



SUSTENTABILIDADE E ACESSIBILIDADE NA DIGRESSÃO DA BANDA *COLDPLAY* NO BRASIL

JOANA DOS SANTOS PATROCÍNIO¹
FÁTIMA MATOS SILVA^{2,3,4}

¹Mestranda em Turismo e Hospitalidade. Universidade Portucalense (joanapatrocinio14@gmail.com)
Titulação pela Universidade Portucalense. Discente na Universidade Portucalense (48051@alunos.upt.pt)
²Departamento de Turismo, Património e Cultura, Universidade Portucalense, 4200-072 Porto, Portugal; mfms@upt.pt
³REMIT- Research on Economics, Management and Information Technologies, Universidade Portucalense
⁴CITCEM - Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória, Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Via Panorâmica s/n, 4150-564 Porto, Portugal

RESUMO - Neste trabalho de investigação abordamos a problemática da sustentabilidade e da acessibilidade no turismo de eventos, mais concretamente em eventos musicais, fazendo algumas considerações sobre as diferentes concepções identificadas na literatura científica. Realizamos um estudo exploratório-descritivo e a respetiva análise quantitativa sobre as perspetivas e experiências dos participantes na digressão dos Coldplay no Brasil, em março de 2023. A recolha de dados foi realizada através de questionário aplicado aos participantes que assistiram aos espetáculos em São Paulo, Rio de Janeiro e Curitiba. Igualmente analisamos a acessibilidade virtual do website e a forma como a comunicação foi realizada, bem como as características distintivas destes espetáculos no sentido de alcançar a sustentabilidade e permitir a acessibilidade universal. Entre os principais resultados, foi possível identificar perceções e impactos positivos deixados pela banda, que comprovou ser possível celebrar, entreter e reunir pessoas de maneira sustentável. Constatamos também que os eventos sustentáveis têm um papel importante na conscientização e educação ambiental, assim como podem ser catalisadores de mudanças mais amplas na sociedade. A inserção da sustentabilidade e da acessibilidade universal nas atividades cotidianas deverá contribuir para a construção de um mundo melhor, quer para as presentes, quer para as futuras gerações.

Palavras-chave: Turismo de Eventos; sustentabilidade; acessibilidade universal; eventos sustentáveis; *Coldplay*.

ABSTRACT – In this research paper, we address the issue of sustainability and accessibility in event tourism, specifically in music events, considering the different conceptions identified in the scientific literature. We conducted an exploratory-descriptive study and quantitative analysis of participants' perspectives and experiences in Coldplay's Brazil tour in March 2023. Data was collected using a questionnaire to participants who attended the shows in São Paulo, Rio de Janeiro, and Curitiba. We also analyzed the virtual accessibility of the website and how communication was carried out, as well as the distinctive characteristics of these shows in terms of achieving sustainability and allowing universal accessibility.

Among the main results, it was possible to identify perceptions and positive impacts left by the band, which showed that it is possible to celebrate, entertain and bring people together sustainably. We also found that sustainable events are important in raising awareness, environmental education, and catalysts for wider societal changes. Incorporating sustainability and universal accessibility into everyday activities will help build a better world for present and future generations.

Keywords: Events Tourism; sustainability; universal accessibility; sustainable events; *Coldplay*.



1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos tem-se verificado uma relação crescente do turismo de eventos, dando vida aos diversos locais onde os mesmos se realizam, impulsionando esses locais e criando percepções positivas. Em alguns locais, os eventos são considerados a principal atração do destino. Os eventos, que podem ser classificados como culturais, gastronômicos, desportivos e musicais, entre outros, atraem um público considerável de indivíduos ansiosos por se envolverem e trocarem experiências. Os eventos são cruciais para o turismo em geral, uma vez que são uma fonte substancial de rendimento tanto para o setor do turismo, como para as comunidades locais. Os viajantes que participam em eventos normalmente gastam dinheiro em alojamentos, refeições, transportes, compras e outras atrações turísticas, reforçando desta forma a economia local. Podem também contribuir para um aumento das taxas de ocupação hoteleira, para o aumento do comércio regional e para a criação de novos empregos e oportunidades de negócio para a população local aumentando a sustentabilidade dos lugares.

A promoção da imagem do destino é outro contributo significativo dos eventos, uma vez que são capazes de produzir publicidade significativa para a região e atrair um público específico (Marujo, 2015). Getz (2008) afirma que os eventos, por serem um motor turístico fundamental, desempenham um papel importante no planeamento e nas estratégias de marketing da maioria dos locais. Os efeitos dos eventos no setor do turismo têm vindo a tornar-se cruciais para a competitividade destes locais. Todas estas características têm um papel vital na economia local, bem como no desenvolvimento cultural e social das comunidades em causa. Assim, é possível referir que os eventos também são cruciais para incentivar as viagens, uma vez que podem aumentar o número de viajantes para locais específicos.

Atualmente, a sustentabilidade tem sido um tema relevante em todas as atividades que a sociedade desenvolve, incluindo os eventos. A busca pelo desenvolvimento económico e social de forma equilibrada é cada vez mais desafiador. Entre esses desafios podemos citar a realização de eventos com impactos mínimos na sociedade e ao meio ambiente e que têm como objetivo desenvolver as condições de acessibilidade universal.

Para o estudo de caso foi escolhido o evento musical *Coldplay: Music of the Spheres - World Tour*, que foi realizado no Brasil em março de 2023.

