

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



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

2<sup>a</sup> EDIÇÃO  
2ND EDITION

**REALIZAÇÃO**

**CONSÓRCIO INTERESTADUAL  
AMAZÔNIA LEGAL**

**Presidente**  
Helder Barbalho

**Secretário Executivo**  
Marcello Brito

**Diretora Executiva**  
Vanessa Duarte

**Coordenadora da Câmara Setorial  
de Cultura e Economia Criativa**  
Ursula Vidal

**Coordenador de Parcerias e Câmaras Setoriais**  
Pedro Firmo

**Assessora**  
Beatriz Crêspo Casado

**Secretários de Cultura**  
AC - Minoru Kinpara MT - Jan Moura  
AP - Clícia Di Miceli PA - Úrsula Vidal  
AM - Caio de Oliveira RO - Paulo Higo  
MA - Yuri Milhomem RR - Alex Ferreira  
TO - José Sebastião Pinheiro

**COOPERAÇÃO**

**Julie's Bicycle**

CREATIVE • CLIMATE • ACTION

**JULIE'S BICYCLE**

**PRODUÇÃO**

**OCCA PRODUÇÕES**  
Diretora Executiva  
Ivana Sarmanho

**PATROCÍNIO**

**FUNDAÇÃO ITAÚ**

**Presidente do Conselho**  
Curador Fundação Itaú  
Alfredo Setubal

**Presidente da**  
**Fundação Itaú**  
Eduardo Saron

**COMUNICAÇÃO**  
**INSTITUCIONAL**  
**E ESTRATÉGICA**

**Gerência Executiva**  
Ana de Fátima

**Coordenação de**  
**Comunicação**

Alan Albuquerque  
Renato Corch

**Comunicação**  
**institucional**

Fabiana Sousa

**Estratégias Digitais**  
**e Gestão de Marcas**

Ailson Taveira  
Helga Vaz  
Mauryce Keynes

**OBSERVATÓRIO**

**Gerência**  
Carla Chiamareli

**Coordenação**

Esmeralda Macana

**Equipe**

Milena Dias  
Beatriz Almeida  
Bruno Truzzi

**CRÉDITOS DA PUBLICAÇÃO**  
Catavento Pesquisas LTDA

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



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



**2<sup>a</sup> EDIÇÃO**  
**2ND EDITION**

# Conteúdo *Contents*

**Editor Geral**  
Armando Alves Filho

**Editores Adjuntos**  
Lucival Lobato  
Lindalva Sales

**Editora Assistente**  
Suely Nascimento

**Setor comercial**  
Sandra Maria Teixeira Alves

**Projeto Gráfico**  
**Diagramação e capa**  
Bruno Mateus Pereira Lima



**Editora Paka-Tatu**  
Rua Bernal do Couto, 785 - Umarizal  
Cep: 66055-080 - Belém - Pará - Brasil  
Telefone: (91) 2121-1169  
✉ contato@paka-tatu.com.br  
🌐 www.editorapakatatu.com.br  
👤 @editorapakatatu  
📠 EditoraPakaTatu

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

S446c Secretaria de Estado de Cultura do Pará.  
Cultura, sustentabilidade e mudanças climáticas: das ideias à  
ação / Secretaria de Estado de Cultura do Pará, Fundação Itaú,  
Julie's Bicycle. – 2. ed. – Belém, PA : Editora Paka-Tatu, 2025.  
88 p. : il. color. ; 24 cm.

Edição bilíngue.  
Inclui bibliografia.  
ISBN 978-85-7803-700-0

1. Sustentabilidade. 2. Mudanças climáticas. 3. Cultura e meio  
ambiente. 4. Ecologia. I. Fundação Itaú. II. Julie's Bicycle. III. Título.  
CDD 304.2

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

## Resumo Executivo *Executive summary... 7*

## 1 Dados da Economia Criativa nos Estados do Consórcio Amazônia Legal *Creative Economy Data in the States of the Legal Amazon Consortium... 10*

Mercado de Trabalho da Economia Criativa  
na região do Consórcio Amazônia Legal  
*Creative Economy Labor Market in  
the Legal Amazon Consortium Region... 10*

Empresas Formais dos Setores Criativos  
na região do Consórcio Amazônia Legal  
*Formal Enterprises in the Creative Sectors  
within the Legal Amazon Consortium Region... 20*

Financiamento Público  
Orçamento Estadual e Leis  
de Incentivo na região do  
Consórcio Amazônia Legal  
*Public Funding – State Budgets and Incentive  
Laws in the Legal Amazon Consortium Region... 23*

Conclusões  
*Conclusions... 26*

## 2 Conectando Clima e Cultura *Connecting climate and culture... 28*

O meio ambiente é nossa forma de fazer cultura  
*The environment is our way of making culture... 28*

A cultura apoia conexões e soluções  
*Culture supports connections and solutions... 34*

A ação climática deve priorizar  
justiça, regeneração e reparação  
*Climate action must centre justice,  
regeneration, and reparation... 39*

## 3 Dando início à ação climática *Getting started on climate action... 42*

O que importa para você?  
*What matters to you?... 42*

O que você pode mudar?  
*What can you change?... 46*

Com quem você pode se conectar?  
*Who can you connect with?... 47*

Aprenda, cresça e mantenha-se  
conectado ao que importa  
*Learn, grow and stay connected to what matters... 52*

## 4 Áreas de ação prática *Practical action areas... 56*

Governança, planejamento e formação de equipe  
*Governance, planning, and building a team... 56*

Programação e patrimônio  
*Programming and heritage... 57*

Materiais, cadeia de suprimentos e resíduos  
*Materials, supply chain, and waste... 62*

Energia  
*Energy... 68*

Viagem e transporte  
*Travel and transport... 70*

Alimentos, bebidas e água  
*Food, drink, and water... 73*

Medição e avaliação  
*Measurement and evaluation... 76*

Comunicação e mudança de comportamento  
*Communication and behavior change... 82*

Recursos e ações adicionais  
*Further resources and actions... 86*

Glossário  
*Glossary... 87*

Notas e referências  
*Notes and references... 88*

**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 Estado de Cultura do Pará:**

Produzido por Daniel Araujo, 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.

**Fundação Itaú:**

Capítulo 1: Dados da Economia Criativa nos Estados do Consórcio Amazônia Legal.

**Contribuintes dos estudos de caso:**

Los Chicos de Menezes (AC), Banzeiro do Brilho-de-Fogo (AP), Escola de Conhecimento Ancestral Jofo Nimairama (AM), Instituto Tatajuba (MA), Festival Vambora (MT), Instituto Arraial do Pavulagem (PA), Grupo Minhas Raízes (RO), Rede de Confluência Roda de Prosa (RR), Varandas do Jalapão (TO).

**Consultoria em audiodescrição (AD):**

Jordan França

**Audiodescrição (AD):**

Lângela Carmo

**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 Estado de Cultura do Pará:**

Production by Daniel Araujo, 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.

**Fundação Itaú:**

Chapter 1: Creative Economy Data in the States of the Legal Amazon Consortium.

**Case studies contributors:**

Los Chicos de Menezes (AC), Banzeiro do Brilho-de-Fogo (AP), Escola de Conhecimento Ancestral Jofo Nimairama (AM), Instituto Tatajuba (MA), Festival Vambora (MT), Instituto Arraial do Pavulagem (PA), Grupo Minhas Raízes (RO), Rede de Confluência Roda de Prosa (RR), Varandas do Jalapão (TO).

**Audio description consultancy (AD):**

Jordan França

**Audio Description (AD):**

Lângela Carmo

# Resumo Executivo

# Executive summary

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 dos povos e comunidades tradicionais – 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.

Esta segunda edição do guia Cultura, Sustentabilidade e Mudanças Climáticas: das Ideias à Ação amplia o conteúdo da publicação original, incluindo novos estudos de caso representativos de cada um dos nove estados da Amazônia Legal. Essa ampliação traz um panorama mais diverso e abrangente das práticas culturais regenerativas em todo o território, permitindo que a riqueza sociocultural da região seja ainda mais valorizada e compartilhada, gerando um ciclo profícuo de ampliação das estratégias para geração de emprego, renda, desenvolvimento sustentável e justiça social.

Além disso, esta edição incorpora uma seção introdutória inédita – Dados da Economia Criativa nos Estados do Consórcio Amazônia Legal – que apresenta um levantamento abrangente de indicadores, gráficos e análises sobre o setor cultural na região. Esse novo conteúdo, posicionado como primeiro capítulo, aprofunda a compreensão sobre a importância e o potencial da economia criativa amazônica, conectando dados objetivos à narrativa de sustentabilidade e ação climática.

O guia continua sendo um recurso essencial para organizadores de eventos, artistas, produtores, ativistas, trabalhadores culturais, educadores e empresas e instituições patrocinadoras e parceiras do

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

*This second edition of the guide Culture, Sustainability, and Climate Change: from Ideas to Action expands the content of the original publication by including new case studies representing each of the nine states of the Legal Amazon. This expansion provides a more diverse and comprehensive overview of regenerative cultural practices throughout the territory, allowing the sociocultural wealth of the region to be further valued and shared, generating a virtuous cycle that strengthens strategies for job creation, income generation, sustainable development, and social justice.*

*In addition, this edition incorporates a new introductory section – Creative Economy Data in the States of the Legal Amazon Consortium – which presents a comprehensive set of indicators, charts, and analyses on the cultural sector in the region. Positioned as the first chapter, this new content deepens the understanding of the importance and potential of the Amazonian creative economy, connecting objective data to the narrative of sustainability and climate action.*

*The guide remains an essential resource for event organizers, artists, producers, activists, cultural workers, educators, and sponsoring companies*

setor da economia criativa, oferecendo orientações para que a cultura desempenhe um papel central nas estratégias de ação climática.

Desenvolvido pela Julie's Bicycle, em parceria com a Secretaria de Cultura do Estado do Pará e com o apoio do Consórcio Interestadual da Amazônia Legal e da Fundação Itaú, a nova versão inclui as seguintes seções:

**Seção 1 • Dados da Economia Criativa nos Estados do Consórcio Amazônia Legal** – apresentando informações e análises que oferecem um retrato detalhado da economia criativa na região e sua relevância no contexto amazônico e nacional;

**Seção 2 • Conectando Clima e Cultura** – compreendendo como a cultura e o meio ambiente estão profundamente interligados na Amazônia e como eventos culturais, artistas e programas têm imenso poder para inspirar mudanças e engajar a sociedade;

**Seção 3 • Dando Início à Ação Climática** – apresentando questões e estratégias para planejar ações efetivas, considerando a comunidade, as possibilidades de atuação e a melhoria contínua;

**Seção 4 • Áreas de Ação Prática** – detalhando considerações essenciais para a sustentabilidade em eventos e produções culturais, incluindo:

- **Governança, planejamento e formação de equipe** com responsabilidades claras. (Página 56)

- **Programação e patrimônio**, para utilizar melhor sua influência cultural e destacar questões que importam para você e sua comunidade. (Página 57)

- **Materiais, cadeia de suprimentos e resíduos**, que destacam a importância do que você adquire e como trabalhar em direção a uma economia circular. (Página 62)

*and institutions partnering with the creative economy sector, offering guidance for culture to play a central role in climate action strategies. Developed by Julie's Bicycle, in partnership with the Pará State Secretariat of Culture and with the support of the Interstate Consortium of the Legal Amazon and the Itaú Foundation the new version includes the following sections:*

**Section 1 • Creative Economy Data in the States of the Legal Amazon Consortium** – presenting information and analyses that offer a detailed picture of the creative economy in the region and its relevance in both the Amazonian and national contexts.

**Section 2 • Connecting Climate and Culture** – understanding how culture and the environment are deeply interconnected in the Amazon and how cultural events, artists, and programs have immense power to inspire change and engage society.

**Section 3 • Getting Started on Climate Action** – presenting questions and strategies for planning effective actions, considering the community, possibilities for action, and continuous improvement.

