Amazon Connection Carbon, planting seedlings to benefit the family farming communities of Santo Antônio do Tauá and Abaetetuba.

To support the circular economy, they had recycling and composting, reusable ‘eco cups’, sustainable lounges, and reused materials such as tarps and banners. They supported the local economy through a ‘Creative Economy Fair’, which highlighted 20 bioeconomy entrepreneurs.

The 19th edition received Zero Waste Certification from the Zero Waste Brazil Institute for diverting 91.6% of waste from landfills and effectively managing 1,120 kg of waste. Festival Se Rasgum has been working in line with the SDGs, including:

SDG 8 (Decent Work and Economic Growth): Encouraging the creative economy with support for small businesses.

SDG 11 (Sustainable Cities and Communities): Reducing environmental impacts in Belém.

SDG 12 (Responsible Consumption and Production): Implementation of the “Zero Waste” model and awareness workshops.

SDG 13 (Climate Action): Environmental education and neutralization of emissions.

Página 46 e 47

Energia

Assim como na “hierarquia de recursos” acima, considere primeiro como você pode reduzir o consumo de energia para diminuir sua demanda por esse recurso – depois, analise a eficiência energética e o uso de energia renovável.

Como posso fazer isso?

Reduza a necessidade de energia. O acesso básico à energia é essencial, mas o uso de energia pode se tornar excessivo e gerar custos para o bolso, para as comunidades e para o planeta, mesmo que seja uma fonte de energia “mais verde”. Reconsidere quais são as necessidades energéticas e quando elas são realmente necessárias. Por exemplo, você pode utilizar melhor as janelas se estiver em ambientes internos ou ensaiar durante o dia? Projete palcos e espaços que precisem de menos iluminação. Se possível, instale sensores ou temporizadores nas luzes; em edifícios, veja se é possível isolar e resfriar apenas as áreas em uso em vez do prédio inteiro. Normalizar o hábito de desligar luzes e equipamentos quando não estiverem em uso também faz diferença.

Priorize a eficiência energética. Escolha equipamentos energeticamente eficientes, como iluminação LED, geladeiras econômicas ou sistemas de ar-condicionado eficientes. O isolamento de paredes e telhados, combinado com uma boa vedação em torno de janelas e portas, reduz a necessidade de resfriamento. Se você não for proprietário do edifício em que opera, converse com a administração para criar mudanças em conjunto.

Adote fontes renováveis. No Brasil, as fontes renováveis representam aproximadamente 43% do consumo de energia^K, mas sempre há espaço para melhorias. Se você realizar um evento ou festival ao ar livre, veja se pode usar primeiro a eletricidade da rede elétrica e, em seguida, explore opções portáteis de energia renovável. Se utilizar gás, procure alternativas elétricas para reduzir os custos de energia e melhorar a qualidade do ar. Colabore com sua comunidade ou município para explorar soluções mais permanentes e duradouras, como painéis solares, energia eólica, pequenas hidrelétricas e baterias comunitárias. Essas opções fora da

rede elétrica também ajudarão as comunidades a se adaptarem e serem mais resilientes a eventos climáticos extremos provocados pela crise climática.

Meça o uso de energia. Coletar informações sobre o uso de energia mostra quanto você pode economizar a longo prazo ao adotar fontes renováveis ou aparelhos mais eficientes. Isso é ainda mais importante quanto maior for o seu evento ou espaço.

In English

Like the 'resources hierarchy' above, consider first how you can reduce energy consumption to lower your demand for energy – then look at energy efficiency and renewable energy.

How can I do this?

Reduce the need for energy. *Basic access to energy is essential, but energy use can become excessive and costs money, communities, and the planet, even if it's a 'greener' energy source. Reconsider what energy is needed and when. For example, can you utilize windows better if you're inside or rehearse during daylight hours? Design stages and spaces that need less lighting. If possible, put lights on sensors or timers; in buildings, see if you can isolate and only cool the areas in use instead of an entire building. Normalise turning off lights and equipment when not in use.*

Prioritise energy efficiency. *Pick energy-efficient equipment such as LED lighting, energy-efficient fridges, or efficient air conditioning systems. Wall and roof insulation, combined with good sealing around windows and doors, reduces the need for cooling. If you don't own the building you operate in, talk to your building management to create change together.*

Switch to renewables. *Across Brazil, renewables make up approximately 43% of energy consumption, but there is always room for improvement. If you hold an event or festival outdoors, determine if you can use grid electricity first, then look for portable renewable options. If you use gas, look for electric alternatives to reduce energy costs and improve air quality. Collaborate with your community or municipality to explore more permanent, lasting solutions, such as solar cells, wind power, smallscale hydropower, and community batteries. These off-grid options will also help communities adapt and be more resilient to extreme weather events prompted by the climate crisis.*

Measure your energy use. *Collecting energy usage information shows you how much you can save over the long term if you switch to renewables or more efficient appliances. This is more important the bigger your event or space.*

Nota:

[K – 2021 renewables split. By: International Energy Agency, 2024 Brazil: Renewables.](#)

Viagem e Transporte

O transporte gera pouco mais da metade de todas as emissões no Brasil (51% em 2022)^L e é uma área-chave para reduzir impactos. Existem oportunidades para reduzir o impacto das viagens ou influenciar o comportamento das pessoas em diferentes áreas, conforme mostrado abaixo.

