

Breve introdução às *boas práticas ambientais* para espaços e entidades



sobressalto

Qual o *papel da cultura* na luta contra as *alterações climáticas*?

Esta foi a nossa pergunta de arranque, quando começámos a refletir sobre este tema. Se *a cultura é a melhor expressão da humanidade*, então, naturalmente, deve participar neste *esforço de mudança e consciencialização*.

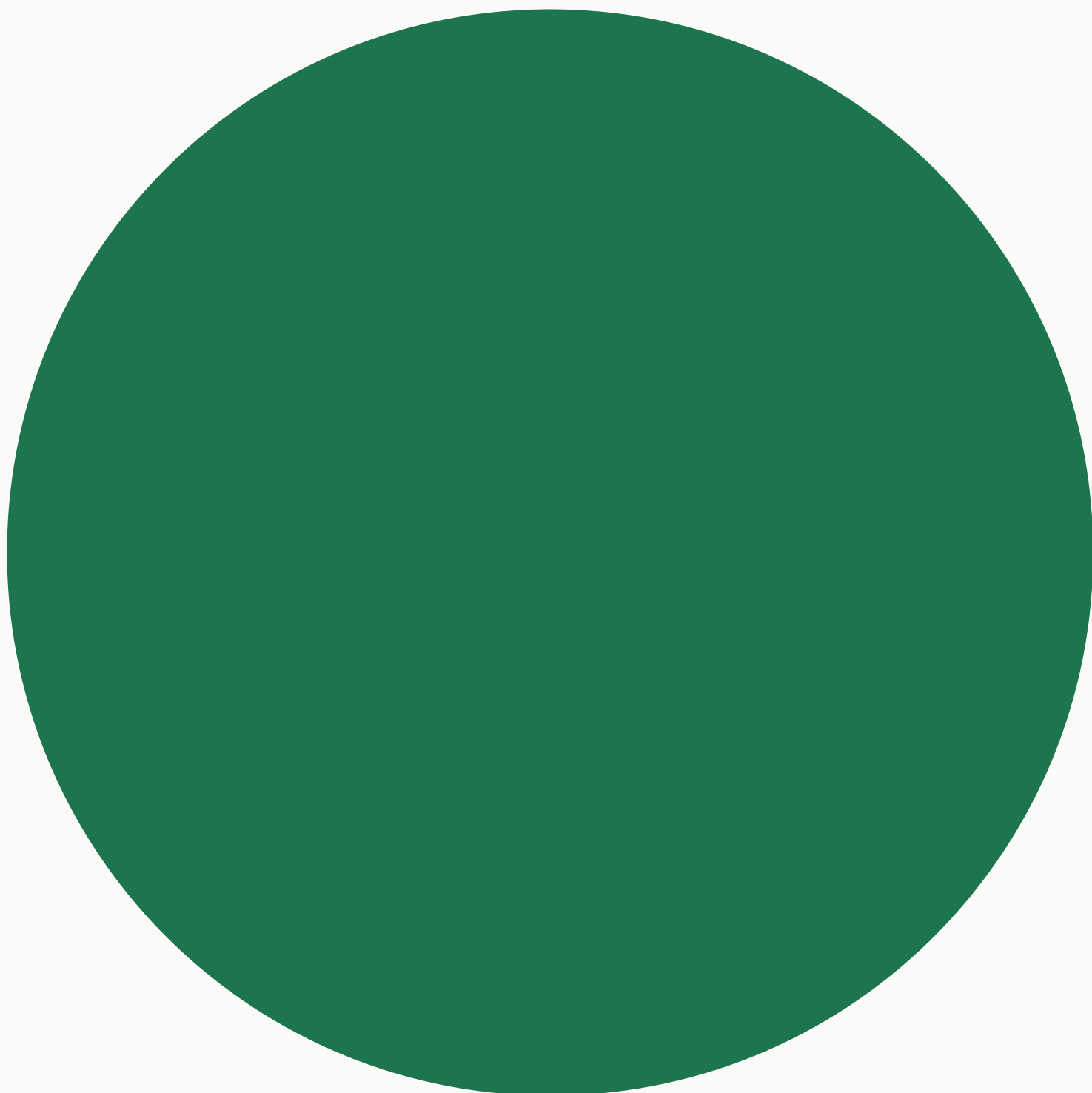
Lançámos, anteriormente, um manual com uma breve introdução às *boas práticas ambientais para a comunidade cultural* que se dirigia, maioritariamente, a artistas ou autores, e que pode ser consultado [aqui](#). Se primeiro quisemos começar pelas ações individuais, queremos agora trazer também um conjunto de propostas que podem ser aplicadas por *entidades coletivas, equipas e espaços culturais*.

Mais uma vez, abordamos tópicos gerais e outros que dizem respeito a áreas artísticas mais específicas, mas o principal objetivo é o de *incitar a uma reflexão mais alargada* que ajude um maior número de pessoas a repensar o seu quotidiano e as suas práticas, adaptando estas recomendações ao seu próprio contexto, sempre consoante as possibilidades e necessidades de cada um, mas *tendo em conta o futuro de todos*.

Para reduzir a nossa pegada ambiental é necessário inovar, fazer *escolhas informadas e monitorizá-las*, tendo em consideração os impactos dos materiais e dos recursos que utilizamos para produção e apresentação do trabalho artístico, do início ao fim. Onde obtemos a nossa energia, madeira, tecido e outros materiais, e o quanto os mesmos viajam para chegar até nós; com que recursos são construídos, como são utilizados; e o que acontece com eles depois dos projetos terminarem. Devemos olhar também para a quantidade de energia que gastamos, para a alimentação que fornecemos tanto à equipa, como aos artistas e aos públicos, e pensar ainda no desperdício que geramos.

Viver em *equilíbrio com o planeta é uma necessidade comum* e, como tal, acreditamos que estas práticas devem ser incentivadas pelos espaços e entidades culturais que podem, assim, promover uma *relação mais harmoniosa entre as pessoas e o meio em que se inserem*.

Não imprimas esta apresentação. Ela foi pensada para ser mais simples de usar com o teu telemóvel ou computador. Vais *encontrar várias ligações internas e externas* para tirares vantagem do uso digital.



1 O que está o Gerador a fazer?

- 1.1 Recomendações e boas práticas
- 1.2 Conteúdos editoriais dedicados
- 1.3 Adaptação da Revista Gerador
- 1.4 Novas formações na Academia Gerador
- 1.5 Aposta na produção de conhecimento sobre sustentabilidade na cultura
- 1.6 Parceiros sustentáveis do Cartão Sócio Gerador
- 1.7 Reformular procedimentos internos

2 Fontes importantes para estares a par

- 2.1 Objetivos para o desenvolvimento sustentável (ODS)

2.2 Painel Intergovernamental sobre alterações climáticas (IPCC)

2.3 Global Footprint Network

2.4 Associação Zero

2.5 Julie's Bicycle

3 Breves recomendações e boas práticas

3.1 Transportes e deslocações

3.2 Materiais

3.2.1 No escritório/sede da entidade

3.2.2 Produção

3.2.3 Comunicação

3.3 Energia

3.4 Alimentação, água e desperdício

3.5 Reflexão e comunicação

① O que está o Gerador a fazer?