**Section 4 • Practical Action Areas** – detailing key considerations for sustainability in cultural events and productions, including:

- **Governance, planning, and building a team with clear responsibilities**. (Page 56)

- **Programming and heritage**, to best use your cultural influence and highlight issues that matter to you and your community. (Page 57)

- **Materials, supply chain, and waste**, highlighting the importance of what you procure and how to work towards a circular economy. (Page 62)

- **Conservação de energia** em eventos e locais internos e externos. (Página 68)

- **Viagem e transporte** para negócios e público. (Página 70)

- **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)

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

Ao longo das páginas deste guia, os estudos de caso oferecem exemplos inspiradores que mostram como diferentes comunidades amazônicas têm encontrado soluções criativas e sustentáveis para os desafios da contemporaneidade. Nossa riqueza cultural é um recurso, renovável que pode inspirar o mundo sobre como enfrentar a crise climática por meio da sustentabilidade ambiental, do protagonismo dos povos ribeirinhos, quilombolas, extrativistas indígenas e urbanos, da justiça climática e da regeneração da biodiversidade e da natureza.

Reconhecer a cultura como elemento central no enfrentamento da crise climática é reafirmar o papel da Amazônia e de seu povo no cenário global. Esta edição é um convite para que mais vozes se unam a esse movimento, fortalecendo a rede de conhecimento e ação em prol de um futuro justo, resiliente e regenerativo.

- **Energy conservation** in both indoor and outdoor events and venues. (Page 68)

- **Travel and transport** for business and audiences. (Page 70)

- **Food, drink, and water choices** to reduce environmental impact and support local and sustainable communities. (Page 51)

- **Measurement and evaluation**, such as calculating the carbon footprint, to understand and improve your impact. (Page 54)

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

Throughout the pages of this guide, case studies offer inspiring examples showing how different Amazonian communities have found creative and sustainable solutions for maintaining their cultural practices and knowledge, in light of contemporary challenges. Our cultural wealth is a renewable resource that can inspire the world on how to address the climate crisis through environmental sustainability, the leadership of riverside, quilombola, extractivist, Indigenous, and urban peoples, climate justice, and the regeneration of biodiversity and nature.

Recognising culture as a central element in tackling the climate crisis reaffirms the role of the Amazon and its people on the global stage. This edition is an invitation for more voices to join this movement, strengthening the network of knowledge and action in favour of a just, resilient, and regenerative future.

# Dados da Economia Criativa nos Estados do Consórcio Amazônia Legal

## Creative Economy Data in the States of the Legal Amazon Consortium

O Consórcio Interestadual da Amazônia Legal, formado por nove estados (AC, AP, AM, MA, MT, PA, RO, RR, TO), busca promover o desenvolvimento sustentável e a valorização das potencialidades regionais. Além dos objetivos iniciais, também foram criadas câmaras setoriais para discussões de demais temas de finalidade comum entre os estados. Este é o caso do **Câmara de Cultura e Economia Criativa**, que fomenta políticas, eventos e projetos descentralizados, articulando ações com gestores culturais e órgãos federais. Este boletim apresenta uma síntese dos **dados da Economia Criativa** na região, utilizando indicadores do **Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú**.

### Mercado de Trabalho da Economia Criativa na região do Consórcio Amazônia Legal

A **Economia Criativa** dos estados integrantes do Consórcio Amazônia Legal soma atualmente mais de **490 mil empregados**, sendo 201 mil destes (41%) trabalhadores especializados, ou

*The Interstate Consortium of the Legal Amazon, composed of nine states (AC, AP, AM, MA, MT, PA, RO, RR, TO), aims to promote sustainable development and enhance regional potential. In addition to its initial goals, sectoral chambers were also created to address common interests among the states. One example is the Chamber of Culture and Creative Economy, which fosters policies, events, and decentralized projects by coordinating actions with cultural managers and federal agencies. This bulletin presents a summary of Creative Economy data in the region, using indicators from the Data Dashboard of the Itaú Foundation Observatory.*

### Creative Economy Labor Market in the Legal Amazon Consortium Region

*The Creative Economy in the states that make up the Legal Amazon Consortium currently employs more than 490,000 people, with 201,000 of them (41%) being specialized workers—creative*

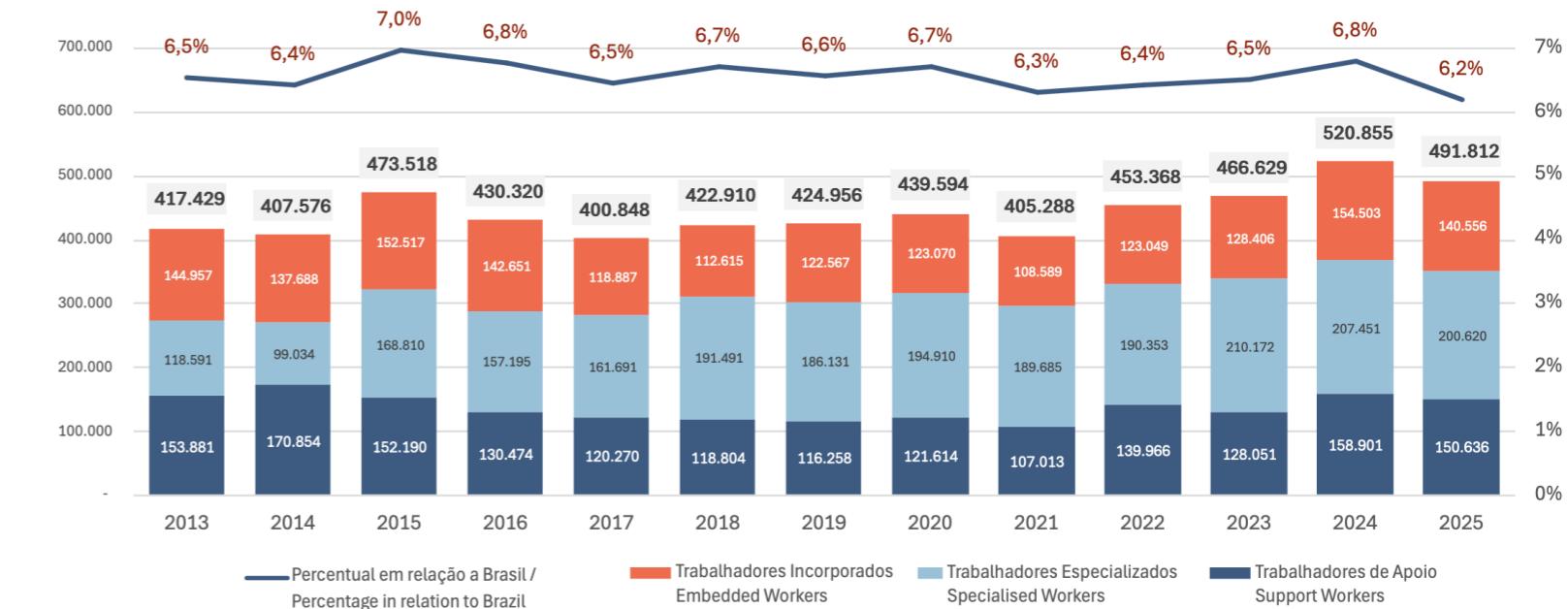
seja, trabalhadores que atuam diretamente nos setores criativos. Contudo, o pico do emprego na Economia Criativa nestas localidades se deu em 2024, com 520 mil ocupados (Gráfico 1).

professionals who work directly in the creative sectors. However, the employment peak in the Creative Economy in these states occurred in 2024, reaching 520,000 workers (Chart 1).

**GRÁFICO 1**

### QUANTIDADE DE PESSOAS OCUPADAS NA ECONOMIA CRIATIVA NAS UFS INTEGRANTES DO CONSÓRCIO AMAZÔNIA LEGAL, SEGUNDO TIPO DE TRABALHO E PARTICIPAÇÃO NO TOTAL DA ECONOMIA CRIATIVA BRASILEIRA • 2013-2025

**CHART 1 • Number of People Employed in the Creative Economy in the States of the Legal Amazon Consortium, by Type of Worker, and Share of Brazil's Total Creative Economy • 2013-2025**



FONTE: PNAD Contínua e Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú.  
NOTA: Dados referentes ao primeiro trimestre de cada ano.

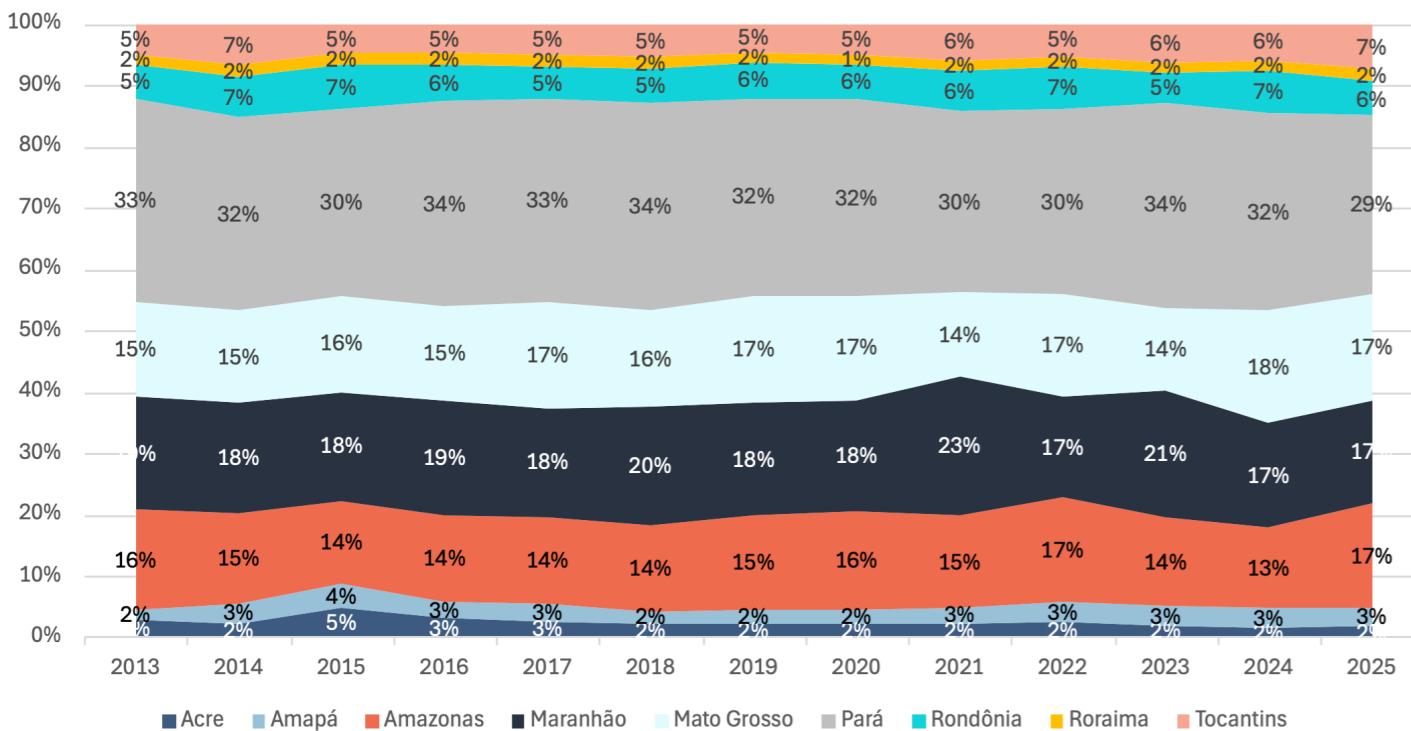
SOURCE: Continuous PNAD and Data Dashboard of the Itaú Foundation Observatory.  
NOTE: Data refers to the first quarter of each year.