Travel and transport

Transport creates just over half of all emissions in Brazil (51% in 2022)^L and is a key area for reducing impact. There are opportunities for reducing travel impact or influencing people's behaviour across different areas, as shown below.

TIPOS DE VIAGEM / TRAVEL TYPES

VIAGEM DO PÚBLICO/VISITANTES: *refere-se a como o público chega ao seu espaço, local ou evento.*

AUDIENCE/VISITOR TRAVEL: *is how the public gets to your space, venue, or event.*

- ***Ideias para Promover Mudanças / Ideas to Create Change.***

Ofereça ingressos combinados com transporte incluído, contratando serviços de ônibus a partir de áreas populares. Oferecer transporte compartilhado para seu evento também pode melhorar o acesso para pessoas que podem não ter carro.

Offer combined event tickets with transport included by contracting bus services from popular areas. Providing shared transport for your event can also improve access for people who may not have a car.

Detalhe claramente as opções de transporte público, ativo ou compartilhado para seu local ou evento por meio do seu site, pôsteres, redes sociais e e-mails com informações sobre o evento.

Clearly outline public, active or shared transport options to your venue or event through your website, posters, social media, and event information emails.

Explore opções de incentivos para viagens sustentáveis, como descontos para quem utiliza transporte público ou um “estacionamento compartilhado” (para 3 ou mais pessoas em um carro), localizado mais próximo do evento do que o estacionamento comum.

Explore incentive options to travel green, such as discounts if they travel by public transport or a 'car share carpark' (for 3+ people in one car) that is closer to the event site than normal car parking.

VIAGEM DOS FUNCIONÁRIOS: refere-se a como seus funcionários chegam ao trabalho diariamente.

EMPLOYEE TRAVEL: *is how your employees get to work each day*

Ideias para Promover Mudanças / Ideas to Create Change

Pergunte aos seus funcionários como se locomovem para o trabalho, e veja se há algo ao seu alcance para incentivar viagens sustentáveis, como o compartilhamento de caronas.

Ask your employees how they travel to work, and see if there's anything within your control to encourage green travel, such as car-sharing.

Se as pessoas vão de bicicleta ao trabalho, ofereça estacionamento seguro para bicicletas e/ou estrutura de banheiro com chuveiros.

If people cycle to work, offer secure bike storage or showers.

TRANSPORTE DE MERCADORIAS E DA CADEIA DE SUPRIMENTOS: refere-se a como os materiais são entregues ou como você organiza os equipamentos do evento.

FREIGHT AND SUPPLY CHAIN TRANSPORT *Is how things get delivered or how you set up your event equipment*

Ideias para Promover Mudanças / Ideas to Create Change

Converse com seus fornecedores para entender seus processos e veja se pode solicitar opções de entrega mais sustentáveis e eficientes.

Talk to your suppliers to understand their processes and see if you can ask for more sustainable and efficient delivery options.

Compre itens locais sempre que possível.

Purchase local items where possible.

Nota:

L – International Energy Agency, 2024 Brazil: [E.missions](#)

LEMBRE-SE:

Acessibilidade é muito importante!

Todo projeto cultural deve garantir acessibilidade, conforme a legislação brasileira.^M Algumas pessoas podem precisar de transporte privado por razões de acessibilidade (e suas necessidades podem nem sempre ser imediatamente visíveis). Certifique-se

de que haja informações sobre a acessibilidade do local ou evento, para que as pessoas possam pedir apoio, caso necessário, e todos sejam incluídos e cuidados. É importante reconhecer as limitações de viagens “mais lentas”, como ônibus noturnos, que podem ser mais difíceis para pessoas com responsabilidades como cuidadores ou pais, ou mais desgastantes para a saúde mental devido a longos períodos de viagem.

Accessibility is very important! Every cultural project must guarantee accessibility, as per Brazilian law.^M Some people may need private transport for accessibility reasons (and their needs might not always be immediately visible). Make sure there is information about the accessibility of a venue or event so people can ask for support if they need it and everyone can be included and cared for. It's good to acknowledge the limitations of 'slower' travel, such as overnight buses, which may be more difficult for people that have a carer or parent responsibilities, or more straining on mental health from long periods of travel

A coleta de dados se torna mais importante à medida que o número de eventos ou visitantes aumenta.

Use pesquisas para medir de onde as pessoas viajaram, como elas viajaram (carro, transporte público, a pé etc.) e porque escolheram essa opção de transporte. Isso permite medir sua pegada de carbono (veja página 57). Para eventos particularmente grandes, você pode trabalhar com sua prefeitura para ver se o transporte público pode ser ofertado ou oferecer soluções de transporte por conta própria (por exemplo, um ingresso combinado para o evento e ônibus, ou ainda uma plataforma para compartilhamento de caronas).

Data collection gets more important as your event or visitor numbers increase. Use surveys to measure where people travelled from, how they travelled (car, public transport, walking, etc.) and why they chose this travel option. This allows you to measure your carbon footprint (see page 57), and for particularly large events, you could work with your municipality to see if public transport can be offered or offer transport solutions yourself (e.g. a combined event and bus ticket or a platform for car-sharing).