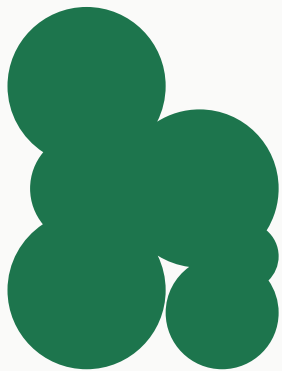
No Gerador começámos, naturalmente,
por *avaliar o nosso comportamento*,
repensar as escolhas que
fazemos diariamente
e por *desenhar um plano* a médio
e longo prazo.

Não prometemos uma mudança
instantânea, mas sim *múltiplas*
mudanças graduais que são parte
integrante do *nosso compromisso de fazer*
mais e melhor pelo Planeta.

Começamos agora a dar os *primeiros*
passos numa caminhada que desejamos
duradoura e *continuamente mais verde*.

Aqui, contamos-te um pouco mais acerca
dos passos que temos andado a dar.

1.1 Recomendações e boas práticas

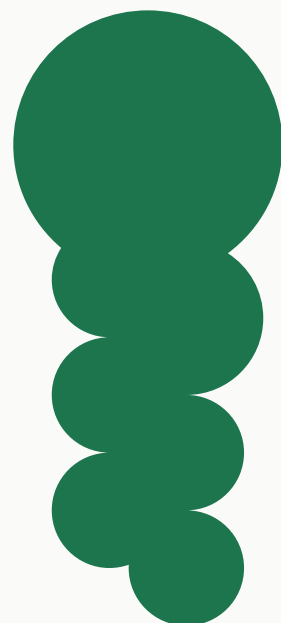


Reunimos, na secção do nosso [site](#) dedicada a este projeto, reflexões, recomendações e boas práticas para apoiar a comunidade cultural nesta transição verde, tais como as que podes encontrar neste documento.

Tanto esta lista como a secção Sobressalto irão sendo progressivamente alimentadas com mais informação, de maneira a conseguirmos ser consequentes junto das mais diversas práticas artísticas, entidades e espaços. Cada um, à sua escala, pode fazer a diferença.

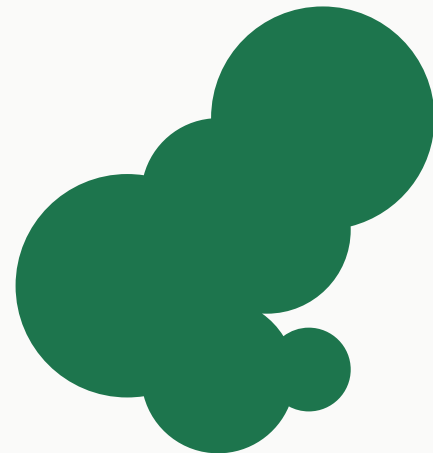
1.2 Conteúdos editoriais dedicados

A partir de 2021, o ambiente e a sustentabilidade passam a ser uma dimensão crítica da estratégia editorial do Gerador. Neste sentido, a sustentabilidade irá estar cada vez mais presente nos nossos conteúdos, tanto no [site](#), como na [Revista Gerador](#). Procuramos, assim, trazer frequentemente este assunto para primeiro plano, mesmo quando não ligado à cultura, de forma a informar a nossa audiência dos novos desafios ambientais a que estamos sujeitos.

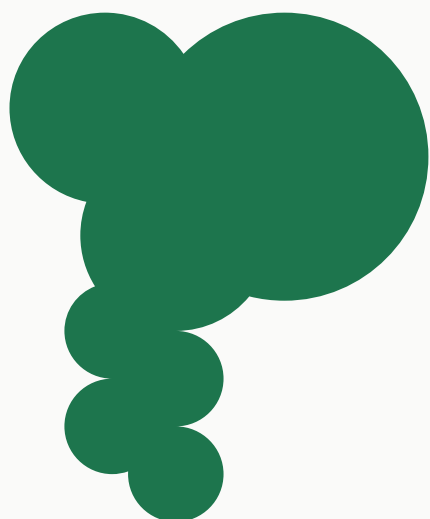


1.3 Revista Gerador mais verde

Estamos a rever os processos à volta da criação e produção da [Revista Gerador](#). Em fevereiro de 2021, lançámos a nº 33 já em papel reciclado. Mas não vamos ficar por aqui. Estamos a prepararmo-nos para em maio apresentarmos soluções mais consequentes e com menor impacto ambiental, no que diz respeito à produção, mas, também, distribuição da revista.

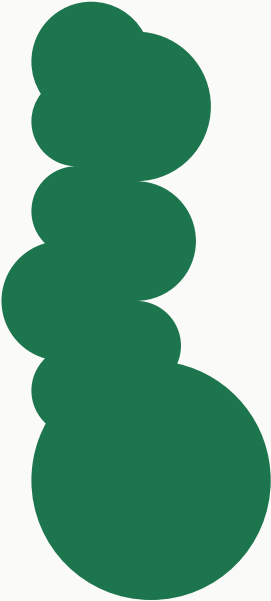


1.4 Novas formações na Academia Gerador



A [Academia Gerador](#) é um espaço de ensino e conhecimento vocacionado para a dimensão prática, com cursos de 25 horas e workshops de curta duração, destinados à comunidade cultural e artística. No final de 2020, lançámos já formações onde a sustentabilidade é protagonista e, nos próximos meses, prometemos revelar cada vez mais cursos e workshops dedicados a este assunto.

1.5 Aposta na produção de conhecimento sobre sustentabilidade na cultura



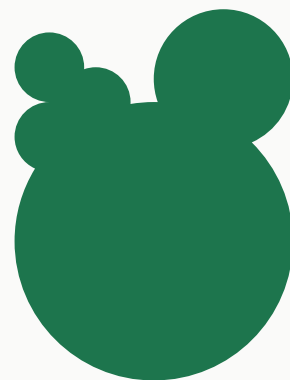
Na Academia Gerador, dedicamos também uma boa parte do tempo à recolha de dados, análise e publicação regular de informação sobre a situação cultural no país, quer através do nosso *site*, quer através de iniciativas públicas a anunciar.

Desde 2019 que o fazemos com o estudo anual [Barómetro Gerador Qmetrics](#) onde analisamos a perceção dos portugueses sobre a cultura em Portugal.

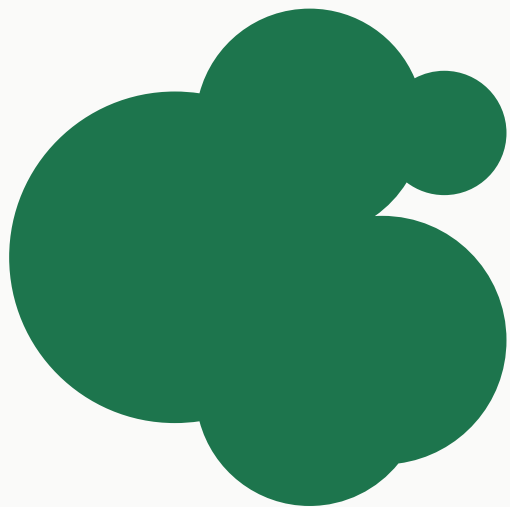
A partir de agora, a relação com a sustentabilidade estará também claramente presente na nossa investigação, quer através do Barómetro, quer através da conceção de novos estudos dedicados exclusivamente a esta dimensão.