Dos estados componentes do Consórcio, o Pará é o estado que mais concentra trabalhadores empregados na Economia Criativa, representando em torno de 30% do total. Amazonas, Maranhão e Mato Grosso possuem participações próximas em torno de 15% a 20% cada um, sendo que, em 2025, representavam igualmente 17% do emprego da Economia Criativa no território do Consórcio Amazônia Legal (Gráfico 2).

**GRÁFICO 2**

### COMPOSIÇÃO DO EMPREGO NA ECONOMIA CRIATIVA NO TERRITÓRIO DO CONSÓRCIO AMAZÔNIA LEGAL, SEGUNDO UF • 2013-2025

**CHART 2** • Composition of Employment in the Creative Economy in the Legal Amazon Consortium Region, by State • 2013-2025



FONTE: PNAD Continua e Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú.  
NOTA: Dados referentes ao primeiro trimestre de cada ano.

SOURCE: Continuous PNAD and Data Dashboard of the Itaú Foundation Observatory.  
NOTE: Data refers to the first quarter of each year.

*Among the states that make up the Consortium, Pará is the state with the highest concentration of workers employed in the Creative Economy, accounting for around 30% of the region's total. Amazonas, Maranhão, and Mato Grosso have similar shares, each ranging between 15% and 20%, and in 2025, they each represent exactly 17% of Creative Economy employment within the territory of the Legal Amazon Consortium (Chart 2).*

Observamos que os principais grupos ocupacionais empregados no território do Consórcio são a Moda (67 mil ocupados) e as Atividades Artesanais (62 mil ocupados). A Moda se destaca também pelo aumento de mais de 100% no emprego entre 2013 e 2025. Além disso, grupos ocupacionais como o Desenvolvimento de Software e Jogos Digitais, o Cinema, Rádio e TV e o Editorial tiveram aumento significativo no emprego, crescendo 304%, 100% e 90%, respectivamente.

Entre 2013 e 2025, a composição do emprego criativo na região do Consórcio Amazônia Legal mudou, com aumento das ocupações tecnológicas de 15% para 21%. Ainda assim, essas ocupações seguem atrás das de perfil de Consumo e Cultural. Nesse período, as ocupações de Consumo perderam espaço para as Culturais, que mantiveram cerca de 35% de participação – tendência oposta à observada no Brasil, onde as ocupações de Consumo se mantiveram e as Culturais cederam espaço às de Tecnologia (Gráfico 3).

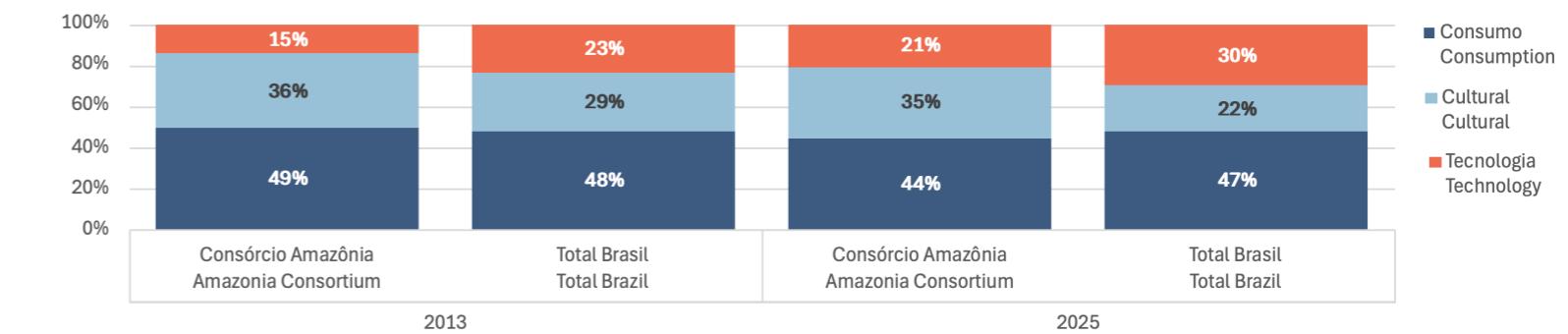
The main occupational groups employed within the territory of the Consortium are Fashion (67,000 workers) and Handicrafts (62,000 workers). Fashion also stands out for its employment growth of more than 100% between 2013 and 2025. In addition, occupational groups such as Software and Digital Games Development, Film, Radio and TV, and Publishing saw significant increases in employment, growing by 304%, 100%, and 90%, respectively.

Between 2013 and 2025, the composition of creative employment in the Legal Amazon Consortium region changed, with technological occupations increasing from 15% to 21%. Nevertheless, these occupations still lag behind those in the Consumer and Cultural profiles. During this period, Consumer-oriented occupations lost ground to Cultural ones, which maintained approximately 35% of the share – a trend opposite to that observed in Brazil as a whole, where Consumer occupations remained stable and Cultural ones lost ground to Technology (Chart 3).

**GRÁFICO 3**

### COMPOSIÇÃO DO EMPREGO DOS TRABALHADORES CRIATIVOS NO TERRITÓRIO DO CONSÓRCIO AMAZÔNIA LEGAL E NO TOTAL DO BRASIL, SEGUNDO AGRUPAMENTO DE CATEGORIA • 2013 E 2025

**CHART 3** • Composition of Creative Employment in the Legal Amazon Consortium Region and in Brazil as a Whole, by Category Grouping • 2013 and 2025



FONTE: PNAD Continua e Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú.  
NOTA: Dados referentes ao primeiro trimestre de cada ano.

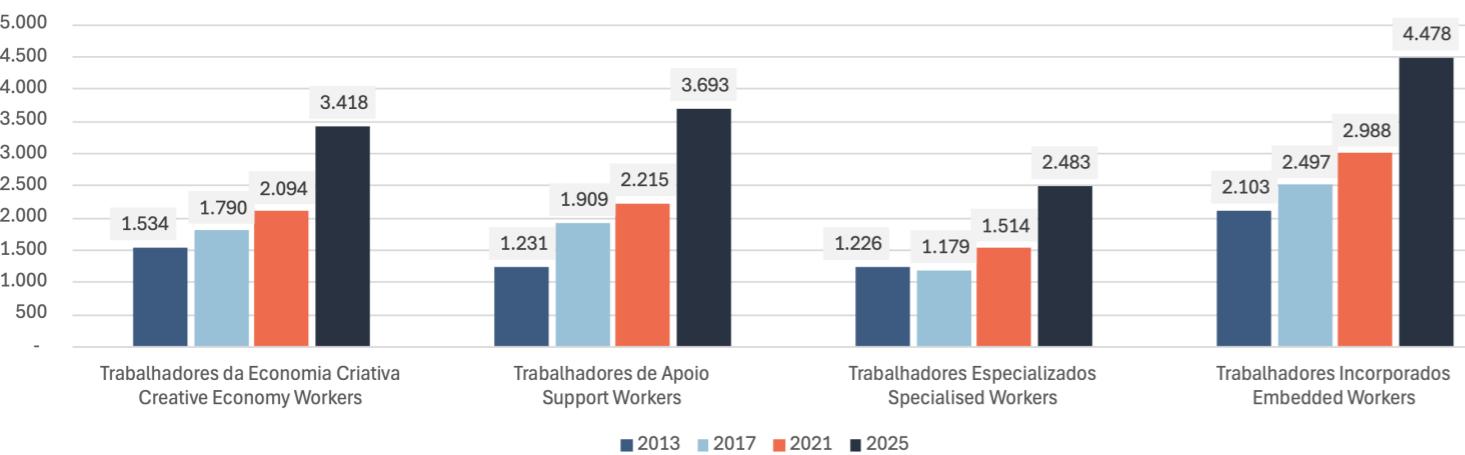
SOURCE: Continuous PNAD and Data Dashboard of the Itaú Foundation Observatory.  
NOTE: Data refers to the first quarter of each year.

Em termos de remuneração, observa-se no Gráfico 4 que os trabalhadores da Economia Criativa do território do Consórcio Amazônia Legal recebem em média R\$ 3.418 de rendimento por mês. O rendimento médio é mais alto entre trabalhadores criativos em setores não criativos (R\$ 4.478) e mais baixo entre os especializados (R\$ 2.483), que ganham menos que os trabalhadores não criativos de apoio (R\$ 3.693). Estes últimos tiveram o maior crescimento no período, com aumento de 200% entre 2013 e 2025.

GRÁFICO 4

#### RENDIMENTO MÉDIO NOMINAL MENSAL DOS TRABALHADORES DA ECONOMIA CRIATIVA NO TERRITÓRIO DO CONSÓRCIO AMAZÔNIA LEGAL, SEGUNDO TIPO DE TRABALHADOR • 2013-2025

**CHART 4 • Average Monthly Nominal Income of Creative Economy Workers in the Legal Amazon Consortium Region, by Type of Worker • 2013-2025**



FONTE: PNAD Contínua e Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú.

NOTA 1: Dados referentes ao primeiro trimestre de cada ano.

NOTA 2: Os trabalhadores da economia criativa correspondem ao somatório de três conjuntos de trabalhadores: os especializados, ou seja, trabalhadores criativos que são empregados nos setores criativos (por exemplo, um músico atuando no setor de Música); os de apoio, trabalhadores que atuam nos setores criativos, mas têm ocupações que não são consideradas criativas (por exemplo, um advogado atuando no setor de Audiovisual); e os incorporados, trabalhadores que são criativos, mas que atuam em outros setores da economia (por exemplo, um designer atuando no setor Automobilístico).

*In terms of income, Chart 4 shows that workers in the Creative Economy of the Legal Amazon Consortium region earn an average monthly income of R\$ 3,418. The highest average income is found among creative workers in non-creative sectors (R\$ 4,478), while the lowest is among specialized workers (R\$ 2,483), who earn less than non-creative support workers (R\$ 3,693). The latter experienced the highest growth over the period, with an increase of 200% between 2013 and 2025.*

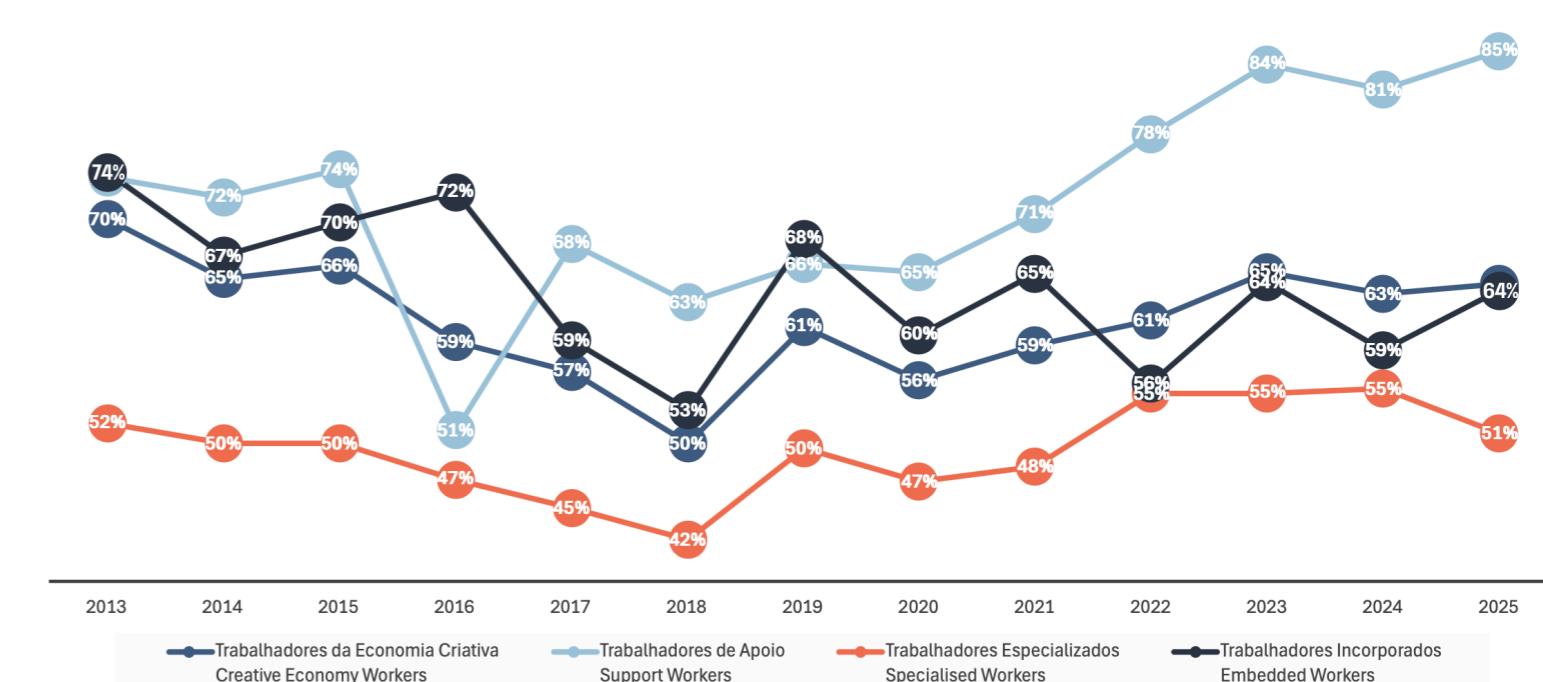
Observa-se, no Gráfico 5, que as remunerações dos trabalhadores da Economia Criativa no Consórcio Amazônia Legal são menores do que as observadas na média brasileira. Em 2025, os trabalhadores da Economia Criativa no Consórcio recebiam em média 64% do rendimento médio brasileiro, sendo essa lacuna menor nos trabalhadores de apoio e maior nos trabalhadores especializados, que recebem cerca da metade do valor que os trabalhadores especializados brasileiros recebem em média.