Coldplay é uma banda de rock britânica cujos membros se conheceram na



Universidade de Londres, em 1996 e lançaram seu primeiro álbum em 2000. Desde então, a banda já ganhou diversos prêmios importantes no mundo da música, como o *Brit Award* e o *Grammy Award*. Em 15 de outubro de 2021 a banda anunciou a sua oitava digressão, promovendo o seu nono álbum de estúdio *Music of the Spheres*, marcando, desta forma, o seu retorno após a pandemia de COVID-19. A *tour* teve início na Costa Rica em março de 2022 e terminou em julho de 2023 na cidade de Amsterdã (*Coldplay Wiki*, 2022).

A escolha deste evento como objeto de estudo, teve por base as suas características ambientais responsáveis e a utilização de estratégias inovadoras de sustentabilidade para realização das digressões, planejadas durante mais de dois anos pela banda, de forma que o evento tivesse o menor impacto possível no meio ambiente. Igualmente analisamos os elementos de inovação e informação de *websites* resultantes da inovação tecnológica que foi implementada na comunicação e informação associada aos espetáculos da banda.

Qualquer tipo de evento, incluindo eventos musicais, precisa ser organizado de forma sustentável. Esses eventos podem gerar impactos ambientais e sociais significativos, desde a emissão de gases até a produção de resíduos e a exploração de recursos naturais. De acordo com essas considerações, este trabalho tem como objetivo compreender o conceito de sustentabilidades e também o de acessibilidade, aplicados no evento musical *Music of the Spheres - World Tour* realizado pela banda *Coldplay*, de forma a analisar os desafios e impactos causados pelo evento, assim como a percepção dos participantes a partir do ponto de vista sustentável.

Neste contexto, partindo da apresentação da metodologia utilizada para estruturação do questionário e de uma revisão bibliográfica, o trabalho segue apresentando a análise e discussão dos resultados e, por fim, as considerações finais que consistem em uma análise crítica de todo trabalho e algumas recomendações para estudos futuros.

2 TURISMO DE EVENTOS, SUSTENTABILIDADE E ACESSIBILIDADE VIRTUAL

O turismo é um setor amplo que abarca diversas atividades relacionadas com viagens, hospedagem, alimentação, lazer e entretenimento. Entre essas atividades, destaca-se o turismo de eventos. Nos últimos anos, o turismo de eventos tem ganho crescente relevância, consistindo em viagens planejadas com o propósito de participar em eventos como festivais, conferências, feiras, exposições, espetáculos e outros. O turismo de eventos desempenha um papel significativo no desenvolvimento económico e social e constitui uma parte substancial



do lazer e entretenimento na sociedade contemporânea. Além disso, ele impulsiona o progresso econômico e social das localidades, ao estimular o comércio, a indústria hoteleira e o setor de serviços em geral e atrair investimentos, ao mesmo tempo que contribui para a preservação da cultura e das tradições locais. O Ministério do Turismo do Brasil (2006) afirma que o “Turismo de Negócios e Eventos compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social” (p. 45).

Os eventos estão a tornar-se mais frequentes em todo o mundo, crescendo em número e popularidade, sejam eles eventos de grande escala ou pequenas celebrações locais que podem tornar-se atrações turísticas. São considerados impulsionadores fundamentais do turismo e são enfatizados na maioria dos planos de desenvolvimento e marketing de destinos (Getz, 2008). Por outro lado, também são uma importante fonte de rendimento para a indústria do turismo e para as comunidades locais, bem como uma fonte de emprego.

Os eventos multiplicam-se em várias atividades com características únicas, todos com propósito de promover a interação entre as pessoas. De acordo com Zanella (2006) o evento pode ser definido como uma reunião de pessoas com data e local predeterminados e um objetivo específico, independentemente da natureza desse objetivo. Para Getz (1997) os eventos são acontecimentos temporários planejados, com uma programação previamente estabelecida e anunciada. Neste contexto, os eventos podem ser únicos ou contínuos, mas cada um possui seu próprio ambiente que é influenciado por vários fatores, incluindo a data de realização, sua duração, o local, a gestão e os próprios participantes. São atividades planejadas e organizadas com um propósito específico, que envolvem a reunião de pessoas em um determinado local e momento. Cada tipo de evento requer uma abordagem específica em termos de planejamento, organização e execução, sendo importante considerar o público-alvo, o objetivo do evento e o ambiente em que ele será realizado de forma a garantir o sucesso do mesmo.

Segundo Getz (2008) as atividades planejadas diferem devido à interação entre o ambiente, os atores e os sistemas de gestão, incluindo características de planejamento e *design*. Envolvem processos complexos que muitas vezes requerem recursos humanos e financeiros significativos e, portanto, é necessária uma análise do programa com objetivos claros, público-alvo, conteúdo e estrutura, e uma análise rigorosa de custo-benefício (Fortes & Silva, 2011). Um plano bem estruturado permite medir as consequências e o impacto que um evento



deixa, principalmente no que se refere à sustentabilidade.