1.6 Parceiros sustentáveis do Cartão Sócio Gerador

Procuramos continuamente alargar as vantagens associadas ao [Cartão Sócio Gerador](#), incluindo, agora, novas parcerias com entidades ligadas à sustentabilidade. Tudo para que os Sócios Gerador continuem a tirar partido do melhor da cultura portuguesa e, pelo caminho, vão descobrindo marcas e entidades com as preocupações ambientais certas.

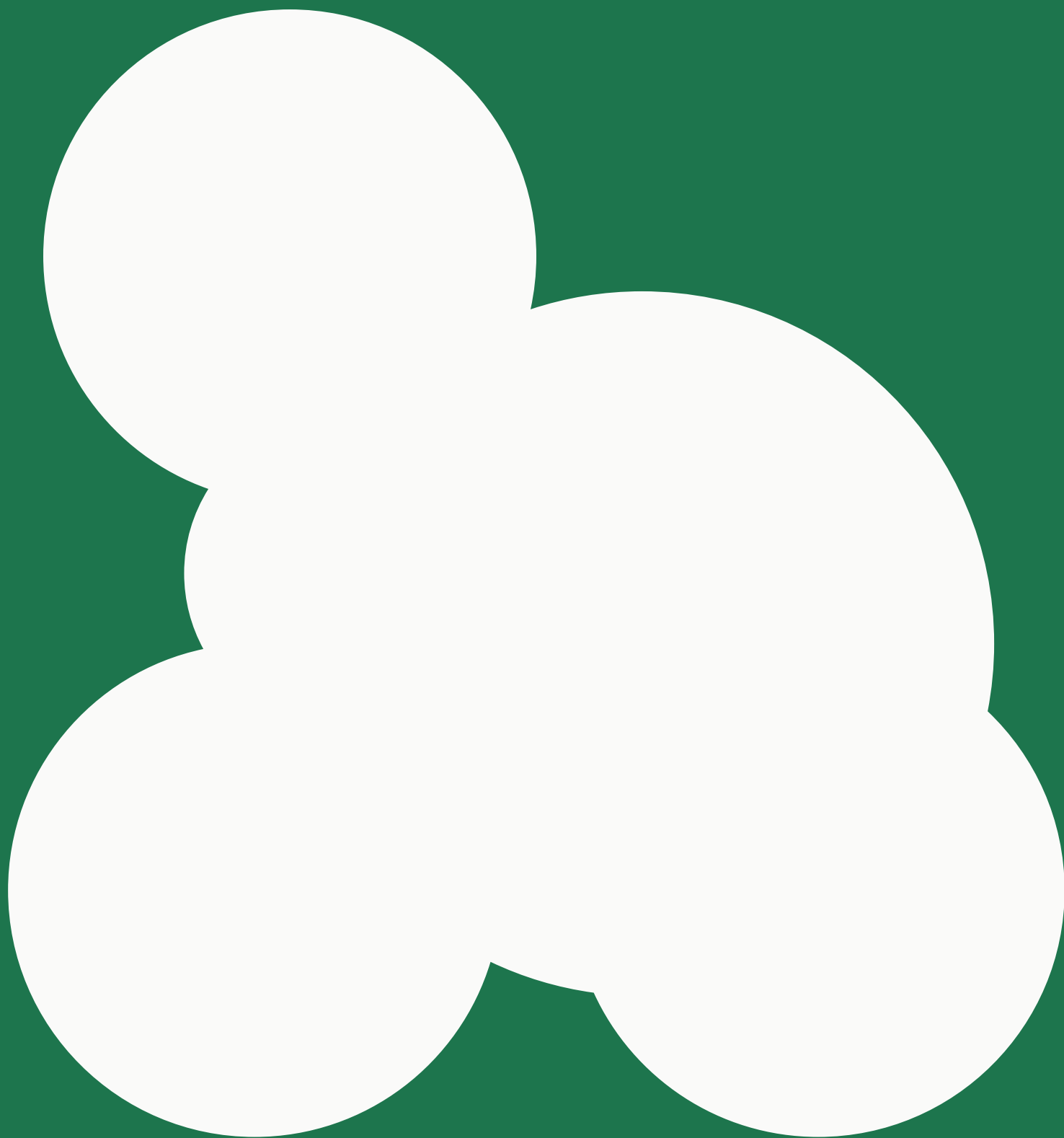


1.7 Reformular procedimentos internos



Lado a lado com uma enorme motivação para a mudança, assumimos também a nossa inexperiência neste campo. Embora a sustentabilidade já esteja presente nas nossas preocupações internas há algum tempo, é apenas agora que damos os primeiros passos com uma estratégia clara em mente. Estamos a medir o nosso impacto e a avaliar todas as dimensões em que o podemos minimizar. Desde os materiais de comunicação que utilizamos, às condições do nosso escritório, àquilo que oferecemos aos artistas e aos incentivos que damos ao nosso público. Estamos constantemente a repensar, a experimentar, e, gradualmente, a mudar.

② Fontes importantes para estares a par



Queremos estar sempre
a par das informações mais relevantes
para podermos pensar
e compreender melhor o contexto
em que se inserem
as nossas *ações e iniciativas*.

Para que possas fazer o mesmo,
partilhamos contigo algumas *fontes*
relevantes, quer de uma *perspetiva*
ambiental mais geral, quer de uma
perspetiva aplicada à cultura.

2.1 Objetivos para o desenvolvimento sustentável (ODS)

Em 2015 a ONU definiu um conjunto de prioridades para a sua Agenda 2030, composto pelos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Estes objetivos relacionam-se com várias dimensões do desenvolvimento sustentável, interligando tópicos sociais, económicos, ambientais, mas também a paz, a justiça e a eficácia das instituições. Fruto de um trabalho conjunto de governos e cidadãos, estes objetivos pretendem desenhar uma visão comum para a Humanidade.

Sabe mais aqui:

<https://unric.org/pt/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/>

2.2 Painel Intergovernamental sobre alterações climáticas (IPCC)

O IPCC foi estabelecido em 1988 pela Organização Meteorológica Mundial e pelo Programa das Nações Unidas para o Ambiente, com o objetivo de compilar informação científica sobre as alterações climáticas. É, desde então, uma das principais referências dos governos aquando da tomada de decisões no âmbito da sustentabilidade. Através dos seus relatórios, o IPCC pretende que o debate político seja mais informado, as decisões mais fundamentadas e as respostas legislativas mais coerentes.