Página 51

Alimentos, bebidas e água / *Food, drink, and water*

No Pará, os alimentos e a água são parte integrante da cultura, da vida das pessoas e das cerimônias tradicionais. Economicamente, a indústria de alimentos e bebidas é responsável por 43.000 empregos diretos em todo o Estado.^N e as escolhas nesta área são um dos fatores mais influentes que as pessoas podem adotar para reduzir sua pegada ambiental individual. Se você compra ou serve alimentos, verifique se pode:

In Pará, food and water are integral to culture, people's lives, and traditional ceremonies. Economically, the food and drinks industry is responsible for 43,000 direct jobs across Pará^N— and choices in this area are one of the most influential factors people can take to lower their individual environmental footprint. If you purchase or serve food, consider if you can:

Escolher opções veganas ou vegetarianas. Os alimentos são a maior fonte de emissões de carbono para a família brasileira média ^O e a produção de carne utiliza grandes quantidades de terra, ração e água. Diversas dietas à base de plantas podem resultar em até 86% menos emissões de gases de efeito estufa e 82% menos uso da terra em comparação com uma dieta brasileira convencional.^P No entanto, para famílias de baixa renda, uma mudança completa para uma dieta baseada em plantas pode resultar em deficiências nutricionais^Q – então seja cauteloso na forma de comunicar essa ação.

***Switch to vegan or vegetarian.** Food is the biggest source of carbon emissions for the average Brazilian family,^O and meat production uses large amounts of land, feed, and water. Various plantbased diets can mean up to 86% less greenhouse gas emissions and 82% less land use compared to a conventional Brazilian diet.^P However, for lowerincome families, a complete switch to a plantbased diet may result in nutritional deficiencies^Q— so be careful with how you communicate this action.*

Apoiar sua comunidade local. A agricultura familiar em pequena escala é responsável por 67% dos empregos rurais e 23% da produção agrícola do Brasil.^R Comprar produtos locais apoia diretamente as famílias ao seu redor e reduz a dependência de suprimentos alimentares distantes, que podem ser afetados por eventos climáticos extremos ou interrupções na cadeia de suprimentos causadas pelo clima.

***Support your local community.** Small-scale family farming is responsible for 67% of rural jobs and 23% of Brazil's agricultural production.^R Purchasing local produce directly supports families around you and reduces reliance on distant food supplies that may be affected by extreme weather events or climate-fueled supply chain disruptions.*

Escolher produtos orgânicos e sazonais. A produção orgânica geralmente utiliza menos agrotóxicos e pesticidas do que a agricultura convencional – e os pesticidas têm sido associados a sérios danos à saúde humana, aos nossos cursos d'água e ao meio ambiente como um todo. Produtos frescos e sazonais também reduzem a necessidade de processos de congelamento ou produção que consomem muita energia.

***Choose organic and seasonal produce.** Organic production generally uses fewer pesticides than conventional farming – and pesticides have been linked to serious harm to human health and the health of our waterways and the environment. Fresh,*

seasonal produce also reduces the need for energy-intensive freezing or production processes.

M • Secretaria de Cultura, 2024. Guias de Acessibilidade, Inclusão e Protagonismo da Pessoa com Deficiência e do Migrante.

N • Associação Brasileira da Indústria de Alimentos, 2024, Números do setor: Norte.

O • Celso da Silveira Cachola & Sérgio Almeida Pacca, 2023, Emissões de carbono das famílias, Ambiente & Sociedade, Vol. 23.

P • Tamar Bakman, Bettina Susanne Hopmann, Joana Portugal-Pereira, 2024, GA recipe for change: Analyzing the climate and ecosystem impacts of the Brazilian diet shift, Science of The Total Environment, Vol. 930.

Q • Alina Herrmann, Rainer Sauerborn, & Maria Nilsson, 2020, The Role of Health in Households' Balancing Act for Lifestyles Compatible with the Paris Agreement, International Journal of Environmental Research and Public Health, Vol. 17.

R • FETAESC, 2024, Confira o Anuário Estatístico da Agricultura Familiar de 2024.

Página 52



Página 53

Iacitata <https://www.instagram.com/iacitata/>

Iacitata é um centro de cultura alimentar fundado como um coletivo em 2009 e formalizado em 2015. Eles combinaram defesa competente e inovação com tecnologias alimentares ancestrais, consolidando sua posição como um espaço comunitário. Oferecem alimentos 100% livres de agrotóxicos, transgênicos, condições precárias de trabalho, grilagem de terras e exploração promovida por grandes indústrias alimentícias – além de se posicionarem contra o genocídio e o apartheid social.

Seu compromisso com os direitos humanos, justiça socioambiental e climática inclui o uso de alimentos provenientes de povos indígenas, quilombolas, agricultores familiares, reservas e alimentos produzidos em solos ancestrais de terra preta. A produção é liderada pelo povo da Amazônia, com as mulheres desempenhando um papel central em todos os processos produtivos.

Em 2013, o Iacitata e a Rede de Cultura Alimentar – com papel especial das mulheres indígenas do Marajó e mães espirituais – lideraram o reconhecimento da cultura alimentar como expressão cultural no Brasil. Isso resultou, no âmbito do Conselho Nacional de Política Cultural, no primeiro investimento público em alimentos como cultura, e na inclusão da Cultura Alimentar na Lei Nacional de Cultura Viva.