De acordo com a Organização das Nações Unidas (1987) a sustentabilidade pode ser definida como a utilização de recursos de maneira equilibrada e consciente, de forma a satisfazer as necessidades da geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras. Esta utilização de recursos de forma equilibrada também deve ser aplicada nos eventos. Segundo Trigo e Senna (2016), um evento sustentável é aquele que pode minimizar o seu impacto ambiental imediato, deixando um legado benéfico e duradouro para a comunidade. Souza et al. (2017, como citado em Freitas, 2020) consideram que os eventos sustentáveis devem ser financeiramente viáveis, mas devem minimizar os potenciais efeitos negativos na sociedade e no meio ambiente, melhorando a distribuição de oportunidades e a criação de riqueza para a comunidade local e promovendo o desenvolvimento social e econômico da região. Por isso, é importante que os organizadores de eventos incorporem práticas sustentáveis em todos os aspectos da realização do evento, desde o planejamento até a desmontagem. Isso inclui medidas como o uso de energia renovável, a redução do consumo de água, a gestão adequada dos resíduos, a promoção do transporte sustentável, a inclusão de práticas sociais responsáveis, entre outras.

Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), criados pela Organização das Nações Unidas com o intuito guiar a humanidade até 2030 com base no crescimento econômico, inclusão social e proteção ao meio ambiente, procuram atender as necessidades sociais incluindo educação, saúde, proteção social e oportunidades de emprego, ao mesmo tempo em que combatem as mudanças climáticas e promovem a proteção ambiental (ONU, s/d).

Segundo Hanai (2012), a sustentabilidade pode ser descrita como uma opção social que inclui vários objetivos, de acordo com determinadas escalas de valores e contextos variáveis que mudam com o tempo e são continuamente retroalimentados. De acordo com Irving et al. (2005), a busca de proveitos de longo prazo, a garantia dos compromissos de relações trabalhistas e da imagem corporativa, a minimização do impacto cultural e ambiental local e global, são alguns dos critérios cruciais da sustentabilidade. As políticas e ações para o desenvolvimento e planejamento turístico e proteção dos recursos renováveis, podem agora ser vistas como ambições comuns que se podem reforçar mutuamente, e não como forças concorrentes e contraditórias. Em termos gerais, as políticas e ações para o planejamento do turismo devem ser criadas de forma a maximizar e promover as vantagens e reduzir os custos



e os efeitos adversos das atividades associadas, como os eventos.

A sustentabilidade no caso dos eventos, desempenha uma papel muito importante na gestão no planejamento, evento e pós-evento, tendo em consideração os pilares da sustentabilidade: ambiental, social e económico. Assim, é necessário implementar políticas e procedimentos para alcançar os benefícios inerentes à certificação e normas, como a minimização de danos.

Em 15 de Junho de 2012 foi criada pela Organização Internacional de Normalização a norma de gestão para a sustentabilidade de eventos ISO 20121:2012 (SGSE) com o objetivo de integrar princípios de desenvolvimento sustentável, através de requisitos aplicáveis a um sistema de gestão na organização de eventos, que são aplicados a toda cadeia de fornecimento da indústria de eventos (APCER, s/d). A utilização desta norma deverá trazer diversos benefícios em prol da sustentabilidade, entre eles, a melhoria do planejamento e dos processos aplicados durante o evento, bem como a garantia de uma herança positiva após a realização do mesmo.

A acessibilidade é um direito fundamental garantido por lei que permite às pessoas utilizar os espaços públicos e privados de forma segura, independente e autônoma (Fernandes 2022). Atingir a acessibilidade universal em que todas as pessoas, com ou sem necessidades especiais, possam participar de todas as atividades que incluam o uso de produtos, serviços ou informações (Silva e Borges, 2020) é permitir a inclusão e criar sustentabilidade para todos. Um ambiente verdadeiramente acessível é aquele em que todos podem expressar livremente a sua independência e remove qualquer impedimento à integração (Darcy, Cameron, Dwyer, et al., 2008). Igualmente, a acessibilidade virtual baseia-se na disponibilização de informação a todos os utilizadores, independentemente das suas limitações, tecnologia ou plataforma utilizada. Deve permitir o acesso a todos os utilizadores numa perspectiva de aprendizagem, compreensão, navegação e interação com a Web, independentemente da sua singularidade (necessidades especiais de qualquer tipo, visuais, auditivas, físicas, de fala, cognitivas, neurológicas) ou idade.

3 METODOLOGIA

Para atingir o objetivo deste trabalho, foi utilizada a aplicação de técnicas de análise de dados qualitativos, sendo inicialmente realizada uma análise teórica, através da revisão da literatura sobre os temas abordados, posteriormente complementada com uma entrevista



estruturada e aplicada em uma amostra de participantes do evento no Brasil. Foi realizado um estudo exploratório e descritivo, sendo a pesquisa realizada do tipo *Survey*. De acordo com Salvador et al. (2020), o pesquisador que emprega um método qualitativo procura compreender a subjetividade do sujeito, assim como o tema em estudo abordado de forma detalhada, com base em seu contexto.

O questionário foi elaborado na plataforma virtual *google forms* com perguntas claras e objetivas, num total de dezenove questões, abertas e fechadas, e dividido em duas seções. A primeira, foi relativa às questões sociodemográficas de amostra e relacionada com o perfil do respondente como idade, gênero, grau de escolaridade e cidade onde assistiu o espetáculo. A segunda, abrangeu questões de forma a analisar a percepção dos participantes do evento a partir do ponto de vista da acessibilidade e da sustentabilidade.