Sabe mais aqui: <https://www.ipcc.ch/>

2.3 Global Footprint Network

A Global Footprint Network é uma organização sem fins lucrativos que disponibiliza diversos dados e ferramentas para facilitar a análise e a tomada de decisões, tanto a nível individual como coletivo. Através desta plataforma, podes medir a tua pegada ecológica ou ficar a conhecer o impacto ambiental de Portugal ou de qualquer outro país do mundo.

Sabe mais aqui: <https://www.footprintnetwork.org/>

2.4 Associação ZERO

A ZERO, que é parceira do Gerador no Sobressalto, nasce, em finais de 2015, com o objetivo de impulsionar o desenvolvimento sustentável em Portugal. Para além de atuarem em diversas frentes no campo da ação política, no seu *site*, a ZERO publica regularmente artigos sobre o impacto ambiental no contexto português, que incluem alertas, reflexões e análises.

Sabe mais aqui: <https://zero.org/comunicacao/>

2.5 Julie's Bicycle

A Julie's Bicycle, uma organização britânica, é uma referência no apoio à comunidade cultural e criativa para uma transição verde. Embora ofereçam serviços de consultoria pagos, têm também vários recursos gratuitos, como guias, sugestões de leituras e eventos *online*.

Sabe mais aqui: <https://juliesbicycle.com/>

③ Breves recomendações e boas práticas



Reunimos aqui um conjunto
de *sugestões e reflexões*, que poderão
ser adaptadas às práticas de várias
entidades, espaços culturais e artísticos.

Como a informação é *vasta*
e *diversificada*, para simplificar a
consulta deste documento, organizámos
os conteúdos em cinco categorias:
Transportes e deslocações; Materiais;
Alimentação, Água e desperdício;
Energia; e, por último, Reflexão e
comunicação.

3.1 Transportes e deslocações

Os *transportes* representam, hoje em dia, mais de $\frac{1}{4}$ das emissões totais de *gases com efeito de estufa* na União Europeia.

Segundo a Associação ZERO, 26% das emissões de gases com efeito de estufa em Portugal provêm do sector dos transportes, algo que se deve, em grande parte, ao transporte rodoviário individual. O trabalho no setor cultural exige, naturalmente, muitas deslocações e, frequentemente, em veículos de maior porte, devido à necessidade de transporte de equipamentos e materiais. Tanto pequenas produções quanto digressões em grande escala podem ser mais *amigas do ambiente* sem exigir um esforço adicional significativo e maiores custos financeiros. Por vezes, viajar utilizando menos energia e menos recursos, não só funciona muito bem como pode ser ainda melhor. Esta é, por isso, uma dimensão que é inevitável abordarmos quando falamos de *cultura e sustentabilidade*.



Sempre que possível, procurar que a equipa e os artistas façam deslocações de comboio, a pé ou de bicicleta. Dar prioridade a *modos de mobilidade suave e ativa*. Por exemplo, em Lisboa, a rede ciclável pode ser consultada [aqui](#). Já a nível nacional, as ciclovias podem ser consultadas [aqui](#). Um bom incentivo para a equipa pode ser, por exemplo, um *vale de desconto em bicicletas*.



Procurar utilizar *sistemas de deslocação partilhados*. Promover as boleias entre todos ou recorrer a *plataformas de carpooling* (partilha de viagens) e *serviços de carsharing* (aluguer de viaturas, incluindo elétricas).



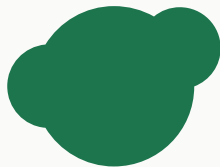
Quando a utilização do automóvel for imprescindível, utilizar preferencialmente *carrinhas e carros híbridos, elétricos ou que sejam a Biodiesel ou Gás Natural*. Tentar manter um estilo de condução tranquilo, para reduzir os picos de consumo nas acelerações e nas travagens: ao acelerar acima dos 120 km/hora, o consumo de combustível aumenta em cerca de 30%, o que significa mais emissões de CO2 e uma maior poluição do meio ambiente.



Evitar as viagens de carro curtas. Quando o motor do carro está frio, produz mais emissões de CO2, ou seja, mais poluição. Quando for necessário recorrer a automóveis procurar *fazer o máximo possível de deslocações*, ao invés de uma pequena deslocação de cada vez.



O pára-arranca da circulação rodoviária é um grande consumidor de combustível e, consequentemente, bastante responsável pela emissão de gases com efeito de estufa, além de libertar elementos tóxicos devido ao desgaste de pneus, travões e outros elementos. *Programar as viagens de forma a evitar os horários e zonas de maior congestionamento de trânsito e procurar rotas alternativas* ajudará a evitar esta situação.



Se a entidade possui veículos próprios, é importante ter em *atenção a manutenção destes automóveis*: um carro que não esteja a funcionar a 100% gasta mais e polui mais;



Sabemos que, por vezes, a utilização do automóvel é essencial para o transporte de materiais para eventos ou produções. No entanto, é vantajoso limitarmos a circulação desses materiais ao percurso essencial e não circular com a viatura carregada mais do que o estritamente necessário: *se o carro pesar menos, o consumo de combustível diminuirá*;



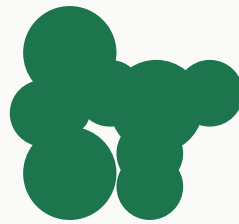
Evitar o transporte de equipamento sempre que possível. Por exemplo, se um espaço dispuser de uma mesa de som que possa ser utilizada por uma banda contratada, é conveniente verificar que essa informação é comunicada claramente, *evitando o transporte desnecessário* de uma peça de equipamento.



Sempre que estiver dentro das possibilidades da organização, reservar estadia para artistas e equipas em *hotéis com comportamentos mais favoráveis ao ambiente*. No site [Bookdifferen](#) é possível consultar opções de acomodações ecológicas.



Bandas, companhias de teatro e de dança ou outras entidades que tenham como prática habitual a realização de digressões, podem avaliar se é possível incluir, como parte do seu pagamento, *o valor de compensação de carbono* e aplicá-lo. Alguns exemplos de projetos que permitem a compensação da pegada carbónica são, a nível nacional, o [Reflorestar Portugal](#), e, a nível global, as plataformas [My climate – shape our future](#) e a [Cool Effect](#).



Procurar evitar os voos domésticos: voos para vencer distâncias abaixo de 500km são comparativamente mais poluentes, dada a energia necessária para descolar e aterrar (por exemplo: uma viagem de ida e volta em avião Londres-Paris produz 110Kg de CO₂, contra 6.6Kg de comboio).



Ao organizar digressões que impliquem viagens de avião, *procurar maximizar a presença no país*, multiplicando tanto quanto possível o número de iniciativas ou espetáculos. Refletir também sobre a equipa a viajar, reduzindo tanto quanto possível viagens desnecessárias.



Se possível, ao escolher um local para um evento, *ter em conta a sua acessibilidade* em termos de transportes públicos.



As deslocações da audiência são a principal causa da poluição que resulta dos eventos. Por isso, é essencial comunicar de forma clara e ativa a proximidade com os transportes públicos, juntamente com incentivos frequentes não só à sua utilização como também à *utilização de outras formas mais ecológicas de deslocação*. Fornecer *estacionamento seguro para bicicletas* no recinto/equipamento e encorajar a *mobilidade sustentável*, através, por exemplo, de vantagens na bilheteira para quem utilizou transportes públicos para chegar ao evento.