*Chart 5 shows that wages for workers in the Creative Economy within the Legal Amazon Consortium are lower than the Brazilian national average. In 2025, Creative Economy workers in the Consortium earned, on average, 64% of the national average income. This gap is smaller among support workers and larger among specialized workers, who earn about half the income of their specialized counterparts at the national level.*

GRÁFICO 5

#### PERCENTUAL ENTRE O RENDIMENTO MÉDIO NOMINAL MENSAL NO CONSÓRCIO AMAZÔNIA LEGAL E NO BRASIL, SEGUNDO TIPO DE TRABALHADOR • 2013-2025

**CHART 5 • Percentage Ratio Between Average Monthly Nominal Income in the Legal Amazon Consortium and in Brazil, by Type of Worker • 2013-2025**



FONTE: PNAD Contínua e Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú.

NOTA: Dados referentes ao primeiro trimestre de cada ano.

SOURCE: Continuous PNAD and Data Dashboard of the Itaú Foundation Observatory.

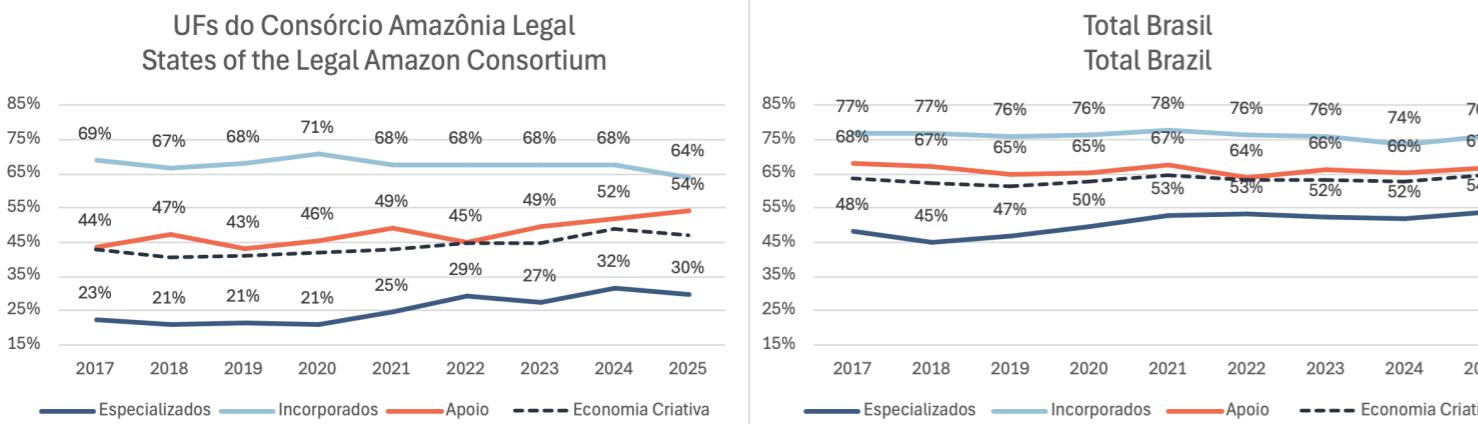
NOTE: Data refers to the first quarter of each year.

Além disso, o Gráfico 6 também mostra que, na Economia Criativa, os estados do Consórcio Amazônia Legal possuem incidência de formalização menor do que o observado no Brasil como um todo, principalmente no caso dos trabalhadores especializados, onde apenas 30% são formais. Os incorporados, tanto no território do Consórcio quanto no Brasil, são os trabalhadores com maior percentual formalizado, embora no Brasil esse percentual seja maior.

GRÁFICO 6

### PARTICIPAÇÃO DO TRABALHO FORMAL NO TOTAL DO EMPREGO DA ECONOMIA CRIATIVA NO TERRITÓRIO DO CONSÓRCIO AMAZÔNIA LEGAL E NO TOTAL DO BRASIL • 2017-2025

**CHART 6 • Share of Formal Employment in Total Creative Economy Jobs in the Legal Amazon Consortium Region and in Brazil • 2017-2025**



FONTE: PNAD Contínua e Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú.

NOTA 1: Dados referentes ao primeiro trimestre de cada ano.

NOTA 2: Variáveis da PNAD Contínua necessárias para essa informação começaram a ser calculadas a partir de 2016. Foi selecionado o ano de 2017 como data início neste gráfico para se alinhar aos anos ímpares mostrados em demais gráficos com recortes de anos selecionados.

*Chart 6 also shows that, within the Creative Economy, the states of the Legal Amazon Consortium have a lower rate of formal employment compared to Brazil as a whole – especially among specialized workers, of whom only 30% are formally employed. Incorporated workers have the highest rate of formalization both in the Consortium territory and in Brazil, although the percentage is higher at the national level.*

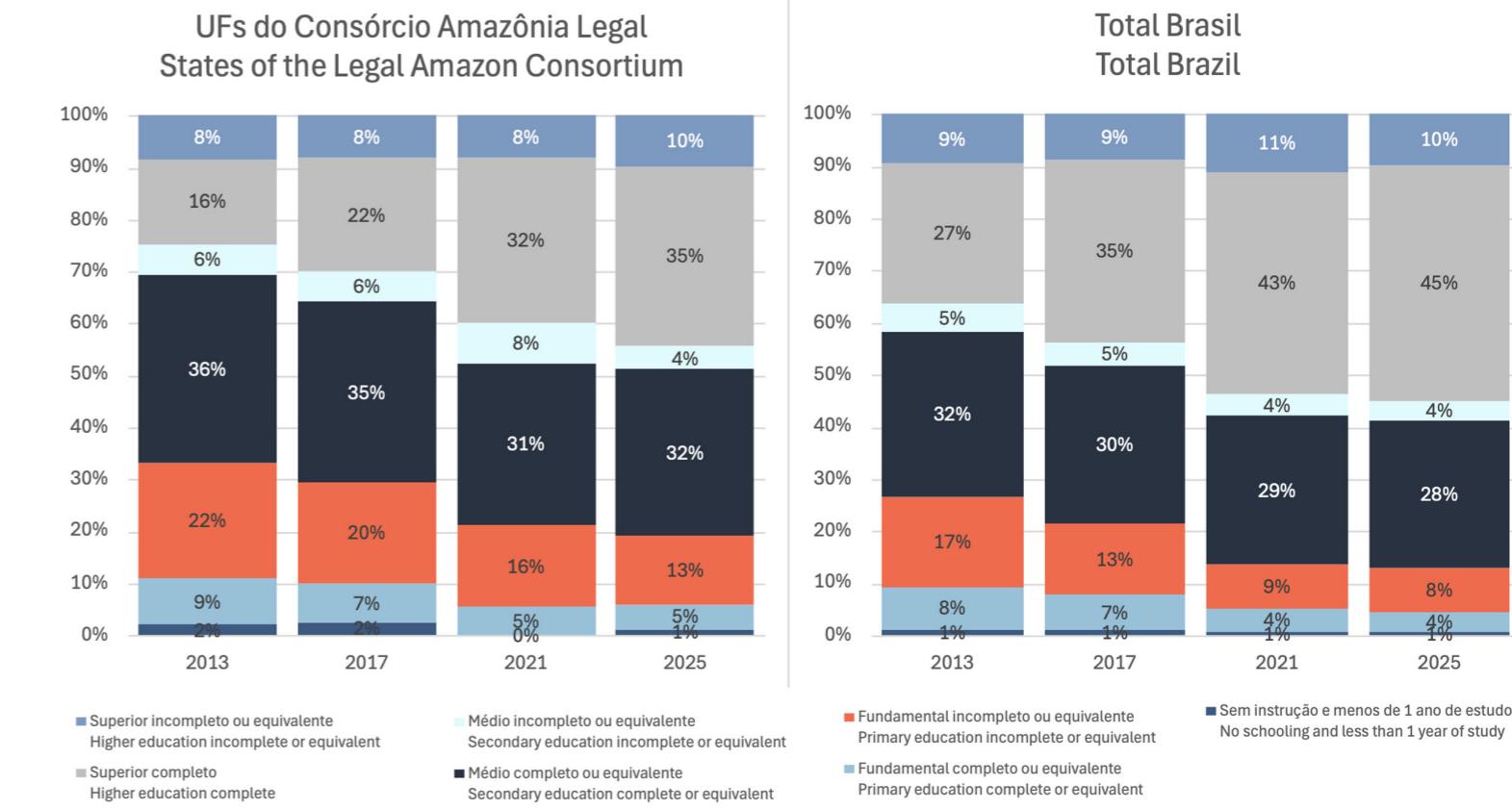
Parte dessas diferenças salariais e de formalidade podem estar ligadas aos diferentes níveis educacionais dos trabalhadores da Economia Criativa de cada recorte geográfico. Nas UFs do Consórcio Amazônia Legal, 35% dos ocupados possuem ensino superior completo, enquanto no total do Brasil esse percentual é de 45%, conforme indica o Gráfico 7.

*Part of these wage and formalization differences may be related to the different educational levels of Creative Economy workers across geographic regions. In the states of the Legal Amazon Consortium, 35% of employed individuals have completed higher education, while in Brazil as a whole, this percentage reaches 45%, as shown in Chart 7.*

GRÁFICO 7

### COMPOSIÇÃO DO EMPREGO DOS TRABALHADORES DA ECONOMIA CRIATIVA NO TERRITÓRIO DO CONSÓRCIO AMAZÔNIA LEGAL, SEGUNDO ESCOLARIDADE • 2013-2025

**CHART 7 • Composition of Creative Economy Employment in the Legal Amazon Consortium Region, by Educational Level • 2013-2025**



FONTE: PNAD Contínua e Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú.

NOTA: Dados referentes ao primeiro trimestre de cada ano.

FONTE: Continuous PNAD and Data Dashboard of the Itaú Foundation Observatory.

NOTE: Data refers to the first quarter of each year.