Atualmente, o Iacitata apoia mais de 25.000 famílias de povos indígenas e comunidades tradicionais por meio do comércio justo, da salvaguarda das culturas alimentares amazônicas e da diversidade cultural e biológica. Também promovem a proteção do conhecimento tradicional sobre recursos, além de ações relacionadas à justiça socioambiental e à equidade de gênero. Projetos como o Moquém Mairi reúnem pensadores de comunidades tradicionais para destacar epistemologias ancestrais anticoloniais. Outro projeto é a Escola Araksawa, que ensina sobre “comidas para descansar o sol”, uma prática religiosa afro-brasileira que se traduz literalmente como “alimentos para acalmar o sol” – ou oferendas rituais para harmonizar forças naturais por meio da comida.

In English

Iacitata is a food culture centre founded as a collective in 2009 and formalised in 2015. They have combined competent advocacy and innovation with ancestral food technologies, consolidating their position as a community-based space. They offer food that is 100% free of pesticides, GMOs, precarious work conditions, land grabbing, and exploitation promoted by large food industries – in addition to taking a stand against genocide and social apartheid.

Its commitment to human rights, socio-environmental, and climate justice includes the use of food from Indigenous peoples, quilombola, family farming, reserves, and food produced on ancestral black earth soils. Production is led by the people of the Amazon, where women play a central role in all production processes.

In 2013, Iacitata and the Food Culture Network – with a special role for Indigenous women from Marajó and spiritual mothers – led the recognition of food culture as a cultural expression in Brazil. This resulted in the creation of the National Council for Cultural Policy, the first public investment in food as culture, and the inclusion of Food Culture in the National Living Culture Law.

Iacitata currently supports more than 25,000 families of Indigenous peoples and traditional communities through fair trade, safeguarding Amazonian food cultures, and cultural and biological diversity. They also promote the protection of traditional resource knowledge, and action related to socio-environmental justice and gender equity. Projects such as Moquém Mairi bring together thinkers from traditional communities to showcase ancestral counter-colonial epistemologies. Another is the Araksawa School, which teaches about ‘comidas para descansar o sol’, an Afro-Brazilian religious practice translating literally to ‘foods to calm the sun’ – or ritual offerings to harmonise natural forces through food.

A **água** é um recurso muito precioso – secas devastadoras impactam vidas em todo o Pará e no Brasil. Além disso, produtos químicos tóxicos usados em tintas, produtos de limpeza, plásticos e outros materiais podem acabar em nossos rios, reservas de água e oceanos, prejudicando a nós mesmos, a natureza e os animais ao nosso redor. Considere se sua arte, local de trabalho, evento ou organização pode apoiar campanhas de conscientização sobre a conservação da água e reduzir o uso de produtos químicos tóxicos em áreas como produção de alimentos, materiais para arte e produtos de limpeza.

Water is a very precious resource – destructive droughts impact lives across Pará and Brazil. In addition, toxic chemicals used in paints, cleaning products, plastics, and other materials can end up in our rivers, water supplies and oceans, harming ourselves and the nature and animals around us. Consider if your art, venue, work, event or organisation can support awareness campaigns regarding water conservation and reduce toxic chemicals across different areas like food production, materials for art, and cleaning supplies.

Medição e Avaliação

Aprender, crescer e manter-se conectado ao que importa é fundamental para criar uma abordagem holística em nossa arte, sistemas de educação e eventos. Medir e avaliar o seu trabalho pode ser feito de várias maneiras, dependendo do tamanho ou abrangência de sua atividade. Em geral, reserve um tempo para refletir e cultivar um senso crítico sobre o seu progresso. O texto abaixo é apenas um guia – lembre-se de manter o processo criativo de maneira relevante e significativa, e só realize atividades que demandem muito tempo, se forem realmente importantes para o seu trabalho.

Measurement and Evaluation

Learning, growing, and staying connected to what matters is important to create a holistic approach to our art, education, and events. Measuring and evaluating your work can happen in lots of different ways, depending on the size of your art, organisation or event. Overall, make space to reflect and be curious about your progress.

The below is a guide only – remember to keep it meaningful and only carry out time-intensive processes if it's important to your work.

BOAS PRÁTICAS DE MEDIÇÃO E AVALIAÇÃO DE ESCALA DE EVENTO, LOCAL E ETC:

GOOD PRACTICE MEASUREMENT AND EVALUATION OF SCALE OF EVENT, VENUE, ETC.

EVENTOS PEQUENOS / SMALL

Refleta sobre seu processo e anote ideias para o futuro ao atualizar suas metas para o próximo período.

Reflect on your process and write down ideas for the future as you update your goals for the following time period.

Faça uma postagem nas redes sociais, uma nota no seu site ou boletim informativo sobre seu progresso.

Make a social media post or note on your website or newsletter about your progress.

Conecte-se com outras organizações artísticas ou pequenas empresas online para compartilhar recursos e treinamentos.

Connect with other arts or small organisations online to share resources and training.

EVENTOS MÉDIOS / MEDIUM

Escreva uma página no seu site sobre seu progresso e crie postagens com alguma regularidade nas redes sociais (por exemplo, duas ou três vezes por ano) sobre seu trabalho relacionado à sustentabilidade e à justiça climática.