Trabalhar em rede com outras entidades, por exemplo, a nível da calendarização. Eventos e inaugurações no mesmo dia e *itinerários criados para uma zona específica rentabilizam as deslocações* dos visitantes/convidados.

3.2 Materiais

O mais importante é procurar *reduzir a aquisição ou produção de novos objetos*, optando por materiais que sejam *vantajosos a longo prazo e reutilizando ao máximo objetos* já existentes antes de partir para a reciclagem, um processo que, só por si, gasta recursos.

Sabemos que, por causa da covid-19, reutilizar e partilhar objetos e materiais se tornou um processo mais complexo. No entanto, sugerimos que este deva ser o caminho a seguir sempre que possível e desde que isso *não ponha em risco a saúde de ninguém*. Queremos também acreditar que será possível voltar mais ativamente a estas práticas numa situação pós-pandémica. Este intervalo nas atividades presenciais pode ser também uma *oportunidade de reavaliar o nosso impacto ambiental* e desenhar uma estratégia para o futuro ao nível da sustentabilidade.

Por fim, embora reforcemos a importância da reutilização, *a reciclagem não deixa de ser fundamental*.

3.2.1 No escritório/sede da entidade



Procurar *reduzir as impressões*, fomentando processos de trabalho que passem essencialmente pelo digital.



Mesmo trabalhando apenas no digital, existem maneiras de conseguir um menor consumo, nomeadamente procedendo à *limpeza regular dos arquivos digitais*, mantendo apenas o que é necessário e apagando tudo aquilo que não tem utilidade. Também uma *boa organização dos ficheiros no computador* pode significar menos buscas, menos tempo de utilização e mais rentabilidade.

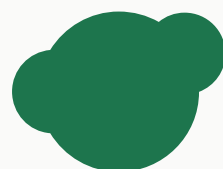


Ter uma *caixa com papel de rascunho*; utilizar papel reciclado e papel proveniente de florestas certificadas.



Se existir orçamento para a compra de equipamento eletrónico, considerar adquirir *tablets* que venham a ser úteis à equipa e que possam *funcionar como substitutos do papel*, por exemplo, durante as rodagens de um filme ou durante a produção de uma peça de teatro. No entanto, se isto acontecer, é fundamental a atenção à manutenção destes equipamentos, para que a sua longevidade seja prolongada ao máximo e assim se *evite o lixo eletrónico*.

A reciclagem deve ser incentivada, através da disponibilização de caixotes dedicados em local de fácil acesso e de forma bem sinalizada, seja no escritório, no camarim, no palco ou nas zonas públicas. *A reciclagem permite uma redução do consumo de matérias-primas virgens* (por exemplo, reciclar papel evita o abate desnecessário de árvores e reciclar plástico contribui para a diminuição do consumo de petróleo). Além disso, *permite poupar energia*, uma vez que produzir produtos através de materiais reciclados consome menos energia e recursos naturais. *A reciclagem diminui a quantidade de lixo* enviada para aterros sanitários, onde os objetos demoram décadas a decompor-se.



Antecipar possíveis dúvidas e incentivar boas práticas como, por exemplo, a de *escorrer e espalmar as embalagens antes de as deitar nos caixotes*. Orientar e informar as equipas sobre resíduos recicláveis que não podem ser colocados nos ecopontos mas, sim, em locais específicos e que, no geral, causam dúvidas, tais como: óleos alimentares, remédios, pilhas, lâmpadas fluorescentes, equipamentos elétricos e eletrónicos. Já existem *apps* como a [WasteApp](#) que indica o *local mais próximo onde deixar diferentes tipos de materiais* e de substâncias para reutilização, reciclagem e descarte seguro.



Sempre que possível, optar por *produtos de limpeza biodegradáveis* para a manutenção do espaço/equipamento cultural. Estes são mais facilmente transformados pelos organismos decompositores que vivem na natureza, *resultando em substâncias mais assimiláveis pelo meio ambiente* enquanto que os detergentes não-biodegradáveis, pelo contrário, se acumulam nos rios, formando uma camada de espuma que impede a entrada de gás oxigênio na água.



Detergentes sólidos naturais são também mais saudáveis, mais sustentáveis e gastam menos embalagens.



Considerar utilizar *toalhas nas casas de banho do espaço*, em substituição de dispensadores de papel. Toalhitas pequenas em algodão de uso individual são resistentes à lavagem e *podem ser reutilizadas centenas de vezes*. Além disso, dão uma sensação de conforto à casa de banho.



3.2.2 Na produção

Se a equipa utilizar roupa específica, como por exemplo *t-shirts* com o nome da organização, *procurar que sejam confeccionadas com tecidos sustentáveis*, como por exemplo algodão certificado pela *Organic Content Standard (OCS)* ou pela *Global Organic Textile Standard (GOTS)*. No entanto, é importante avaliar caso a caso a necessidade de produzir novos elementos de indumentária para um evento. Considerar a hipótese de ter uma *t-shirt* com uma cor base de boa qualidade e *aplicar lettering amovível a cada evento*.



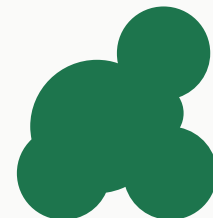
Examinar os materiais utilizados na produção de um evento ou espetáculo. *Será que existem alternativas mais sustentáveis?* Por exemplo, em vez de utilizar fita-gaffa para prender os cabos, podem utilizar-se laços de velcro, que cumprem a mesma função e são reutilizáveis. Da mesma forma, abraçadeiras de utilização única podem ser *substituídas por umas que sejam reutilizáveis*.



São inúmeros os aparelhos e equipamentos no meio artístico que fazem uso de pilhas. No entanto, este produto é composto por pesados metais e, por isso, uma simples pilha é suficiente para contaminar, por exemplo, *uma área do tamanho de um campo de futebol durante 50 anos* ou para contaminar 175.000 litros de água, quantidade superior ao que uma pessoa bebe em toda vida. Por isso, é recomendável *optar por pilhas recarregáveis* que, além do benefício ambiental, são também mais económicas a médio e longo prazo. Importante reforçar que tanto as pilhas descartáveis quanto as recarregáveis devem ser sempre descartadas de forma adequada, para que possam ser recicladas.



Na produção de CDs, *optar por embalagens feitas de papel reciclado*. De acordo com a *Julie's Bicycle*, hoje em dia, uma grande percentagem dos compradores prefere que a embalagem do CD seja feita de papel, em vez da tradicional caixa de plástico.



Reutilizar e disponibilizar o guarda-roupa e tecidos de espetáculos anteriores ou encorajar os artistas a fazê-lo. Antes de produzir novos materiais, procurar comprar em segunda-mão, tendo sempre em mente a possibilidade de fazer alterações e adaptações. De acordo com a [Ellen MacArthur Foundation](#), a indústria da moda é a segunda mais poluente do mundo, ficando atrás apenas da petrolífera. Se o ritmo intenso de fabricação têxtil continuar como atualmente, o crescimento no volume de microplásticos oriundos de roupas sintéticas que acabarão no mar até 2050 pode ultrapassar 22 milhões de toneladas. Na altura de escolher novos tecidos, *optar por fibras naturais como algodão, linho, liocel ou tecidos biodegradáveis*.