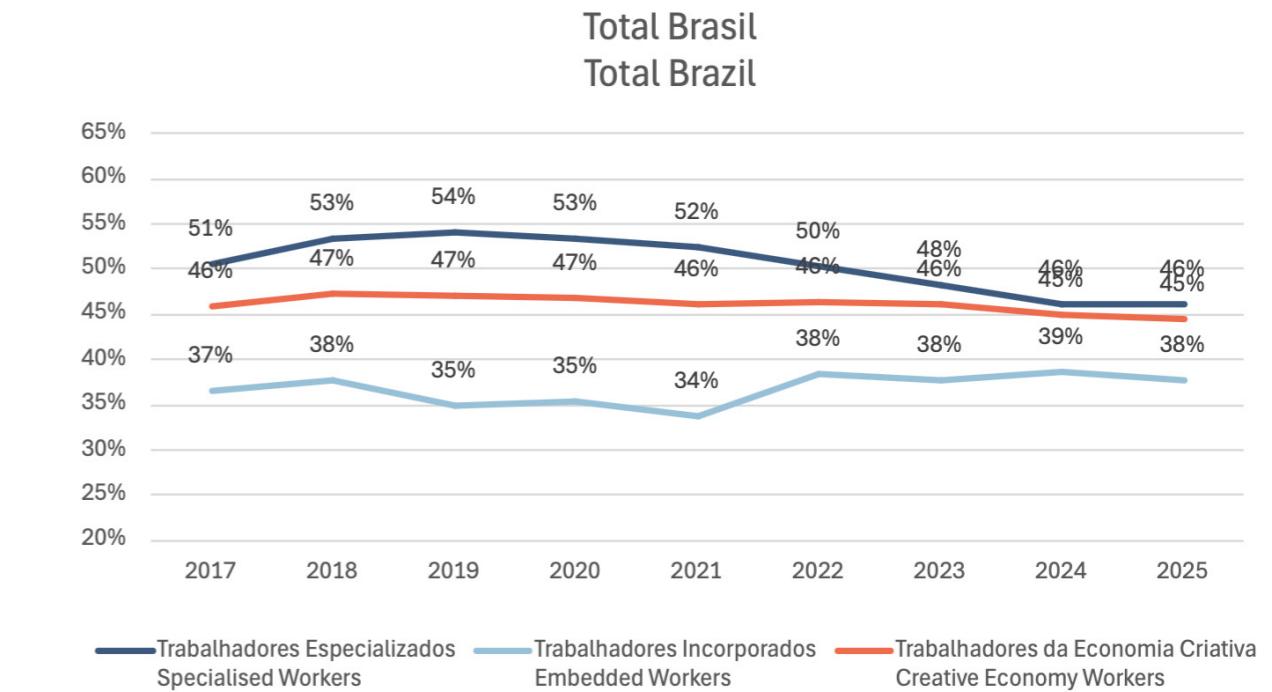
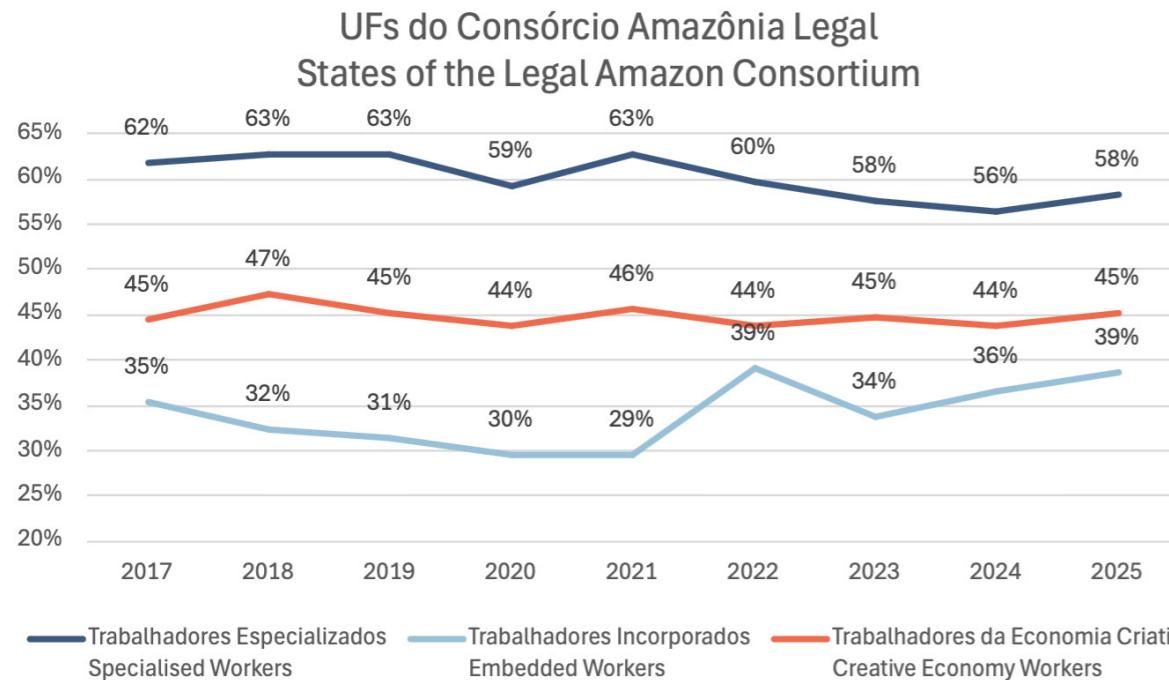
Quanto a questões de gênero, observa-se, no Gráfico 8, que a participação feminina no emprego da Economia Criativa no território do Consórcio é maior no segmento de trabalhadores especializados, superando a participação feminina no total dos trabalhadores especializados no Brasil. Contudo, conforme visto nos gráficos anteriores, a condição dos trabalhadores especializados, em termos de remuneração e formalização, está aquém do observado nos demais tipos de trabalhadores da Economia Criativa na região do Consórcio Amazônia Legal, indicando maior índice de vulnerabilidade desse grupo na força de trabalho.

*Regarding gender issues, Chart 8 shows that female participation in Creative Economy employment within the Legal Amazon Consortium is higher among specialized workers, exceeding the female participation rate observed among specialized workers in Brazil as a whole. However, as seen in previous charts, the conditions of specialized workers, in terms of both income and formal employment, fall short compared to other types of Creative Economy workers in the Consortium region. This indicates a higher level of vulnerability for this group within the labor force.*

GRÁFICO 8

### PARTICIPAÇÃO DAS MULHERES NO TOTAL DO EMPREGO DA ECONOMIA CRIATIVA NO TERRITÓRIO DO CONSÓRCIO AMAZÔNIA LEGAL E NO TOTAL DO BRASIL • 2017-2025

**CHART 8 • Women's Share of Total Creative Economy Employment in the Legal Amazon Consortium Region and in Brazil • 2017-2025**



FONTE: PNAD Contínua e Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú.

NOTA 1: Dados referentes ao primeiro trimestre de cada ano.

NOTA 2: Foi selecionado o ano de 2017 como data início neste gráfico para se alinhar aos anos ímpares mostrados em demais gráficos com recortes de anos selecionados. Além disso, os dados apresentavam menos variabilidade a partir desse período.

SOURCE: Continuous PNAD and Data Dashboard of the Itaú Foundation Observatory.

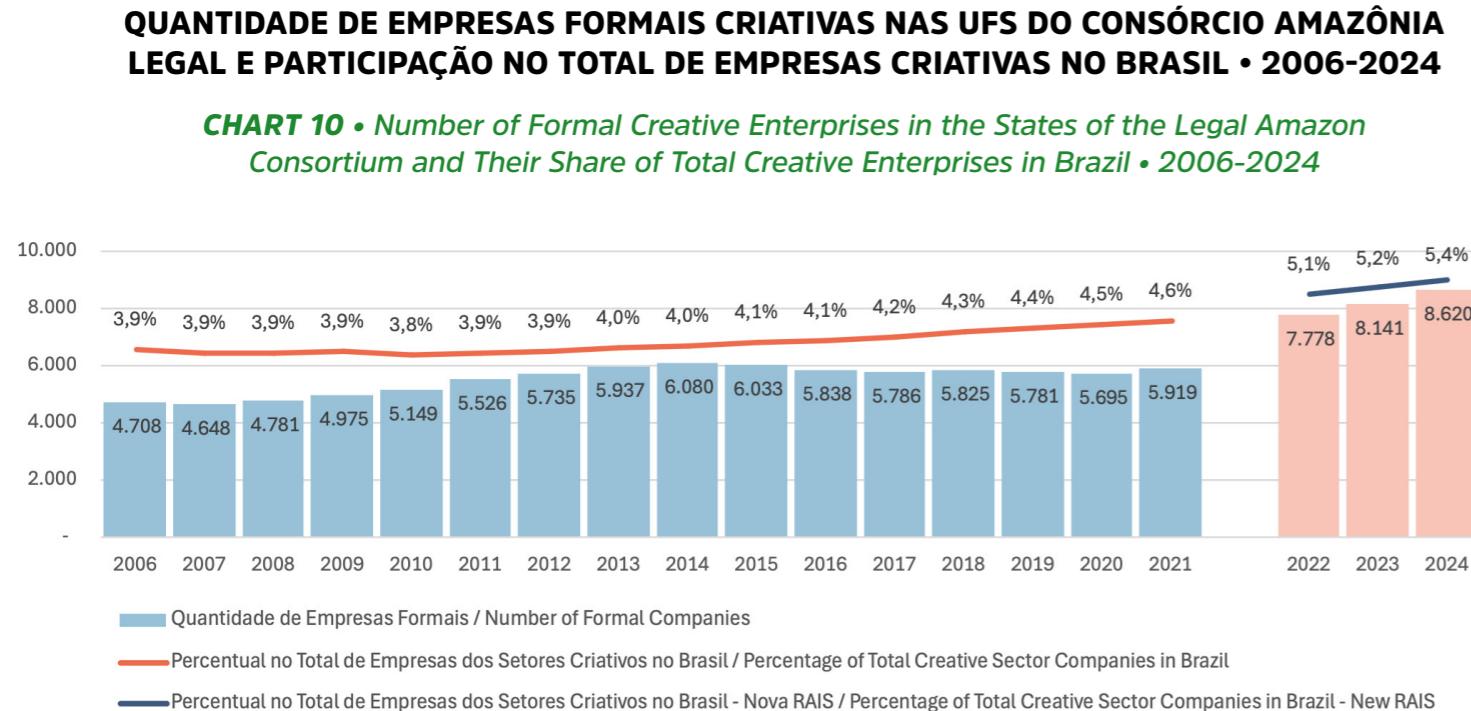
NOTE 1: Data refers to the first quarter of each year.

NOTE 2: The year 2017 was selected as the starting point in this chart to align with the odd-numbered years presented in other charts featuring selected year intervals. Additionally, the data showed less variability from that period onward.

## Empresas Formais dos Setores Criativos na região do Consórcio Amazônia Legal

As empresas formais dos setores criativos localizadas no território do Consórcio Amazônia Legal representam cerca de 5% do total de empresas criativas no Brasil, somando mais de 8,6 mil estabelecimentos. Essa participação apresenta trajetória de crescimento desde 2013 (Gráfico 10).

**GRÁFICO 10**



FONTE: RAIS e Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú.

**NOTA:** A Nota Técnica da RAIS 2022, publicada pelo Ministério do Trabalho e Emprego, alerta para uma quebra na série histórica em razão da transição na forma de captação dos dados, com a migração da maior parte dos estabelecimentos para o sistema eSocial. Essa mudança resultou em um aumento significativo tanto na cobertura dos vínculos empregatícios quanto na quantidade de empresas declarantes, especialmente entre pequenos empregadores que antes não integravam a base. Por esse motivo, não é recomendada a comparação direta entre os dados da RAIS 2022 e os de anos anteriores, uma vez que as variações observadas podem decorrer de mudanças metodológicas e de cobertura, e não de transformações reais no mercado de trabalho.

## Formal Enterprises in the Creative Sectors within the Legal Amazon Consortium Region

Formal enterprises in the creative sectors located in the territory of the Legal Amazon Consortium represent about 5% of all creative enterprises in Brazil, totaling more than 8,600 establishments. This share has shown a growth trend since 2013 (Chart 10).