Write a page on your website about your progress and create semiregular social media posts (e.g. two or three times a year) about your work relating to sustainability and climate justice.

Comece a calcular a pegada de carbono do seu trabalho e publique os resultados. Considere desenvolver metas mais abrangentes que você possa divulgar publicamente em relação à sua abordagem de sustentabilidade.

Start a carbon footprint for your work and publish the results. Consider developing more comprehensive goals that you can report on publicly in regard to your sustainability approach.

Conecte-se com outros para compartilhar aprendizados e ajudarem-se mutuamente, e considere orientar organizações ou artistas menores para apoiar a troca de aprendizado.

Connect with others to share your learnings and help each other, and consider mentoring smaller organisations or artists to support learnings.

EVENTOS GRANDES / LARGE

Publique relatórios anuais (ou atualize seu site de forma abrangente) com informações facilmente acessíveis sobre suas metas – isso também pode ajudar a obter melhores patrocínios ou financiamentos.

Publish yearly reports (or update your website comprehensively) with easily accessible information about your goals – you may also obtain better sponsorships or funding based on your efforts.

Calcule uma pegada de carbono abrangente onde houver dados disponíveis e use isso para informar suas futuras áreas de desenvolvimento.

Calculate a comprehensive carbon footprint where data is available and use it to inform your future areas of development.

Fale sobre seu trabalho de sustentabilidade em eventos ou nas empresas e oriente e incentive outros.

Talk about your sustainability work at events or within the industry, and mentor and encourage others.

Página 57

CRIANDO UMA PEGADA DE CARBONO

As ferramentas Creative Climate Tools da Julie's Bicycle são calculadoras de carbono e rastreadoras de impacto gratuitas, que permitem a artistas e organizações culturais monitorar seu impacto ambiental e inspirar mudanças estratégicas. As ferramentas podem ser usadas para escritórios, edifícios, espaços de eventos, festivais, turnês e projetos personalizados, rastreando áreas de impacto como energia, materiais e resíduos, transporte e água.

Ao calcular a pegada de carbono de um projeto, evento, edifício ou turnê, comece pequeno, continue aprimorando-se ao longo do tempo e não se concentre apenas no carbono. Crie indicadores ou metas que sejam significativos para você, e eles provavelmente terão um impacto ambiental positivo. Por exemplo, se for difícil medir a pegada de carbono de suas compras de alimentos e bebidas, estabeleça como meta aumentar uma determinada porcentagem na proporção de refeições veganas ou vegetarianas no seu evento.

Depois de realizar seu processo único de avaliação, use os resultados para atualizar suas metas, garantindo o melhor progresso futuro possível. Lembre-se de comunicar os resultados à sua comunidade, à indústria em geral e aos seus apoiadores para inspirar outros e manter a responsabilidade.

Acesse as ferramentas:

<https://juliesbicycle.com/our-work/creativegreen/creative-climate-tools/>

CREATING A CARBON FOOTPRINT

The Julie's Bicycle Creative Climate Tools are a free carbon calculator and impact tracker that enables artists and cultural organisations to track their environmental impact and inspire strategic change. The tools can be used for offices, buildings, venues, festivals, tours, and custom projects and track across impact areas, including energy, materials and waste, travel and transport, and water.

When calculating the carbon footprint of a project, event, building or tour, start small, keep improving over time, and don't just focus on carbon. Design indicators or goals that are meaningful to you, and they will likely have a positive environmental impact. For example, if it's difficult to measure the carbon footprint of your food and drink purchases, aim for a particular percentage increase in the proportion of vegan or vegetarian meals at your event.

Once you've carried out your unique evaluation process, use the results to update your goals for the best possible future progress. Remember to communicate the results with your community, the wider industry, and your supporters to inspire others and stay accountable.

Access the tools:

<https://juliesbicycle.com/our-work/creativegreen/creative-climate-tools/>

Comunicação e Mudança de Comportamento

O poder da arte e da cultura está em sua capacidade de influenciar os outros, e isso pode ocorrer por meio da comunicação e da mudança de comportamento. **A comunicação** pode ser escrita, como nas redes sociais, sinalizações, boletins informativos e sites; e também verbal, como em introduções de eventos, vídeos, discursos e conversas. Você também pode usar formas mais sutis de mudança de comportamento para ajudar a influenciar as pessoas e garantir que seu trabalho tenha um impacto positivo duradouro.

AO PLANEJAR COMUNICAÇÕES:

Conte uma história que dialogue com os valores das pessoas. As pessoas se conectam melhor quando há uma narrativa clara, e quando problemas urgentes terminam com uma ideia esperançosa – qual ideia, sentimento ou ação você quer que alguém se lembre? Considere conectar as pessoas a um movimento maior, para que se sintam fazendo parte de algo mais amplo.

Mantenha o tom positivo e focado em soluções. As pessoas respondem melhor a comportamentos positivos “comuns”, por exemplo: “9 em cada 10 pessoas usam a lixeira de reciclagem – faça parte da nossa missão de reciclar tudo”. Isso mostra o que se espera delas sem envergonhá-las especificamente por ainda não praticarem a reciclagem.