Definir *objetivos concretos para a entidade*: por exemplo, estipular que, ao longo de um ano, pelo menos 50% do guarda-roupa dos espetáculos deverá ser em segunda-mão.



Reutilizar elementos de cenário que tenham pertencido a outras produções. Manter uma rede de comunicação que *facilite intercâmbios destes materiais* com outras companhias e espaços

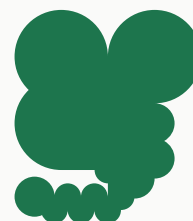
de espetáculo e *armazenar esses materiais em condições* para que possam ser reutilizados mais tarde. No caso de *design* e construção de cenário, ter em conta que se forem objetos mais genéricos podem mais tarde ser facilmente reaproveitados.



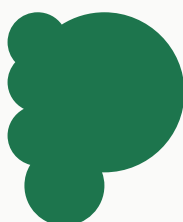
A construção modular de cenários é uma grande aliada para compor cenas diferentes e, muitas vezes, não precisam de substituição durante a sua vida útil. Quanto mais vezes o mesmo produto puder ser utilizado, *menos resíduos se irão gerar e menores serão os custos* com a compra de novos materiais.



Na altura da concepção do cenário e dos elementos que dele fazem parte, *utilizar matérias-primas que se desfaçam com mais rapidez na natureza*. Se não puderem ser reaproveitados, pelo menos terão características biodegradáveis.



Procurar conhecer bem a região onde será instalado o cenário *para encontrar materiais próximos que sejam úteis* e, quando possível, optar pela aquisição de materiais locais. Assim, além de se evitar o transporte e consumo de combustível, *também se fomenta a economia local*.



Ter em atenção os produtos de maquilhagem utilizados. Por exemplo, *evitar purpurinas que, quase sempre, contêm microplásticos*. Existem apps que ajudam na identificação de ingredientes nocivos para a saúde e para o meio ambiente. Como é o caso do [Ingred](#) e [INCI Beauty](#).



Para a atividade de conservação de obras de arte são utilizados produtos tóxicos como solventes, entre outras misturas de químicos e de biocidas, que podem ser muito perigosos para os conservadores-restauradores que, com eles, lidam diretamente, frequentemente em ambientes pouco ventilados. Hoje em dia, já existem algumas *soluções alternativas para uma prática de conservação mais sustentável* que fazem uso de produtos biológicos, biotecnologia e de nanomateriais para uma conservação amiga do ambiente. Também é fundamental *estar atento ao descarte de resíduos químicos*, que podem representar uma ameaça tanto para o ambiente como para os operadores ou mesmo para todos aqueles não diretamente envolvidos com estes procedimentos.



Sabemos que o transporte de quadros e outras obras de arte é um trabalho muito delicado, que requer muito cuidado e técnica. Em geral, as embalagens são feitas à medida da obra e exigem muito material como madeira, papel, plásticos e tecidos. Se possível, *optar por utilizar materiais sustentáveis e ecológicos para embalagens*, uma vez que já existem empresas no mercado que oferecem esse tipo de serviço. Algumas opções de materiais mais sustentáveis e

biodegradáveis para embalagens são o *granulado biodegradável* (alternativa aos granulados de esferovite, neste caso feitos a partir de trigo e amido de milho), o *papel cartão corrugado* (pode ser reutilizado como uma alternativa ao plástico bolha, por exemplo), e a *fita adesiva ecológica* de papel (uma alternativa para selar embalagens).



No transporte de cenografia, adereços ou *backline*, privilegiar a reutilização de *flight cases* entre produções. Se for preciso embalar malas para viagens de avião, *evitar a película de celofane* e procurar serviços que utilizem materiais recicláveis, como é o caso da [Safe Bag](#), que existe no aeroporto de Lisboa e que utiliza *película totalmente reciclável para proteção de malas de viagem*.



Se forem necessárias casas-de-banho portáteis num evento, investigar sobre a hipótese de *casas de banho secas*, que são bastante mais ecológicas, pois o composto pode ser reutilizado posteriormente depois do devido tratamento como adubo.



Criar uma *lista de parceiros, serviços e produtos sustentáveis* para indicar ou sugerir às produções que aconteçam num determinado espaço, de maneira a que possam escolher prestadores de serviços que tenham preocupações ambientais.



3.2.3 Na comunicação

Procurar evitar a impressão de materiais. Por exemplo, em substituição dos habituais *flyers*, ter *posters* grandes que incentivem o público a tirar-lhes uma fotografia com o telemóvel ou optar mais regularmente pelo uso de *QR codes*. Se for mesmo necessário imprimir, *utilizar papel reciclado e métodos de impressão que sejam o menos tóxicos possível*, como por exemplo a risografia, um método mais ecológico que a impressão tradicional.

Ter folhas de sala eletrónicas ou afixadas no espaço, para que não seja necessário imprimir uma para cada espectador.

Quando é necessário imprimir, procurar *verificar a origem das tintas utilizadas para impressão* nas gráficas e optar pelas opções mais sustentáveis. Entre muitas outras possibilidades, as tintas à base de soja ou de algas geram menos tóxicos na sua descarga. A paleta de cores utilizada pode também ter impactos ambientais variáveis.

Utilizar bilhetes eletrónicos de código de barras/*QR codes* que deem entrada automática na base de dados. Reforçar explicitamente que o *espectador não precisa de imprimir o bilhete* para aceder ao evento, mas apenas de mostrar o *email* no telemóvel.



Se a sinalética e os painéis publicitários de um determinado espaço ou evento não forem permanentes, *fazer uso de materiais sustentáveis na sua construção*. Por exemplo, ao invés de utilizar placas de espuma de PVC, experimentar materiais à base de cartão, como é o caso do Dispa. Se for criada uma rede de partilha, pode investir-se em *materiais modulares de maior dimensão e qualidade*, que permitem a mudança da publicidade e que serão rentabilizados com o tempo e o número de reutilizações.



Caso seja necessário encomendar a produção de *roll-ups*, procurar perceber quais as opções mais sustentáveis no mercado. *Roll-ups*, *banners* ou outros tipos de faixas feitas de lona *podem ainda ser doadas para oficinas de upcycling*, que as usam para dar vida a novos objetos como malas, bolsas e outros acessórios.



Usar cartazes antigos como material de embalagem e envio para novos cartazes.



Procurar que todo o *merchandising* seja o mais sustentável possível, como por exemplo: *t-shirts* e *tote-bags* de *algodão certificado ou outros tecidos sustentáveis*; cadernos de papel reciclado ou canetas feitas com materiais reciclados. Este ponto pode ser tido em conta não só para bandas e companhias, como também, por exemplo, para lojas de museus.