**TABELA 1**

## QUANTIDADE DE EMPRESAS FORMAIS CRIATIVAS NAS UFS DO CONSÓRCIO AMAZÔNIA LEGAL, SEGUNDO CATEGORIA SETORIAL • 2013-2024

**TABLE 1 • Number of Formal Creative Enterprises in the States of the Legal Amazon Consortium, by Sector Category • 2013-2024**

| Categoria<br>Category  | 2013         | 2015         | 2017         | 2019         | 2021         | 2023         | 2024         |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Publicidade e Serviços Empresariais<br>Advertising and Business Services               | 1.116        | 1.204        | 1.281        | 1.406        | 1.617        | 2.734        | 3.028        |
| Moda<br>Fashion  | 1.323        | 1.323        | 1.218        | 1.148        | 1.108        | 1.460        | 1.507        |
| Cinema, Rádio e TV<br>Film, Radio and TV   | 729          | 794          | 799          | 764          | 752          | 855          | 872          |
| Demais Serviços de Tecnologia da Informação<br>Other Information Technology Services   | 559          | 599          | 633          | 698          | 700          | 845          | 856          |
| Atividades Artesanais<br>Handicrafts   | 780          | 691          | 623          | 533          | 534          | 568          | 577          |
| Desenvolvimento de Software e Jogos Digitais<br>Software and Digital Games Development | 260          | 285          | 265          | 331          | 363          | 509          | 533          |
| Arquitetura<br>Architecture  | 170          | 192          | 158          | 185          | 232          | 384          | 411          |
| Editorial<br>Publishing  | 459          | 419          | 318          | 270          | 226          | 263          | 276          |
| Artes Visuais<br>Visual Arts   | 223          | 234          | 229          | 202          | 181          | 238          | 245          |
| Artes Cênicas<br>Performing Arts   | 193          | 191          | 180          | 165          | 124          | 181          | 203          |
| Design<br>Design   | 56           | 50           | 43           | 46           | 55           | 70           | 78           |
| Música<br>Music  | 56           | 41           | 30           | 22           | 19           | 19           | 20           |
| Museus e Patrimônio<br>Museums and Heritage  | 13           | 10           | 9            | 11           | 8            | 15           | 14           |
| <b>Total Geral<br/>Grand Total</b>   | <b>5.937</b> | <b>6.033</b> | <b>5.786</b> | <b>5.781</b> | <b>5.919</b> | <b>8.141</b> | <b>8.620</b> |

FONTE: RAIS e Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú.

**NOTA:** A Nota Técnica da RAIS 2022, publicada pelo Ministério do Trabalho e Emprego, alerta para uma quebra na série histórica em razão da transição na forma de captação dos dados, com a migração da maior parte dos estabelecimentos para o sistema eSocial. Essa mudança resultou em um aumento significativo tanto na cobertura dos vínculos empregatícios quanto na quantidade de empresas declarantes, especialmente entre pequenos empregadores que antes não integravam a base. Por esse motivo, não é recomendada a comparação direta entre os dados da RAIS 2022 e os de anos anteriores, uma vez que as variações observadas podem decorrer de mudanças metodológicas e de cobertura, e não de transformações reais no mercado de trabalho.

SOURCE: RAIS and Data Dashboard of the Itaú Foundation Observatory.

**NOTE:** The 2022 RAIS Technical Report, published by the Ministry of Labor and Employment, highlights a break in the historical data series due to a transition in the data collection method, as most establishments migrated to the eSocial system. This change led to a significant increase in both the coverage of employment relationships and the number of reporting companies, especially among small employers who were previously not part of the database. For this reason, it is not recommended to make direct comparisons between 2022 RAIS data and that of previous years, as the observed variations may result from methodological and coverage changes, rather than actual transformations in the labor market.

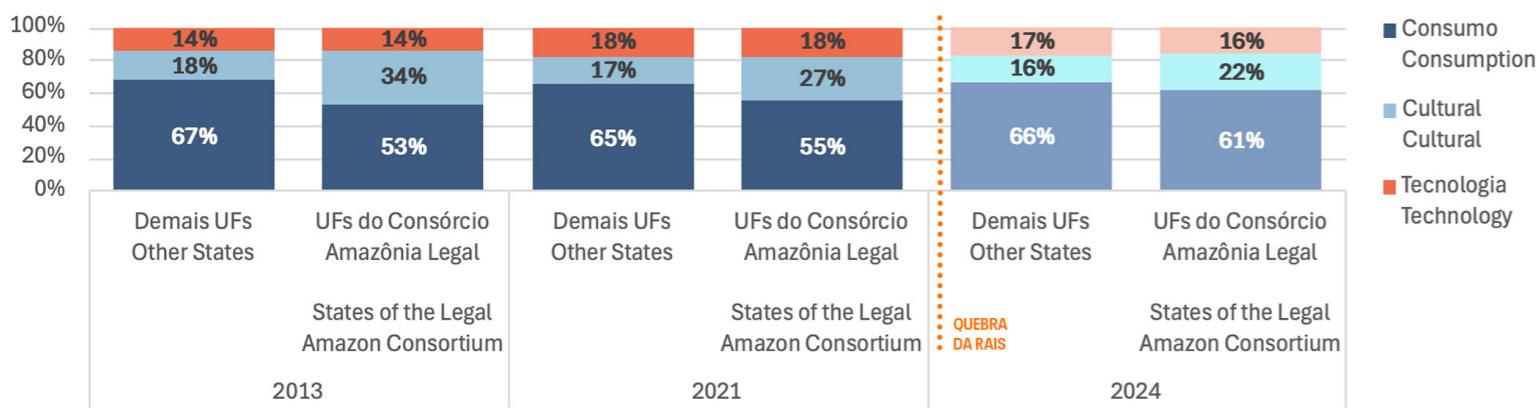
A maior quantidade de empresas criativas dessa região está ligada ao setor de Publicidade e Serviços Empresariais, mesmo com a perda na quantidade de pessoas empregadas em ocupações ligadas a essa atividade, conforme visto anteriormente na Tabela 1. O segundo setor com maior quantidade de empresas é a Moda, seguida do Cinema, Rádio e TV e Demais Serviços de Tecnologia da Informação.

Assim como no emprego dos trabalhadores criativos, o segmento Cultural se destaca no território do Consórcio Amazônia Legal por ter uma participação mais significativa do que nas demais UFs, embora os setores do segmento de Consumo sejam os mais significativos (Gráfico 11).

### GRÁFICO 11

#### COMPOSIÇÃO DAS EMPRESAS CRIATIVAS NO TERRITÓRIO DO CONSÓRCIO AMAZÔNIA LEGAL E NO TOTAL DO BRASIL, SEGUNDO AGRUPAMENTO DE CATEGORIA • 2013, 2021 E 2024

**CHART 11 • Composition of Creative Enterprises in the Legal Amazon Consortium Region and in Brazil as a Whole, by Category Grouping • 2013, 2021, and 2024**



FONTE: RAIS e Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú.

**NOTA:** A Nota Técnica da RAIS 2022, publicada pelo Ministério do Trabalho e Emprego, alerta para uma quebra na série histórica em razão da transição na forma de captação dos dados, com a migração da maior parte dos estabelecimentos para o sistema eSocial. Essa mudança resultou em um aumento significativo tanto na cobertura dos vínculos empregatícios quanto na quantidade de empresas declarantes, especialmente entre pequenos empregadores que antes não integravam a base. Por esse motivo, não é recomendada a comparação direta entre os dados da RAIS 2022 e os de anos anteriores, uma vez que as variações observadas podem decorrer de mudanças metodológicas e de cobertura, e não de transformações reais no mercado de trabalho.

*The largest number of creative enterprises in this region is linked to the Advertising and Business Services sector, despite the decline in the number of people employed in occupations related to this activity, as previously seen in Table 1. The second-largest sector in terms of number of enterprises is Fashion, followed by Film, Radio and TV, and Other Information Technology Services.*

*As with employment among creative workers, the Cultural segment stands out in the territory of the Legal Amazon Consortium for having a more significant share than in other states, although the Consumer-related sectors remain the most prominent (Chart 11).*

### Financiamento Público – Orçamento Estadual e Leis de Incentivo na região do Consórcio Amazônia Legal

As 9 UFs do Consórcio Amazônia Legal somaram, em 2024, mais de R\$1,7 bilhão de despesas liquidadas na função cultura em seus respectivos orçamentos estaduais, valor 32% maior do que o liquidado em 2023, conforme indica o Gráfico 12. Ao longo dos anos, tem-se observado um crescimento da participação dessas UFs na soma dos valores dos orçamentos estaduais de todas as 27 UFs do Brasil, demonstrando um aumento no enfoque governamental nessas localidades para essa finalidade. Em 2023, esse valor chegou a 27%. Nota-se que a maior escalada nos valores liquidados se deu principalmente a partir de 2020, mostrando um empenho dos estados do Consórcio em aumentar seu investimento em Cultura.

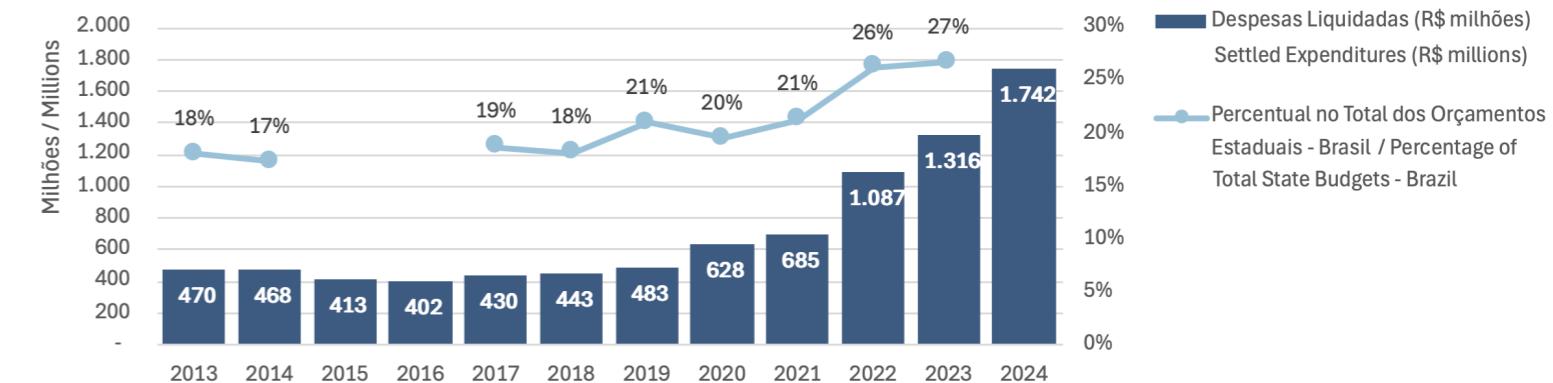
### Public Funding – State Budgets and Incentive Laws in the Legal Amazon Consortium Region

In 2024, the nine states of the Legal Amazon Consortium together recorded over R\$ 1.7 billion in settled expenditures in the culture budget function of their respective state budgets—an amount 32% higher than that settled in 2023, as shown in Chart 12. Over the years, there has been a noticeable increase in the share of these states in the total amount of state culture budgets across all 27 Brazilian states, reflecting a growing governmental focus on cultural investment in the region. In 2023, this share reached 27%. The most significant surge in settled expenditures occurred after 2020, indicating a strong commitment by the Consortium states to increase their investment in culture.

### GRÁFICO 12

#### SOMA DAS DESPESAS LIQUIDADAS NOS ORÇAMENTOS ESTADUAIS DAS UFS DO CONSÓRCIO AMAZÔNIA LEGAL E PARTICIPAÇÃO SOBRE SOMA DE TODAS AS UFS DO BRASIL • 2013- 2024

**CHART 12 • Total Settled Expenditures in the State Budgets of the Legal Amazon Consortium States and Their Share of the Total Across All Brazilian States • 2013-2024**



FONTE: RREO e Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú.