A investigação foi aplicada no Brasil e o público-alvo foram os participantes que assistiram ao evento nas cidades de Curitiba, Rio de Janeiro ou São Paulo. Os dados foram recolhidos entre os dias 30 de maio e 24 de junho de 2023, totalizando 27 questionários respondidos, através de links que foram enviados online para potenciais grupos de participantes por meio da rede social *Facebook* e para contatos pessoais. O *Facebook* é considerado uma das maiores redes sociais do mundo e há estudos que sugerem que esta rede incentiva os usuários a interagir e compartilhar conteúdos (Machado, 2015).

Como limitações tivemos a falta de agilidade nas respostas dos questionários enviados *online* mas, sobretudo, a pouca colaboração dos respondentes, pelo que consideramos terem sido os maiores desafios enfrentados.

Relativamente à análise do website na ótica do utilizador e no sentido de verificar o grau de cumprimento das recomendações do WCAG 2.0, utilizamos o validador automático *AccessMonitor Plus*, que permite verificar os requisitos de acessibilidade das Diretrizes de Acessibilidade de Conteúdos Web (W3C) do *World Wide Web Consortium* (W3C) (WCAG 2.0). Foi realizada uma análise qualitativa e quantitativa. Igualmente realizou-se o estudo dos elementos relativos à promoção e comunicação da sustentabilidade da digtessão.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Análise dos Resultados do Inquérito

Os dados foram reunidos e organizados de forma a ser possível fazer uma avaliação crítica dos mesmos, assim como interpretar e relacionar os resultados com o objetivo da



investigação. A Tabela 1 apresenta os resultados sociodemográficos sobre as características dos respondentes. A média de idade dos respondentes, equivalente a 70,4% do total, encontra-se entre 26 e 45 anos. Observa-se que há uma percentagem muito expressiva do público jovem. Em relação ao gênero, observa-se que 81,5% destes são do sexo feminino. A maior parte dos respondentes possui ensino superior, somando 88,9% dos entrevistados. Deste modo, pode-se considerar o nível de estudo alto e a intelectualidade dos participantes desta amostra.

Tabela 1. Características sociodemográficas da amostra

Características sociodemográficas	Número	%	
Idade	15-25	5	18,5
	26-35	12	44,5
	36-45	7	25,9
	46-55	3	11,1
Gênero	Feminino	22	81,5
	Masculino	5	18,5
Grau de escolaridade	Ensino básico	1	3,7
	Ensino secundário	2	7,4
	Ensino superior	24	88,9
Total	27	100	

Fonte: Elaboração própria.

Analisando a região onde os participantes assistiram ao espetáculo, observou-se que a maioria dos respondentes assistiu no Rio de Janeiro, concentrando a maior percentagem (63%), seguindo por Curitiba, representada por 37% das respostas.

As opiniões dos participantes sobre as ações de sustentabilidade observadas durante o evento indicam que 96,3% dos participantes acreditam que o evento *Coldplay* teve preocupações com as questões relacionadas com a sustentabilidade, assim como, o incentivo às ações sustentáveis. Esta percepção corrobora o compromisso do grupo que, desde 2019, afirmou que a banda só voltaria a fazer espetáculos quando pudesse reduzir os impactos ambientais de suas digressões (Rocha, 2023). A maioria dos participantes percebeu a utilização de materiais recicláveis e afirmaram haver ações de redução de desperdício, representados por 92,6% e 85,2% das respostas, respectivamente.

Em relação às opções de transporte oferecidas durante o espetáculo, a maior parte dos respondentes afirmou não serem sustentáveis (59,3%), mas 40,7%, discordam dessa

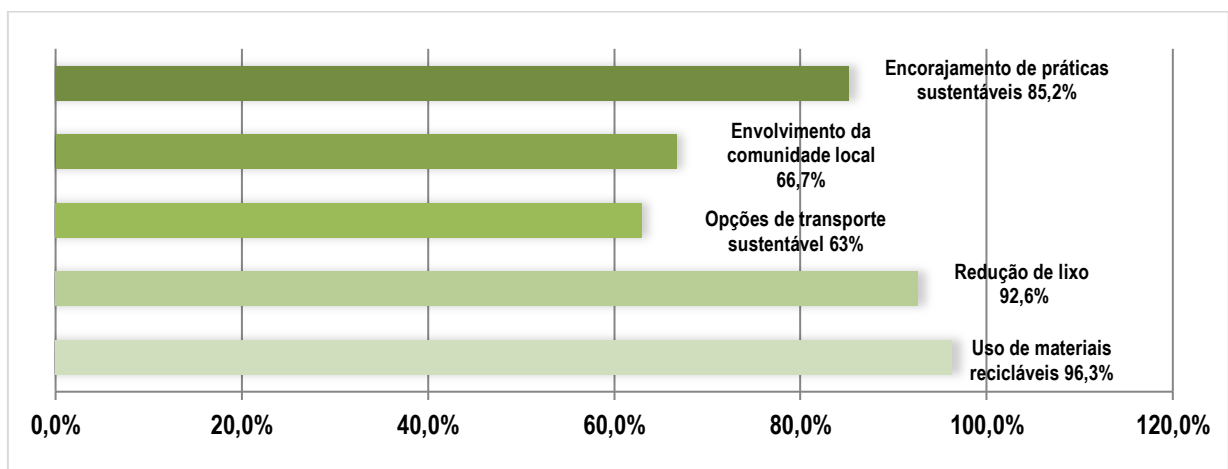


afirmação. Refira-se que apesar do incentivo da banda para utilizar o transporte público, este não era disponibilizado por eles, mas pelos municípios, que, muitas vezes, não dispõe de veículos sustentáveis o que terá sido um obstáculo. Ações internas como, parceria com a DHL (parceira oficial de logística da banda) e utilização de veículos elétricos ou biocombustível para frete e transporte terrestre da equipe e integrantes, foram realizadas pela banda com intuito de reduzir a emissão de CO₂ (Castello, 2023).