Garanta que sua comunicação seja inclusiva. Como você pode alcançar pessoas e grupos sub-representados? Mantenha a linguagem simples: use termos técnicos apenas quando necessário, inclua descrições de imagens para conteúdos online e verifique se pode oferecer seu trabalho em idiomas locais. Explore a criação de material de comunicação acessível às crianças, para conectar-se com públicos mais jovens.

In English

Communication and Behaviour Change

*The power of art and culture lies in its ability to influence others, and this can occur through both communication and behaviour change. **Communication** can be written, such as through social media, signage, newsletters, and websites; and verbal communication, for example in event introductions, videos, speeches, and conversations. You can also use more subtle forms of behaviour change to help influence people and make sure your work has a lasting positive impact.*

WHEN DESIGNING COMMUNICATIONS:

***Tell a story that speaks to people’s values.** People connect best when it has a clear narrative, and when urgent problems end with a hopeful idea – what idea, feeling or action do you want someone to remember? Consider connecting people with a larger movement so people feel part of something bigger.*

Keep it positive and focused on solutions. People respond best to positive ‘normal’ behaviour, for example, ‘9 out of 10 people use the recycling bin - be part of our mission to recycle everything’. This shows people what is expected of them without specifically shaming them for not recycling.

Make sure your communication is inclusive. How can you reach underrepresented people and groups? Keep it simple: only use technical language when it’s really needed, use image descriptions for online content, and consider if you can offer your work in local languages. Explore if you can create children-friendly communications to connect with younger audiences.

Página 59

Uma comunicação clara e transparente é frequentemente necessária ao testar algo novo, pois isso exige uma mudança de comportamento do seu público. Os seguintes princípios para mudança de comportamento^S podem ser considerados ao planejar suas ações.

Clear, transparent communication is often needed when trialling something new because it requires a shift in behaviour from your audiences. The following principles for behaviour change^S can be considered when designing your actions.

Princípios:

1. **FÁCIL:** torne algo padrão sempre que possível e certifique-se de que sua mensagem seja muito simples.

EASY: make something the default where you can, and make sure your message is very simple.

Exemplos:

Placas grandes com apenas uma frase clara do que você deseja transmitir.

Large signs with just one phrase you’re trying to get across.

Colocar várias lixeiras perto de áreas de alimentação ou bebida.

Putting lots of bins right near eating or drinking areas.

Em um festival na Holanda, as vendas de hambúrgueres à base de plantas subiram de 4% para 43%. O hambúrguer à base de plantas estava no topo do menu, era oferecido pelo mesmo preço do hambúrguer de carne e tinha apenas um pequeno ícone de folha ao lado, em vez de uma palavra mais óbvia, como “vegano”.^T

At a festival in the Netherlands, plant-based burger sales went from 4% to 43%. The plantbased burger was at the top of the menu, offered at the same price as the meat burger, and only had a small leaf icon next to it, instead of a more obvious word like ‘vegan’.^T

NOTA: S • The Behavioural Insights Team, 2015, EAST: Four simple ways to apply behavioural insights. T • Circular Festivals, 2024, Lower food & drink impacts by changing the behavior of the crowd.

Página 60

2. ATRAENTE: usar cores ou imagens pode tornar as coisas mais atraentes. Incentivos ou recompensas também podem encorajar as ações das pessoas.

ATTRACTIVE: using colours or pictures can make things appealing. incentives or rewards can also encourage people's actions.

Exemplos:

Placas coloridas destacando onde estão localizadas as lixeiras.

Colourful signs highlighting where rubbish bins are located.

Use incentivos (descontos, sorteios de prêmios, etc.) para comportamentos mais sustentáveis, como devolver copos ou recipientes de comida reutilizáveis ou assumir um compromisso sustentável.

Use incentives (discounts, prize lotteries, etc.) for more sustainable behaviour, such as returning reusable cups or food containers or making a sustainable commitment.

3. SOCIAL: mostre que a maioria das pessoas está realizando o comportamento “desejado”, aproveitando o poder das redes e conexões para mudar o que é considerado normal.

SOCIAL: show that most people are doing the ‘desired’ behaviour, to lean into the power of networks and connections and shift what’s normal.

Exemplos:

Uma placa dizendo “4 em cada 5 pessoas trazem seu próprio copo!” pode encorajar outros a fazerem o mesmo.

A sign saying ‘4 out of 5 people bring their own cup!’ can encourage others to do the same.

Peça às pessoas que assumam um compromisso que vá além do momento e se estenda à vida cotidiana – como comprar menos plásticos de uso único ou usar apenas sacolas reutilizáveis.

Ask people to commit to something that goes beyond the moment and into their normal lives – such as buying less single-use plastic or only using reusable shopping bags.

Página 61

4. OPORTUNO: eventos e ocasiões especiais são ótimos momentos para incentivar novos comportamentos. destaque como as pessoas podem superar as barreiras para a mudança e os benefícios imediatos que podem ocorrer.

TIMELY: events and special occasions are a great time to prompt new behaviours. highlight how people can overcome the barriers to change and the immediate benefits that can occur.

Exemplos:

A maioria das pessoas pensa em como chegar ao evento enquanto está comprando o ingresso, então inclua informações sobre transporte na confirmação da compra ou no e-mail de informações.

Most people think about their travel to an event as they're purchasing a ticket, so include transport information in the purchase information or confirmation.