**NOTA:** Nos anos em que não há percentual indicado, houve falta de informação para todas as 27 UFs, impossibilitando o cálculo do percentual sobre soma de todas as UFs do Brasil.

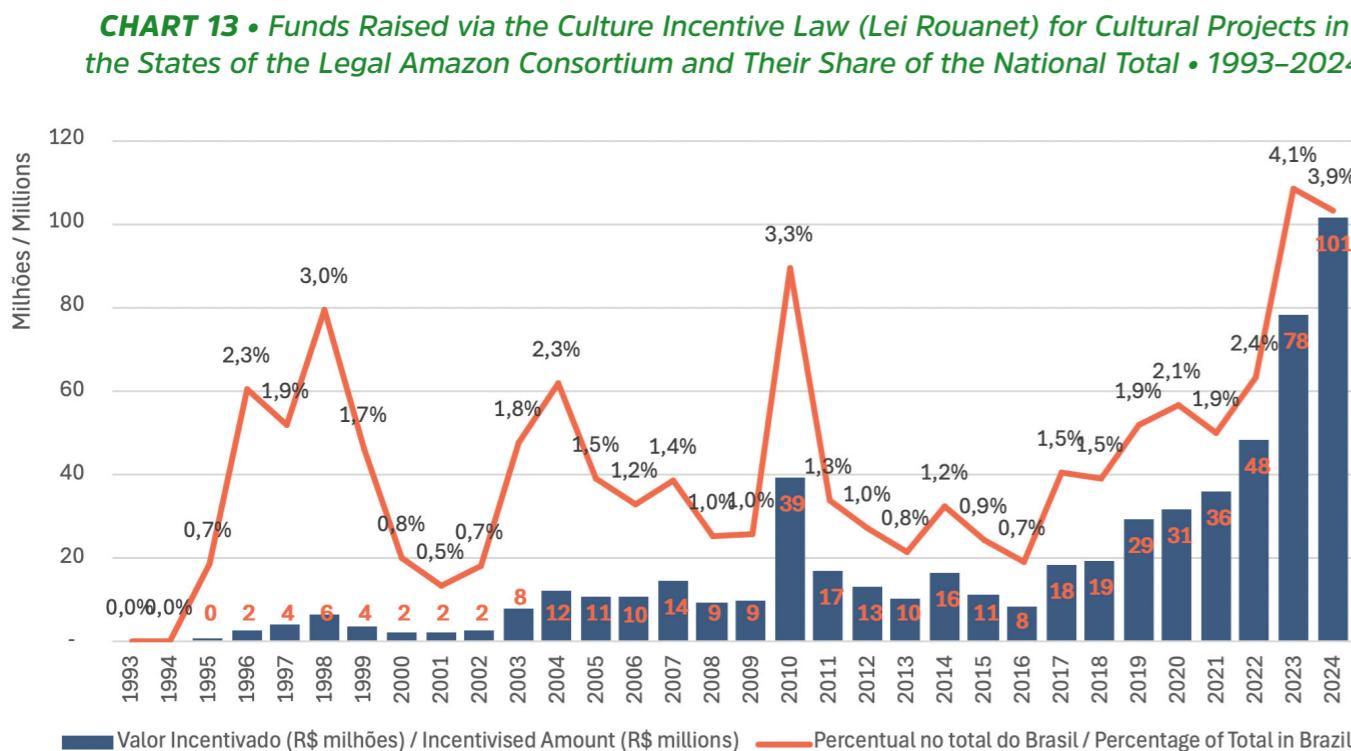
SOURCE: RREO and Data Dashboard of the Itaú Foundation Observatory.

**NOTE:** In the years where no percentage is indicated, data was missing for all 27 states, making it impossible to calculate the percentage share relative to the total of all Brazilian states.

Por outro lado, a participação dessas UFs nos valores incentivados via Lei de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet) é menor do que a observada nos orçamentos estaduais, embora venha crescendo nos últimos anos. Em 2023 e 2024, as localidades do Consórcio Amazônia Legal representaram em torno de 4% do total de valores incentivados no Brasil, chegando a R\$ 101 milhões incentivados em 2024. Nota-se que, a partir de 2017, ano de instituição do Consórcio Amazônia Legal, há uma trajetória de escalada dos valores incentivados nessas UFs.

GRÁFICO 13

### VALORES INCENTIVADOS VIA LEI DE INCENTIVO À CULTURA (LEI ROUANET) PARA PROJETOS CULTURAIS DAS UFS DO CONSÓRCIO AMAZÔNIA LEGAL E PARTICIPAÇÃO SOBRE O TOTAL DO BRASIL • 1993-2024



FONTE: Ministério da Cultural/SalicNet e Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú

SOURCE: Ministry of Culture / SalicNet and Data Dashboard of the Itaú Foundation Observatory

*On the other hand, the share of these states in the funds raised through the Culture Incentive Law (Lei Rouanet) is lower than that observed in state budgets, although it has been growing in recent years. In 2023 and 2024, the states of the Legal Amazon Consortium accounted for approximately 4% of the total amount of incentivized funds in Brazil, reaching R\$ 101 million in 2024. It is worth noting that starting in 2017, the year the Legal Amazon Consortium was established, there has been a steady upward trend in the incentivized amounts within these states.*

As principais áreas culturais que vêm recebendo apoios via mecenato (Lei de Incentivo à Cultura) nos territórios do Consórcio Amazônia Legal são a Música, Patrimônio Cultural, Artes Cênicas e Artes Visuais, que concentram quase todo o apoio recebido nesta região.

*The main cultural areas that have been receiving support through sponsorship mechanisms (Culture Incentive Law) in the territories of the Legal Amazon Consortium are Music, Cultural Heritage, Performing Arts, and Visual Arts, which together account for nearly all the support received in the region.*

TABELA 2

### VALORES INCENTIVADOS VIA LEI DE INCENTIVO À CULTURA (LEI ROUANET) PARA PROJETOS CULTURAIS DAS UFS DO CONSÓRCIO AMAZÔNIA LEGAL, SEGUNDO ÁREA CULTURAL DO PROJETO • 1993-2024

**TABLE 2 • Funds Raised via the Culture Incentive Law (Lei Rouanet) for Cultural Projects in the States of the Legal Amazon Consortium, by Cultural Area • 1993–2024**

| Área Cultural<br>Cultural Area           | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024  |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| Música<br>Music                          | 3,0  | 7,4  | 3,6  | 3,6  | 5,2  | 5,5  | 6,9  | 7,5  | 11,9 | 16,0 | 18,4 | 33,1  |
| Patrimônio Cultural<br>Cultural Heritage | 1,7  | 0,7  | 0,8  | 0,4  | 4,4  | 4,5  | 10,8 | 7,9  | 11,5 | 8,7  | 33,6 | 24,1  |
| Artes Cênicas<br>Performing Arts         | 2,6  | 2,2  | 4,4  | 1,3  | 5,1  | 5,5  | 8,2  | 9,6  | 5,0  | 9,6  | 16,7 | 20,9  |
| Artes Visuais<br>Visual Arts             | 0,6  | 3,9  | 0,4  | 0,8  | 0,8  | 1,1  | 0,5  | 4,8  | 4,5  | 6,5  | 2,9  | 18,4  |
| Audiovisual<br>Audiovisual               | 2,1  | 1,6  | 1,6  | 1,8  | 2,5  | 1,0  | 1,0  | 0,0  | 2,2  | 0,6  | 2,9  | 1,8   |
| Humanidades<br>Humanities                | -    | 0,3  | 0,1  | 0,2  | 0,1  | 1,4  | 1,3  | 1,3  | 0,7  | 6,4  | 3,3  | 2,2   |
| Museus e Memória<br>Museums and Memory   | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | 0,1  | 0,1  | -    | 0,2  | 0,7   |
| Artes Integradas<br>Integrated Arts      | 0,1  | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     |
| Total<br>Total                           | 10,0 | 16,2 | 10,9 | 8,1  | 18,1 | 18,9 | 28,8 | 31,3 | 35,8 | 47,8 | 77,9 | 101,2 |

FONTE: Ministério da Cultural/SalicNet e Painel de Dados do Observatório Fundação Itaú

SOURCE: Ministry of Culture / SalicNet and Data Dashboard of the Itaú Foundation Observatory

## Conclusões

Os 9 estados do Consórcio Amazônia Legal têm apresentado crescimento nos valores financiados à cultura e à Economia Criativa, se destacando principalmente nos gastos orçamentários dos governos estaduais, que tiveram escalada desde 2020, indicando o empenho da região com a questão da Cultura. Contudo, sua participação no total do emprego da Economia Criativa no Brasil segue em torno de 6% a 7%. Por outro lado, diferente do comportamento geral da Economia Criativa brasileira, as UFs do Consórcio conseguiram manter a participação dos trabalhadores criativos em ocupações de cunho Cultural, enquanto no geral do Brasil essas ocupações perderam espaço para as ocupações de Tecnologia.

Os empregados da Economia Criativa no Consórcio Amazônia Legal apresentam alguns desafios, como os rendimentos menores do que na média brasileira e menor incidência de formalização, principalmente no segmento de trabalhadores especializados, onde as mulheres são maioria.

Os dados apresentados nesta seção, e suas comparações com a média brasileira da Economia Criativa, podem servir de insumo para o direcionamento mais eficaz das políticas públicas e ações dos decisores do Consórcio Amazônia Legal, apoiando para o atingimento dos objetivos dessa frente de trabalho.

## Conclusions

*The nine states of the Legal Amazon Consortium have shown growth in funding for culture and the Creative Economy, standing out especially in state government budget expenditures, which have surged since 2020, indicating the region's strong commitment to cultural development. However, their share of total Creative Economy employment in Brazil remains around 6% to 7%. On the other hand, unlike the national trend in Brazil's Creative Economy, the Consortium states have maintained the presence of creative workers in culturally oriented occupations, whereas, at the national level, such occupations have lost ground to technology-related roles.*

*Creative Economy workers in the Legal Amazon Consortium face several challenges, such as lower average earnings compared to the national average and a lower incidence of formal employment, particularly among specialized workers, where women form the majority.*

*The data presented in this section, along with comparisons to Brazil's national averages in the Creative Economy, may serve as valuable input for more effective public policy planning and strategic actions by decision-makers in the Legal Amazon Consortium, supporting the achievement of this work front's goals.*

## + REFERÊNCIAS | REFERENCES

CONSÓRCIO 2017 | CONSORTIUM 2017:

🔗 [https://www.consorcioamazonalegal.gov.br/\\_files/ugd/d5cffb\\_5424da8d8e4c43cdb102e2c6b8bd73ae.pdf](https://www.consorcioamazonalegal.gov.br/_files/ugd/d5cffb_5424da8d8e4c43cdb102e2c6b8bd73ae.pdf)

CONSÓRCIO 2019 | CONSORTIUM 2019:

🔗 [https://www.consorcioamazonalegal.gov.br/\\_files/ugd/d5cffb\\_4f165e13b55647c8ad901c953ef9d49a.pdf](https://www.consorcioamazonalegal.gov.br/_files/ugd/d5cffb_4f165e13b55647c8ad901c953ef9d49a.pdf)

CONSÓRCIO 2025 | CONSORTIUM 2025:

🔗 <https://www.consorcioamazonalegal.gov.br/camaras-setoriais>

## Conectando clima e cultura

### O meio ambiente é nossa forma de fazer cultura

Nos últimos anos, temos testemunhado como as consequências das mudanças climáticas impactam nossa biodiversidade, as pessoas e a natureza. Os alarmantes e severos eventos relacionados ao clima na região amazônica (ver box Mudanças Climáticas) 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.

#### 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<sup>A</sup>, 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.