No que concerne às ações sustentáveis que se destacaram durante o evento, os respondentes realçaram: as pulseiras de *led* reutilizáveis; a utilização de energia cinética gerada durante o evento; a divulgação de várias iniciativas para proteger a natureza e a reutilização dos materiais utilizados no evento. Verifica-se, mais uma vez, o compromisso *eco-friendly* da banda britânica proposto em 2019. O plano sustentável divulgado no *website* da banda apresenta diversos compromissos ambientais, entre eles, gerar energia cinética a partir do contato dos fãs com o chão à medida que dançam e pulam (Babilônia, 2021).

A experiência pode ser considerada um atrativo primordial em eventos musicais, sendo oferecida de maneira diferenciada no evento *Coldplay* através de experiências sensoriais e sustentáveis, que permaneceram na memória das pessoas que participaram. A maior parte dos respondentes, representado por 85,2% das respostas, participariam novamente em espetáculos realizados pela banda. Podemos considerar nesta questão, a experiência positiva deixada pela banda.

Figura 1 - Ações consideradas importantes para tornar um concerto mais sustentável



Fonte: elaboração própria.



A Figura 1 mostra as principais ações que os inquiridos consideraram importantes para tornar o evento mais sustentável, sendo a utilização de materiais recicláveis (96,3%) e a redução de resíduos (92,6%) consideradas as mais importantes. Outras ações, como as opções de transporte sustentável (63%), o envolvimento da comunidade local (66,7%) e o incentivo a práticas sustentáveis (85,2%) foram também consideradas importantes.

Todas as ações citadas pelos entrevistados foram consideradas e incluídas no plano sustentável da banda, que inclui iniciativas como redução da emissão de CO₂, uso de energias renováveis, viagens sustentáveis, otimização do consumo de água, redução de resíduos, incentivo a boas causas, proteção da natureza e transparência na mensuração dos impactos ambientais positivos e negativos (Babilônia, 2021).

Relativamente à utilização de materiais reutilizáveis, 66,7% dos inquiridos afirmaram que os copos utilizados durante o evento poderiam ser reutilizados noutros eventos/festivais de música. Os restantes 33,3% dos inquiridos discordaram desta afirmação. No caso da utilização de inovações tecnológicas ou outras para reduzir a utilização de materiais de utilização única durante o evento, 77,8% dos inquiridos afirmaram ter observado a utilização de tecnologias nestes casos e 22,2% discordaram.

A maioria dos inquiridos neste inquérito mostraram-se sensibilizados para a questão da sustentabilidade, com 88,9% de respostas positivas.

Relativamente à acessibilidade física, nomeadamente às casas de banho, a maioria dos inquiridos considera-as sustentáveis (77,8%) e adaptadas a pessoas com dificuldades físicas ou outras (74,1%).

Um evento de sucesso não só promove a sustentabilidade, como também inspira e motiva os participantes a adotarem comportamentos mais responsáveis para com o ambiente e a sociedade.

4.2 Website da Banda *Coldplay* e as preocupações com a Sustentabilidade

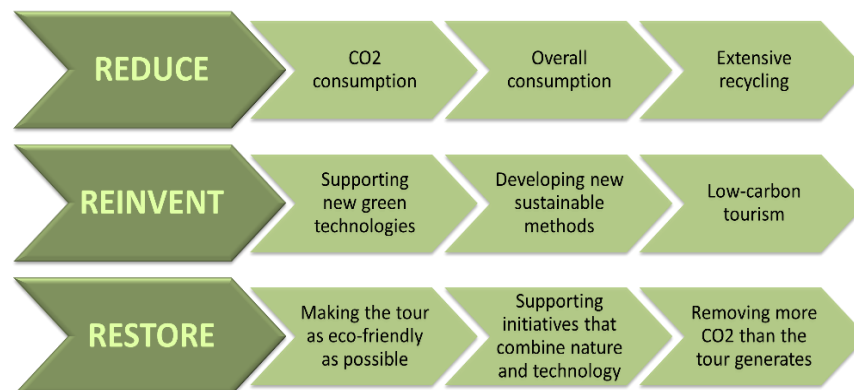
Como forma de esclarecer e detalhar todas as ações sustentáveis que seriam utilizadas durante o espectáculo, a banda *Coldplay* inseriu as informações em websites que podem ser acessíveis a qualquer pessoa interessada (<https://vivacoldplay.com/2021/10/sustentabilidade/> e sustainability.coldplay.com). Ambos os websites apresentam todas as iniciativas para mitigar o impacto ambiental de cada concerto produzido. Os sítios Web sensibilizam para questões importantes como as alterações climáticas, a proteção do ambiente e as práticas sustentáveis,



pelo que é necessária uma comunicação clara e acessível para ajudar neste processo. O compromisso ecológico assinado pelos *Coldplay* em 2019 apresenta o plano sustentável desenvolvido, com o objetivo de reduzir os impactos ambientais produzidos durante a digressão, transmitindo informações sobre as práticas sustentáveis que foram adoptadas.