Use placas para ilustrar os benefícios alcançados, para que as pessoas entendam imediatamente como seu bom trabalho tem impacto – por exemplo, “Sua comida foi obtida da comunidade local, apoiando empregos para mais de 50 famílias.”

Use signs to illustrate the benefits so people immediately understand their good work has an impact – for example, ‘Your food has been sourced from the local community, supporting jobs for over 50 families.’

NOTA:

S • The Behavioural Insights Team, 2015, EAST: Four simple ways to apply behavioural insights. **T** • Circular Festivals, 2024, Lower food & drink impacts by changing the behavior of the crowd.

Página 62

Recursos e Ações Adicionais

- **Integre justiça climática ao seu trabalho:**

CREATIVE CLIMATE JUSTICE GUIDE (disponível em inglês) – Julie’s Bicycle.
<https://juliesbicycle.com/resource/creativeclimate-justice-guide/>

Garanta que seus projetos sejam acessíveis a todos:

GUIA DE ACESSIBILIDADE, INCLUSÃO E PROTAGONISMO PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA E MIGRANTES

(disponível em português ou espanhol) – Secretaria de Cultura.

<https://secult.pa.gov.br/download/81/guiasde-acessibilidade-inclusao-e-protagonismo-dapessoa-com-deficiencia-e-do-migrante/>

Leia mais sobre cultura e clima:

PESQUISA CULTURA E CLIMA

(disponível em português, inglês ou espanhol) C de Cultura e Outra Onda Conteúdo.

<https://culturaeclima.com.br/en/pesquisacompleta/>

Adicione sua voz ao movimento:

CHAMADA GLOBAL PARA A COP 30 COLOCAR A CULTURA NA AÇÃO CLIMÁTICA

(disponível em 18 idiomas) - Climate Heritage Network.

<https://www.climateheritage.org/global-call>

In English

Further Resources and Actions

Integrate climate justice into your work:

CREATIVE CLIMATE JUSTICE GUIDE

(available in English) – Julie’s Bicycle.

<https://juliesbicycle.com/resource/creativeclimate-justice-guide/>

Ensure your projects are accessible to all:

ACCESSIBILITY, INCLUSION AND PROTAGONISM GUIDE FOR PEOPLE WITH DISABILITIES AND MIGRANTS

(available in Portuguese or Spanish) – Secretaria de Cultura.

<https://secult.pa.gov.br/download/81/guiasde-acessibilidade-inclusao-e-protagonismo-dapessoa-com-deficiencia-e-do-migrante/>

Read more about culture and climate:

CULTURE AND CLIMATE RESEARCH

(available in Portuguese, English or Spanish)

C de Cultura and Outra Onda Conteúdo.

<https://culturaeclima.com.br/en/pesquisacompleta/>

Add your voice to the movement:

COP30 GLOBAL CALL TO ACTION FOR CULTURE AND CLIMATE ACTION

(available in 18 languages) - Climate Heritage Network.

<https://www.climateheritage.org/global-call>

Página 63

Glossário

Adaptação: Ações para reduzir a vulnerabilidade aos impactos atuais e esperados das mudanças climáticas, como ondas de calor, secas, inundações e elevação do nível do mar. Esses impactos ameaçam edifícios culturais, eventos culturais, seus públicos e comunidades.

Justiça climática: Criação de soluções para a crise climática que sejam mais justas, adaptativas e que protejam todos os direitos humanos. Aborda como os impactos climáticos atuais e futuros são desproporcionalmente sentidos em países expostos ao colonialismo e que são os menos responsáveis pelas emissões históricas.

Descolonização: A prática de desfazer séculos de danos infligidos a pessoas e ecossistemas pelo domínio colonial, por meio da recuperação de terras, práticas, idiomas e conhecimentos.

Justiça ambiental: Embora esteja profundamente conectada à justiça climática, a justiça ambiental é distinta. Trata-se especificamente da exposição desigual a perigos como poluição do ar e da água, produtos químicos, resíduos e a destruição ecológica de pessoas e ecossistemas marginalizados.

Mitigação: Ações para reduzir a quantidade de gases de efeito estufa que retêm calor emitidos na atmosfera – como dióxido de carbono, metano, óxido nitroso e gases fluorados – para reduzir a gravidade das mudanças climáticas.

Net Zero: Refere-se ao equilíbrio entre a quantidade de gases de efeito estufa produzida e a quantidade removida da atmosfera. É importante destacar que isso não é o mesmo que “zero carbono”, que significa que nenhum carbono é emitido.

Regeneração: Uma abordagem para questões ambientais e a crise climática que vai além de simplesmente “sustentar”, buscando reparar e regenerar ecossistemas e comunidades que foram adversamente impactados pela atividade humana.