A *Internet* produz atualmente 3,8% das emissões de CO₂, uma percentagem que está a aumentar rapidamente. Por isso, é importante considerar, por exemplo, o impacto dos servidores em que estão alojados os *websites* e, também, o comportamento do consumidor final. A Sociedade Ponto Verde estima que, se por dia forem realizadas várias pesquisas e enviados dez *emails* de um *megabyte*, isso corresponderá a cerca de nove quilos de CO₂ emitidos por mês. Por isso, é sempre *benéfico incentivar o uso de motores de busca verdes*, como o [Ecosia](#) (que garante a plantação de árvores em função das pesquisas) ou o [Ocean Hero](#) (que se compromete a recolher plástico dos oceanos em função das pesquisas), em alternativa ao Google, Firefox, Opera, ou Safari, sempre que não for fundamental garantir um leque de resultados alargado.



Já existem ferramentas, como o [ecograder](#), que podem ser utilizadas para perceber quão sustentável é um *website*, nomeadamente o de um equipamento ou entidade cultural. Para fazer melhorias nesta dimensão, é recomendável alojar o *website* num *servidor que funcione com energias renováveis* e seja mais amigo do ambiente e considerar a sustentabilidade do *webdesign*, através da optimização da experiência do utilizador, do peso dos arquivos partilhados, da utilização de SEO, entre outros aspetos.

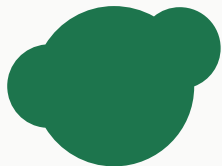


3.3 Energia

Evitar a ineficiência e o desperdício energéticos é uma importante forma de contribuir para a *redução da pegada ecológica* de uma entidade ou espaço, uma vez que a eletricidade é produzida em *centrais hídricas e térmicas*, em grande parte ainda com recurso à *queima de combustíveis fósseis*, o que leva a elevados níveis de produção de dióxido de carbono, o principal gás de efeito de estufa.

Segundo a [Associação de Energias Renováveis](#), Portugal encontra-se, *felizmente*, *em 5.º lugar no top mundial* da incorporação de energias renováveis na produção de eletricidade, com destaque para a energia hídrica (34,70%), eólica (29,30%), bioenergia (5,70%) e solar (1,50%).

É preciso *minimizar o desperdício energético* e o seu impacto no planeta e Portugal está a caminhar nesse sentido. Este é um desafio incontornável e transversal a todas as camadas da sociedade. Trazemos, por isso, algumas dicas que pretendem incentivar esse compromisso conjunto, promovendo *o uso eficiente dos recursos* e, desta forma, assegurando a *redução de emissões de gases poluentes*.



No caso de se estar envolvido na concepção de um novo espaço cultural, o ideal *será contemplar desde a sua raiz a sustentabilidade do espaço e da arquitetura*, de maneira a facilitar desde logo uma maior eficiência energética, garantindo, por exemplo, mais luz natural e uma maior circulação do ar.



Em Portugal, [de acordo com a PORDATA](#), 54,2% da energia elétrica provém de fontes renováveis. É possível verificar a percentagem de dependência de energia proveniente de combustíveis fósseis na fatura mensal de eletricidade e *procurar fornecedores sustentáveis de energia*: a Goldenergy e Coopérnico fornecem unicamente energia de fontes renováveis.



Se possível, *instalar um contador de eletricidade* que permita medir os gastos em cada evento específico. Isto permitirá adequar o consumo às necessidades existentes e analisar possibilidades de melhoria.



Desligar os aparelhos eletrónicos quando não estiverem a ser utilizados, uma vez que isto poderá *reduzir significativamente o seu consumo de eletricidade*.





Usar *powerbanks* e carregadores que *funcionem a energia solar*.



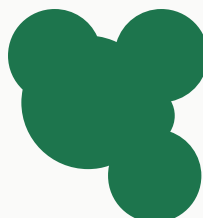
Tanto nos escritórios como, por exemplo, numa sala de teatro ou de cinema, aumentar ou diminuir o ar condicionado em *apenas um grau significa uma poupança importante de energia*. Com a roupa apropriada, o conforto térmico em Portugal está avaliado entre 20°C e 25°C para as estações de Inverno e Verão, respetivamente.



Deixar janelas e cortinas abertas ajuda a melhorar a circulação do ar e reduz a quantidade de energia utilizada por lâmpadas e ar condicionado.



Sabemos que as obras de arte requerem condições de conservação específicas. Habitualmente, é recomendada uma temperatura entre 20 e 22°C, humidade relativa entre 40 e 45% e, no máximo, 150 lux de iluminação, para quadros numa galeria. Outro tipo de museus, como os arqueológicos, devem climatizar as salas com diferentes condições para preservar materiais como peles, metais ou ossos. São condições específicas e de extrema importância para não comprometerem a vida das obras. *A monitorização e adequada manutenção dos mecanismos* que garantem essas condições, como por exemplo, a climatização e o ar-condicionado, pode garantir uma *gestão mais sustentável e eficiente*.





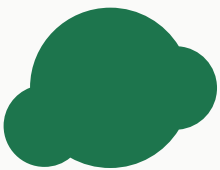
Não deixar luzes acesas em zonas desocupadas, como corredores, camarins, cacifos, entre outros. Adquirir sensores de movimento é uma forma eficaz de fazer desaparecer esta preocupação.



Procurar que toda a *iluminação do espaço seja o mais eficiente possível*. O ideal é que as lâmpadas sejam LED, uma vez que isto irá poupar cerca de 80% da energia. Embora as lâmpadas LED sejam mais caras, acabam por compensar no prazo de cinco anos, devido a uma necessidade menor de manutenção. Oferecem, também, maior durabilidade, com ciclos de vida de mais de 20 anos.



As lâmpadas LED garantem ainda outro tipo de tecnologias que as lâmpadas tradicionais não podem oferecer. Por exemplo, para atingir uma determinada tonalidade, *não será preciso fazer uso dos tradicionais filtros de gel*, que são um produto à base de petróleo.



Nos teatros e outros espaços de apresentação, o consumo energético das luzes de palco aumenta em cerca de 92% o consumo de energia habitual do espaço. Por isso, *procurar que as luzes sejam desligadas entre ensaios, soundchecks e os espetáculos*.



3.4 Alimentação, água e desperdício

De acordo com a Organização das Nações Unidas, *o desperdício alimentar causa cerca de 10% dos gases de efeito estufa*. O excesso de produção e de compra de alimentos faz com que, todos os anos, sejam deitadas fora *1,3 mil milhões de toneladas de alimentos*, o equivalente a um terço de toda a produção alimentar. Também todos os anos, cerca de 250 mil milhões de litros de água são utilizados em todo o mundo para produzir alimentos que nunca são consumidos. O transporte e a importação de alimentos têm, ainda, *graves consequências na emissão de gases de efeito estufa*, sendo que, para além disso, os recipientes descartáveis que muitas vezes contêm a comida são mais uma fonte de poluição.