A comunicação desempenha um papel fundamental na informação, envolvimento e sensibilização de todas as partes interessadas sobre os princípios e objetivos de sustentabilidade do evento, bem como na divulgação eficaz da informação junto do público-alvo, seja através de anúncios impressos, televisão, rádio ou meios digitais. Ao criar um Website para apresentar ações sustentáveis, o grupo conseguiu chegar a um público mais amplo, para além dos participantes no concerto, aumentando ainda mais a sensibilização para a sustentabilidade.

Figura 2 – Princípios fundamentais (Plano de Desenvolvimento Sustentável *Coldplay*)



Fonte: sustainability.coldplay.com (2023) - Adaptado pelos autores.

No website, além de um logotipo interativo criado para apresentar todas as esferas que seriam trabalhadas pela banda em relação à sustentabilidade, também são destacados os três princípios fundamentais que tornaram a digressão *Music Of The Spheres* o mais sustentável e de baixo carbono possível. A partir dos princípios estabelecidos, são abordadas as iniciativas sustentáveis praticadas antes, durante e após a digressão, que estão condensadas na Figura 2 e na Tabela 2.



Tabela 2 - Iniciativas sustentáveis praticadas pelos Coldplay

Iniciativas	Ações Práticas	
Emissões de CO2	Redução da emissão direta de carbono em mais de 50% comparado a digressão anterior; Fomentar a utilização de biomateriais reutilizáveis	Adaptar as operações turísticas e evitar a utilização de combustíveis fósseis; Fomentar a utilização de energia limpa
Energia	Utilização de energia renovável	Evitar a utilização de combustíveis fósseis
Viagem	Voar em voos comerciais, usar veículos elétricos ou biocombustível para frete terrestre e transporte, sempre que possível	Pagaram uma sobretaxa para usar ou fornecer Combustível de Aviação Sustentável (SAF) em voos fretados
Espectáculo	A fim de utilizar equipamentos, materiais e recursos locais, o evento é adaptado de acordo as melhores práticas ambientais	Palcos construídos com materiais leves, de baixo carbono e reutilizáveis, pulseiras de led, equipamento ultra eficiente para iluminação e áudio e utilização de confetes 100% biodegradáveis
Fãs	Aplicativo que incentiva os fãs a utilizarem transporte de baixo carbono para irem e voltarem dos espetáculos e oferece descontos	Experiências interativas e educacionais durante o evento, como a zona de energia cinética
Água	Maximizar a eficiência hídrica através de torneiras airadas, vasos sanitários com baixa descarga e redução da pressão da água	Estações de recarga de água para os ventiladores e incentivo aos fãs para trazer uma garrafa de água recarregável
Desperdício	Eliminação da venda de garrafas de água plásticas de uso único e incentivo à criação de programas de reciclagem nos estádios	Patrocina um projeto de limpeza do oceano chamado <i>The Ocean Cleanup</i>
Alimentos	Menu a base de plantas, produtos orgânicos de origem local e compostagem de resíduos orgânicos	Apoiam o desenvolvimento de alimentos sintéticos cultivados em laboratório e parcerias com banco de alimentos
Mercadoria	Produtos adquiridos de forma ética e responsável	Substitutos naturais, como algodão orgânico, são usados no lugar de plásticos e poliésteres
Boas causas	Continuação da doação de 10% de cada dólar ganho em digressões, álbuns, publicações, etc., para um fundo de caridade	Apoio a projetos e instituições de caridade com consciência social e ambiental
Natureza	Comprometimento com o reflorestamento, restauração do solo, conservação dos	Restauração de prados de ervas marinhas e manejo de florações de algas marinhas



oceanos, proteção de espécies marinhas

Transparência

Comprometimento em monitorar os efeitos ambientais da digressão, tanto positivos quanto negativos, regularmente, para que os ajustes possam ser feitos conforme avanço

Utilização da assessora *Green Nation* da *Live Nation* para garantir que as técnicas sustentáveis criadas nessa digressão sejam disseminadas, adotadas e expandidas para o restante da indústria musical

Fonte: Elaboração própria, baseado no website.

Além dos *websites* foram utilizadas outras plataformas como o *Instagram* e o *Facebook*, que direcionam para os propósitos apresentados acima. Através deste canal, foi possível identificar o comprometimento da banda em praticar ações sustentáveis, e através delas, conscientizar o público e fomentar ações similares no mundo da música.

4.3 Análise da Acessibilidade Virtual

O relatório de práticas de acessibilidade Web (W3C WCAG 2.1) foi efetuado e analisado com recurso ao *AccessMonitor* 2.1 (accessibility.gov.pt). Este *software* é um validador automático de práticas de acessibilidade que verifica a aplicação das diretrizes de acessibilidade em conteúdos HTML numa escala de 1,0 a 10,0. Os três tipos de resultados são estratificados por três níveis de prioridade ('A', 'AA' e 'AAA'). Para que um sítio Web seja considerado acessível, devem ser fornecidas alternativas de texto para todos os conteúdos não textuais, permitindo a adaptação às necessidades de cada utilizador (impressão ampliada, braille, possibilidade de leitura em voz alta, símbolos e linguagem mais simples). Todos os conteúdos devem também ser adaptáveis, discerníveis e acessíveis através do teclado. A opção de ajuda é muito importante, assim como a disponibilização de elementos multimédia com conteúdo e texto devidamente rotulados, com legendas ou descrição áudio.