Glossary

Adaptation: *Actions to reduce vulnerability to the current and expected impacts of climate change, such as heatwaves, drought, flooding, and sea-level rise. These impacts threaten cultural buildings, cultural events, their audiences and communities.*

Climate justice: *Creating solutions to the climate crisis that are fairer, more adaptive, and protect all human rights. It addresses how current and future climate change impacts are disproportionately felt in countries that are exposed to colonialism and are least responsible for historical emissions.*

Decolonisation: *The practice of undoing centuries of harm inflicted onto people and ecosystems by colonial rule through reclamation of lands, practices, languages, and knowledge.*

Environmental justice: *Environmental justice is deeply tied to, but distinct from, climate justice. It is specifically about the inequitable exposure to hazards such as air and water pollution, chemicals, waste, and the ecological destruction of marginalised people and ecosystems.*

Mitigation: *Actions to reduce the amount of heat-trapping greenhouse gases emitted into the atmosphere – such as carbon dioxide, methane, nitrous oxide, and fluorinated gases – to reduce the severity of climate change.*

Net Zero: *Net Zero refers to the balance between the amount of greenhouse gas produced and the amount removed from the atmosphere. Crucially, this is not the same as ‘zero carbon’, which means that no carbon is emitted at all.*

Regeneration: *An approach to environmental issues and the climate crisis that goes beyond simply ‘sustaining’, and instead repairs and regenerates ecosystems and communities that have been adversely impacted by human activity*

Página 64

Notas e referências / Notes and references

A Entre 2011-2020, as temperaturas globais foram 1,1°C mais altas em comparação com 1850-1900. IPCC, 2023, Resumo para Formuladores de Políticas. Em: Mudança Climática 2023: Relatório de Síntese. Contribuição dos Grupos de Trabalho I, II e III

para o Sexto Relatório de Avaliação do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas.

https://www.ipcc.ch/report/ar6/syr/downloads/report/IPCC_AR6_SYR_SPM.pdf

B Nações Unidas, 2024, O Acordo de Paris.

<https://www.un.org/en/climatechange/paris-agreement>

C Climate Action Tracker, 2024, Termômetro CAT: Atualização de outubro de 2024.

<https://climateactiontracker.org/global/cat-thermometer/>

D Holofote Virtual, 2024, Economia criativa no Pará gera 1,5 bilhão por ano.

<https://holofotevirtual.blogspot.com/2024/11/economia-criativa-no-para-gera-15.html>

E Agência Pará, 2024, Reunião debate políticas públicas culturais como estratégias na preservação do meio ambiente.

<https://agenciapara.com.br/noticia/61395/reuniao-debate-politicas-publicas-culturais-como-estrategias-na-preservacao-do-meio-ambiente>

F Álbum Kirĩbasáwa Yúri Yí-tá – A Força Que Vem Das Águas.

<https://surarasdotapajos.bandcamp.com/album/kiribas-wa-y-ri-y-it-a-for-a-que-vem-das-guas>

G Meadows, D., n.d., Leverage Points: Places to Intervene in a System.

<https://donellameadows.org/archives/leverage-points-places-to-intervene-in-a-system/>

H IPCC, 2022, Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change.

<https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg2/>

I Oxfam, 2024, Carbon Inequality Kills.

<https://policy-practice.oxfam.org/resources/carbon-inequality-kills-why-curbing-the-excessive-emissions-of-an-elite-few-can-621656/>

J Learn more about climate justice: Julie's Bicycle, 2022, Creative Climate Justice Guide.

<https://juliesbicycle.com/resource/creative-climate-justice-guide/>

K 2021 renewables split. By: International Energy Agency, 2024, Brazil: Renewables.

<https://www.iea.org/countries/brazil/renewables>

L International Energy Agency, 2024, Brazil: Emissions.

<https://www.iea.org/countries/brazil/emissions>

M Secretaria de Cultura, 2024, Guias de Acessibilidade, Inclusão e Protagonismo da Pessoa com Deficiência e do Migrante.

<https://secult.pa.gov.br/download/81/guias-de-acessibilidade-inclusao-e-protagonismo-da-pessoa-com-d>

N Associação Brasileira da Indústria de Alimentos, 2024, Números do setor: Norte.
<https://abia.org.br/numeros-setor-regiao.php>

O Celso da Silveira Cachola & Sérgio Almeida Pacca, 2023, Emissões de carbono das famílias brasileiras por meio da POF e da matriz de insumo-produto, Ambiente & Sociedade, Vol. 23.

<https://www.scielo.br/j/asoc/a/PzcvdbjhVZfMvbwWYghBBVv/?format=pdf&lang=pt>

P Tamar Bakman, Bettina Susanne Hopmann, Joana Portugal-Pereira, 2024, A recipe for change: Analyzing the climate and ecosystem impacts of the Brazilian diet shift, Science of The Total Environment, Vol. 930.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0048969724027141>

Q Alina Herrmann, Rainer Sauerborn, & Maria Nilsson, 2020, The Role of Health in Households' Balancing Act for Lifestyles Compatible with the Paris Agreement, International Journal of Environmental Research and Public Health, Vol. 17.

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32085458/>

R FETAESC, 2024, Confira o Anuário Estatístico da Agricultura Familiar de 2024

<https://www.fetaesc.com.br/noticia/confira-o-anuario-estatistico-da-agricultura-familiar-de-2024>

S The Behavioural Insights Team, 2015, EAST: Four simple ways to apply behavioural insights.

https://www.bi.team/wp-content/uploads/2015/07/BIT-Publication-EAST_FA_WEB.pdf

T Circular Festivals, 2024, Lower food & drink impacts by changing the behavior of the crowd.

<https://circularfestivals.nl/toolbox/food-drinks/2760991.aspx?t=Lower-food-drink-impacts-by-changing-the-behavior-of-the-crowd>