A seguir à queima de combustíveis fósseis, o uso do solo/conversão da terra (incluindo deflorestação, pastorícia e agricultura), é *a segunda atividade mais poluente*, com 24% de responsabilidade sobre a emissão de gases com efeito de estufa. Já a nível dos recursos hídricos, apenas 3% de toda a água na Terra é potável e, destes, *apenas 0.5% estão imediatamente disponíveis*. Os restantes 2.5% estão armazenados em glaciares e calotas, na atmosfera, no solo, abaixo da superfície da Terra ou demasiado degradados para consumo.

Estas são, portanto, dimensões que devemos ter em conta no nosso dia-a-dia, não só pessoal como, também, profissional.



Ser o *mais consciente possível ao utilizar os recursos hídricos*. Ter atenção ao funcionamento de torneiras, autoclismos e duches das casas de banho e WC dos camarins, bastidores e de uso público. Sistemas que pingam representam um enorme desperdício: *dez pingos por minuto equivalem a seis litros por dia* e a cerca de dois mil litros por ano.



Se possível, *instalar redutores de caudal e temporizadores* nas torneiras e autoclismos de dupla descarga.



Em substituição do consumo de água engarrafada *sugerir o uso da água da torneira*. Disponibilizar, nos camarins e bastidores, jarros e copos de vidro para incentivar as equipas. Ter, também, *garrafas de água reutilizáveis para os artistas e para a equipa*, de maneira a não estar constantemente a adquirir garrafas de água de plástico.



Caso haja venda de bebidas à pressão num determinado espaço ou evento, considerar incluir um sistema de copos reutilizáveis. Neste caso, dois sistemas podem ser adotados:

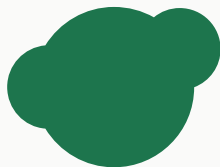
- 1) *levar o copo para reutilizar* noutros eventos e em casa
- 2) *devolver o copo à produção do evento* para que seja feita a adequada higienização e posterior reutilização. Importante também considerar a possibilidade de apelar ao público para já trazer o seu próprio copo de casa



No momento da produção de copos reutilizáveis, ter em atenção que o plástico usado na sua produção é diferente daquele que é utilizado nos copos descartáveis e tem mais impacto ambiental. Por isso, é importante *analisar o seu ciclo de vida*: se for reutilizado diversas vezes, será, efetivamente, uma opção mais amiga do ambiente. Também se pode considerar um material diferente para este propósito, tal como o metal, *que pode ser esterilizado em água a ferver*.



Se existir venda de comida, *utilizar o mínimo possível de embalagens* e fazer uso de pratos e talheres reutilizáveis ou, caso precisem de ser descartáveis, *que sejam feitos de materiais biodegradáveis*. Já existem várias empresas que produzem esse tipo de loiça, como a [Biotrem](#).



A cada segundo o mundo desperdiça o equivalente a *seis camiões do lixo de comida*. Verificar com antecedência, junto dos artistas e técnicos, quais as quantidades de *catering* necessárias. É fundamental fazer as perguntas certas para poder *apresentar necessidades claras* a fornecedores, parceiros e prestadores de serviços.



Se for encomendada comida em regime de *take-away*, escolher fornecedores que *não utilizem plásticos de uso único*.



Se sobrar comida de uma produção, doar a uma organização que a reaproveite e distribua. Associações como a [Refood](#) ou o [Movimento Zero Desperdício](#) asseguram diariamente a redistribuição condigna de comida que iria acabar no lixo.



Privilegiar a compra de *produtos alimentares frescos e sazonais a produtores locais*. Procurar estabelecer, por exemplo, parcerias com cooperativas fornecedoras de cabazes.



Oferecer opções de consumo ético aos participantes dos eventos promovidos e ao público de um determinado espaço cultural, encorajando a redução do consumo de carne, laticínios, peixe e ultraprocessados. Também aqui definir metas pode ajudar, por exemplo: durante o próximo ano, pelo menos 50% dos alimentos fornecidos quer para as equipas, quer no café e restaurante ao público em geral, *devem ser provenientes de fornecedores locais*.



Considerar *ter um compostor no espaço* e orientar as equipas sobre o seu funcionamento.



3.5 Reflexão e comunicação

*Todas as mudanças, por mais pequenas
que sejam, fazem a diferença.*

Como tal, acreditamos que as reflexões devem ser feitas em conjunto e as pequenas conquistas devem ser partilhadas e celebradas. Só assim podemos *aprender em conjunto*, simultaneamente *inspirando e motivando* outros para que se juntem a esta caminhada.



Dar os primeiros passos, no sentido do compromisso para com a sustentabilidade no âmbito da missão, visão e valores de uma organização, e *definir objetivos concretos*. Algumas perguntas que podem ajudar à reflexão são: Quais são os *nossos impactos ambientais principais*? Que *oportunidades* temos *para os reduzir*? Quais os *próximos passos* que podemos dar? O ideal seria as equipas terem o tempo e os recursos necessários para refletirem e colocarem estas preocupações como estruturais à sua prática.



Medir e monitorizar dados relativos à pegada carbónica da entidade ou espaço e avaliar progressos obtidos pela implementação de mudanças ao longo do tempo. É importante *planear, agir e verificar*, avaliando de forma periódica e sistemática a implementação das mudanças que foram planeadas. O que foi feito? O que resultou? Onde é necessário melhorar? Para ajudar a esta análise, a Julie's Bicycle disponibiliza a calculadora "[Creative Green Tools](#)", com parâmetros adequados a espaços e a entidades culturais. Para avaliação da pegada ambiental a nível individual, existem múltiplas ferramentas *online* – a [Global Footprint Network](#) é um bom exemplo. Em breve, o Gerador irá disponibilizar, em conjunto com a Lisboa E-Nova, uma *ferramenta desenhada especificamente para apoiar a comunidade cultural*.



Apostar numa boa comunicação com outras entidades e espaços culturais e no *funcionamento em rede*, tanto a nível da *utilização dos espaços como da partilha de recursos*. Fomentar uma economia de proximidade e/ou circular entre entidades e espaços culturais.



Através dos serviços educativos e/ou de iniciativas de desenvolvimento comunitário, *ponderar sobre a importância da reflexão conjunta acerca dos novos valores*. Atividades que fomentem uma relação mais direta com a natureza, como as realizadas ao ar livre, ou que alimentem relações mais estreitas das comunidades com os locais que habitam, podem *motivar a alteração coletiva de comportamentos*.



Oferecer, no âmbito de programas públicos, *oportunidades de debate e reflexão coletiva* em torno destas questões.



Incluir nos canais de comunicação do espaço ou entidade informações sobre os passos que estão a ser dados no *sentido de uma gestão mais sustentável*, como forma de motivar outros a fazer mudanças semelhantes.



Ser vocal também acerca das dificuldades que se encontrem ao longo deste processo: *fomentar debates e conversas acerca dos problemas* e dos entraves que se vão encontrando pode ser o começo de uma busca coletiva por soluções.



Coordenação:
Clara Amante

Colaboradores:
Associação ZERO
Clara Antunes
Leonor Dias Nogueira
Sarah Gonçalves

Identidade gráfica:
Abel Quental
Sara Jorge

Paginação:
Priscilla Ballarin