Na página inicial dos *Coldplay* - Site Oficial, em termos de acessibilidade, tem apenas uma pontuação de 7,9. Mas na página de inclusão - <https://www.coldplay.com/inclusivity-on-the-tour/>, tem uma pontuação de 8,5.

A análise qualitativa revelou erros de nível A, AA e AAA, relativamente aos erros aceitáveis, não aceitáveis e aos avisos a verificar manualmente (Tabela 3). Verificamos que existem vários erros nos três níveis, incluindo os não aceitáveis, o que corrobora os resultados obtidos (7,9 e 8,5), que do ponto de vista do utilizador resultam em várias dificuldades no acesso aos conteúdos, e que devem ser melhorados.



Tabela 3 - Resultados dos testes de níveis "A", "AA" e "AAA"

Website	Access Monitor Index	NÍVEL A				NÍVEL AA				NÍVEL AAA			
		Aceitável	Não Aceitável	Avisos	Total	Aceitável	Não Aceitável	Avisos	Total	Aceitável	Não Aceitável	Avisos	Total
<i>Coldplay.com/homepage/</i>	7.9	14	3	5	22	8	0	2	10	0	2	1	3
<i>Inclusivity-on-the-tour</i>	8.5	12	3	4	19	10	0	0	10	0	2	1	3

Fonte: elaboração própria.

A análise quantitativa forneceu diversa informação sobre, por exemplo, a legendagem de imagens, a utilização de multimídia, os formulários, os cabeçalhos, as ligações, menus e textos de ligação, o cumprimento das diretrizes do W3C, os elementos e atributos de apresentação, entre muitos outros. Contudo, analisamos aqueles que são mais importantes para o utilizador e para a compreensão da acessibilidade virtual do website, tais como: a existência de um símbolo de acessibilidade, a funcionalidade de pesquisa, as referências a temas de acessibilidade e inclusão e quais as línguas disponíveis, tendo-se obtido resultados fracos nestes indicadores (Tabela 4). Por exemplo, todo o website está disponível apenas na língua inglesa, com exceção dos "termos e condições", disponíveis em doze línguas.

Na página da inclusão, afirmam que "Queremos que os nossos concertos sejam acessíveis a todos e que todos tenham a melhor experiência possível. (...) Em todos os espetáculos, disponibilizamos intérpretes locais de língua gestual, bem como *Subpacs* para os nossos convidados surdos e com dificuldades auditivas, para que possam sentir uma ligação mais forte à música. Também fizemos uma parceria com a *KultureCity* para fornecer sacos sensoriais e uma estação de refúgio sensorial móvel para aqueles com sensibilidades sensoriais. Para os visitantes cegos ou com baixa visão, oferecemos visitas táteis antes do espetáculo". Por último, dispõem de um endereço de correio eletrónico para todos os que pretendam beneficiar das iniciativas mencionadas ou que queiram apresentar sugestões de melhoria.



Tabela 4 - Caracterização de alguns elementos da análise qualitativa

WEBSITE	Índice Accessmonitor Plus	Colocação do símbolo de Website Acessível	Idiomas Disponíveis	Funcionalidade de pesquisa	Referência a Acessibilidade e inclusão
https://www.coldplay.com/homepage/	7.9	No	1	Yes	Yes
https://www.coldplay.com/inclusivity-on-the-tour/	8.5	No	1	Yes	Yes

Fonte: elaboração própria.

4 CONCLUSÃO

No contexto atual, em que as preocupações ambientais e a procura de práticas mais conscientes estão a ganhar força, a realização de eventos sustentáveis é da maior importância. Estes eventos têm o potencial de ter um impacto significativo, não só no momento em que se realizam, mas também como modelo para a sociedade em geral. Ao adotar práticas ecológicas, como a redução do consumo de energia, a gestão eficiente dos resíduos, a utilização de materiais sustentáveis e a minimização das emissões de carbono, estes eventos contribuem para atenuar os impactos negativos no ambiente.

A banda *Coldplay* têm demonstrado um compromisso inegável com a sustentabilidade através das suas ações e iniciativas ao longo dos anos. O seu envolvimento em causas ambientais, juntamente com os seus esforços para minimizar o impacto ambiental das suas digressões e concertos, é uma prova clara da sua preocupação com o futuro do planeta.

Ao incorporar práticas ecológicas nos eventos, como a utilização de energias renováveis, a redução de resíduos, a promoção de transportes sustentáveis e a neutralização das emissões de carbono, os *Coldplay* posicionaram-se como um exemplo inspirador para a indústria musical e para os seus fãs por todo o mundo. Além disso, a banda utilizou a sua plataforma para sensibilizar e mobilizar os seus seguidores para questões ambientais prementes, temos como exemplo a crise climática e a conservação da biodiversidade. Através de parcerias estratégicas, doações a grupos ambientais e ativismo, os *Coldplay* amplificam a mensagem de sustentabilidade e inspiram outros artistas e fãs a envolverem-se na luta pela proteção do ambiente.

Um concerto da banda *Coldplay* não é apenas uma experiência musical inesquecível, mas também uma oportunidade para aumentar a consciência ambiental e incentivar a ação individual e coletiva em prol do desenvolvimento sustentável. Com a sua abordagem holística



e o seu compromisso para com o ambiente, os *Coldplay* são um exemplo admirável de como a arte e a música podem se unir em esforços sustentáveis para criar um impacto positivo duradouro.

De acordo com a investigação realizada, mesmo com uma amostra pequena, foi possível identificar percepções e impactos positivos deixados pela banda, o que mostrou que é possível celebrar, entreter e reunir pessoas de forma sustentável. Os eventos sustentáveis têm um papel importante na conscientização e educação ambiental. A preocupação da banda em proporcionar uma plataforma para informar e envolver os participantes em questões ambientais relevantes, como as alterações climáticas, a poluição, a escassez de recursos e a perda de biodiversidade, sensibilizou ainda mais os fãs através de um efeito multiplicador de responsabilidade ambiental.

Por último, os eventos sustentáveis podem ser catalisadores de mudanças mais alargadas na sociedade. São exemplos concretos de como uma ação consciente e responsável pode ser integrada em diferentes setores e atividades. Desempenham um papel importante na proteção do ambiente, aumentando a sensibilização e a educação ambiental, incentivando uma economia verde e inspirando mudanças positivas à escala. A inserção da sustentabilidade nas atividades cotidianas certamente se irá refletir na construção de um mundo melhor para as gerações presentes e futuras.

Para estudos futuros, tendo em mente a sustentabilidade, recomenda-se que se investigue como os eventos sustentáveis podem influenciar e envolver o público em práticas mais sustentáveis. Estes estudos poderiam examinar o impacto das mensagens de sensibilização transmitidas durante os eventos, a motivação para adotar comportamentos sustentáveis após a participação em eventos e a eficácia das diferentes abordagens de envolvimento.

REFERÊNCIAS

1. APCER (s/d). ISO 20121: Sistema de Gestão de Eventos Sustentáveis. <https://apcergroup.com/pt/certificacao/pesquisa-de-normas/170/iso-20121>
2. BABILÔNIA, V.: Viva Coldplay: *Coldplay divulga iniciativas para mitigar o impacto ambiental de seus shows* (2021) <https://vivacoldplay.com/2021/10/sustentabilidade/>
3. BRASIL, Ministério do Turismo Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais (2006).



4. Brasília Ministério do Turismo. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/segmentacao-do-turismo/segmentacao-do-turismo-marcosconveituais.pdf>
5. CASTELLO, I.: A Gazeta: *Sustentabilidade e inclusão no show do Coldplay* (2023). <https://www.agazeta.com.br/hz/viver-bem/sustentabilidade-e-inclusao-no-show-do-coldplay-0423>
6. Coldplay Wiki, *Music of the Spheres World Tour* (2022) https://coldplay.fandom.com/wiki/Music_of_the_Spheres_World_Tour
7. DARCY, S., CAMERON, B., DWYER, L., TAYLOR, T., WONG, E.: Visitor accessibility in urban centres. Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism, Australia (2008).
8. FERNANDES, L.: Acessibilidade na hotelaria: uma análise das normas para o turismo acessível no Brasil. Universidade Estadual Paulista (2022).
9. FORTES, W., SILVA, M.: *Eventos: estratégias de planejamento e execução*. Summus Editorial (2011).
10. FREITAS, B.: *Práticas sustentáveis em eventos à luz dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS): um estudo*. Universidade Federal de Uberlândia, Brasil (2020).
11. GETZ, D., PAGE, S. Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593-631 (2016).
12. GETZ, D.: Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29 (3), 403-428 (2008).
13. GETZ, D.: *Event Management & Event Tourism*. Cognizant Communication Corporation, Universidade do Estado da Pensilvânia (1997).
14. HANAI, F.: Desenvolvimento sustentável e sustentabilidade do turismo: conceitos, reflexões e perspectivas. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 8(1). (2012).
15. IRVING, M., BURSZTYN, I., SANCHO, A., MELO, G.: Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico. *Caderno Virtual de Turismo*, 5(4), 1-7 (2005).
16. MACHADO, D.: Fotografias de viagens nas redes sociais: um estudo sobre os efeitos da visualização de fotografias na imagem do destino e na intenção futura de visita. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre (2015).
17. MARUJO, N.: O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região. *Revista Delos*, 8(23). (2015).



18. Organização das Nações Unidas: *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future* (1987).
<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
19. Redação DNE, Coldplay São Paulo: Conheça a história da banda (2023)
<https://www.documentodoestudante.com.br/blog/2022/04/20/coldplay-sao-paulo-2022conheca-a-historia-da-banda/>
20. ROCHA, I.: *Sustentabilidade pode fazer parte de qualquer negócio de sucesso* (2023).
<https://exame.com/negocios/sustentabilidade-pode-fazer-parte-de-qualquer-negociode-sucesso-diz-chris-martin-do-coldplay/>
21. SALVADOR, P., ALVES, K., RODRIGUES, C., OLIVEIRA, L.: Estratégias de coleta de dados online nas pesquisas qualitativas da área da saúde, *Revista Gaúcha de Enfermagem*, 41(2020).
22. SILVA, F., BORGES, I.: Digital Accessibility on Institutional Websites of Portuguese Tourism, Springer Nature Switzerland, *Technological Progress, Inequality and Entrepreneurship*, 67-85 (2020).
23. TRIGO, A., SENNA, J.: Sustentabilidade Em Eventos: características, motivações e análise de eventos sustentáveis. *XII Congresso Nacional de Excelência em Gestão & III Inovarse - Responsabilidade Social Aplicada*, 12 (2016).
24. ZANELLA, L.: Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização. Brasil: Atlas (2006).