## Connecting climate and culture

### *The environment is our way of making culture*

*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.*

Mas, embora a cultura seja impactada pelas mudanças climáticas, ela também é uma ferramenta poderosa no combate a elas. Produtores culturais, artistas e comunidades locais têm demonstrado como as expressões culturais são recursos vitais para a educação ambiental e a proteção da biodiversidade. A cultura ajuda as comunidades a se prepararem, se adaptarem e reduzirem os impactos negativos das mudanças climáticas, ao mesmo tempo em que promove o bem-estar comunitário, a justiça social e a valorização dos territórios.

Nossa região é um reservatório de natureza e biodiversidade para o mundo inteiro, e nossa cultura está intrinsecamente conectada ao ambiente amazônico. Nossa cultura molda a forma como vemos, sentimos e nos relacionamos com o meio ambiente de que fazemos parte, e esse ambiente molda nossa maneira de fazer cultura.

#### 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<sup>A</sup>, 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.

*But while culture is impacted by climate change, it is 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.*

*Our region is a reservoir of nature and biodiversity for the entire world, and our culture is intrinsically 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.*

*Organizations such as Banzeiro do Brilho-de-Fogo (page 40), Vambora*

**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. / 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. 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. / United Nations, 2024, The Paris Agreement.

**C** • Climate Action Tracker, 2024, Termômetro CAT: Atualização de outubro de 2024./ Climate Action Tracker, 2024, CAT Thermometer: November 2024 Update.

Organizações como o Banzeiro do Brilho-de-Fogo (página 40), o Festival Vambora (página 54) e o Instituto Arraial do Pavulagem (página 60) exemplificam como as manifestações culturais podem servir como vetores de pertencimento, identidade e organização comunitária, ao mesmo tempo em que reduzem resíduos e promovem o cuidado ambiental. Da mesma forma, grupos como o Grupo Minhas Raízes (página 66) e Los Chicos de Menezes (página 36) demonstram como as performances artísticas podem estar intrinsecamente ligadas à cultura ribeirinha, à proteção territorial e à conservação da biodiversidade.

Esses exemplos ressaltam a importância de proteger e integrar a diversidade cultural, os saberes ancestrais e as práticas culturais locais e tradicionais em ações climáticas eficazes. Nesse contexto, a Escola de Conhecimento Ancestral Jofo Nimairama (página 44), em Manaus (AM), também se afirma como referência ao articular educação comunitária, ancestralidade e práticas sustentáveis, fortalecendo identidades e contribuindo para a regeneração social e ambiental.

A cultura – como nossa arte, música, performance, literatura, teatro, dança, criações e práticas criativas, assim como as 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. A economia criativa no Pará gera R\$ 1,5 bilhão por ano, e tem havido um aumento recente de empregos formais no setor criativo.<sup>D</sup> Iniciativas como a Rede Confluência Roda de Prosa (página 74), as Varandas do Jalapão (página 80) e o Instituto Tatajuba (página 50) transformam barreiras em oportunidades, construindo redes de colaboração e difundindo conhecimento.

*Festival (page 54), and the Arraial do Pavulagem Institute (page 60) exemplify how cultural manifestations can serve as vectors of belonging, identity, and community organization, while also reducing waste and promoting environmental care. Similarly, groups such as Grupo Minhas Raízes (page 66) and Los Chicos de Menezes (page 36) show how artistic performances can be intrinsically linked to riverine culture, territorial protection, and biodiversity conservation.*

*These examples underscore the importance of protecting and integrating cultural diversity, ancestral knowledge, and local and traditional cultural practices in effective climate action. In this context, the Escola de Conhecimento Ancestral Jofo Nimairama (page 44), in Manaus (AM), also stands out as a reference by articulating community education, ancestry, and sustainable practices, strengthening identities and contributing to social and environmental regeneration*

*Culture – such as our art, music, performance, literature, theatre, dance, creative pursuits, as well as broader social norms – is not merely a reflection of human societies, but also an agent of transformation. In the Amazonian context, it is the basis of our identity, traditions, and way of life, and it is essential for climate resilience, environmental justice, and the transition to a greener economy. 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.<sup>D</sup> Initiatives such as Rede Confluência Roda de Prosa (page 74), Varandas do Jalapão (page 80), and Instituto Tatajuba (page 50) transform barriers into opportunities, building networks of collaboration and spreading knowledge.*

*“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

A cultura pode nos inspirar a refletir sobre nossos valores, inspirar nossas ações e nos unir. Artistas e profissionais da cultura podem abrir caminho para um mundo mais sustentável por meio da contação de histórias, do compartilhamento de ideias e da promoção de experiências que aproximem as pessoas, estimulem a reflexão crítica, mudem mentalidades, moldem valores e inspirem mudanças de comportamento, ao mesmo tempo em que transformam suas práticas para reduzir a pegada de carbono.

*“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.<sup>E</sup>

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

*“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 home-made 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

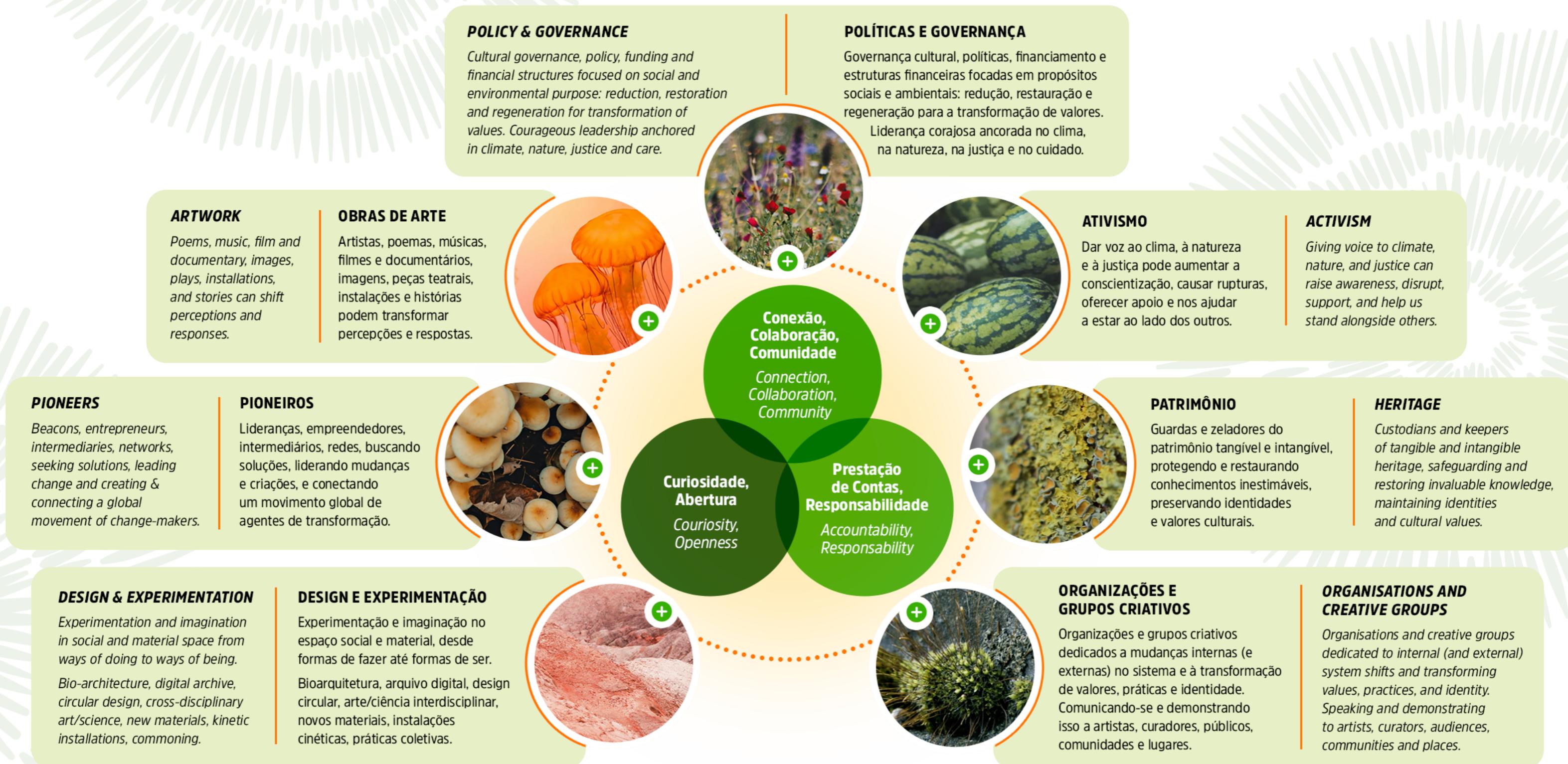
*Culture can inspire us to reflect on our values, inspire our actions, and unite us. Artists and cultural professionals can pave the way toward a more sustainable world through storytelling, sharing ideas, and promoting experiences that bring people together, stimulate critical reflection, shift mindsets,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

*“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.<sup>E</sup>

*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.*

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:  
[climateheritage.org/global-call](https://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*



## + 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:  
[climateheritage.org/global-call](https://climateheritage.org/global-call)

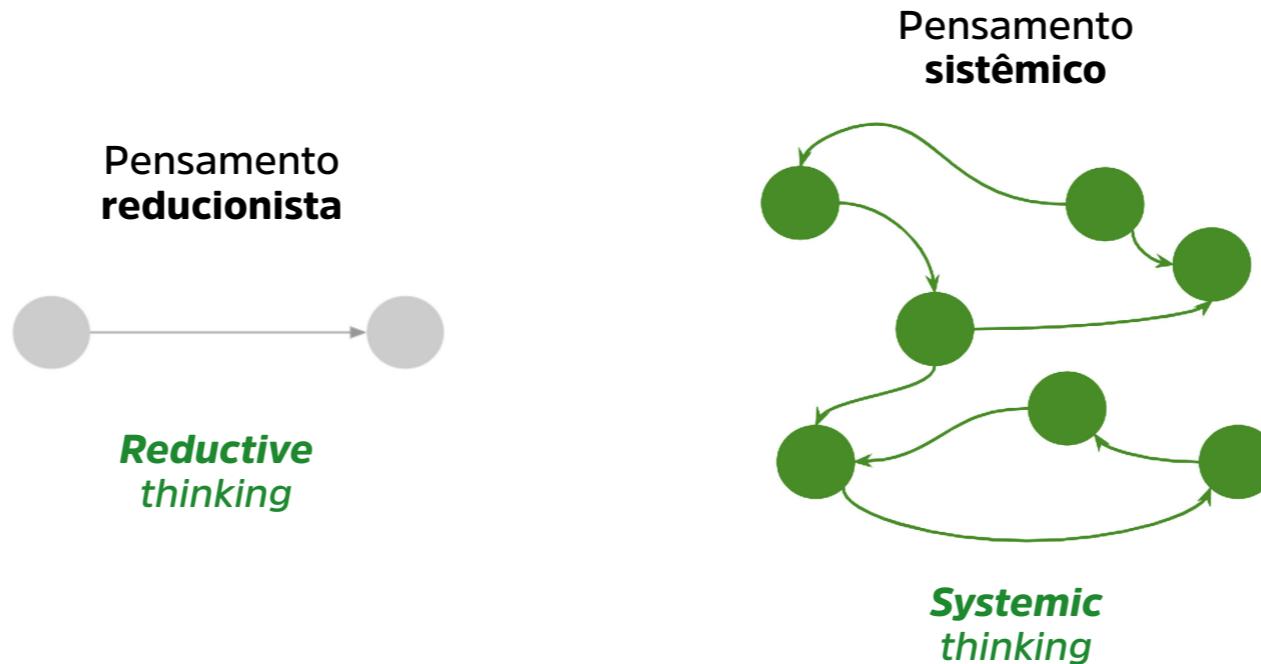
## + CULTURE AND CLIMATE REPORT

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.





ACRE



## Los Chicos de Menezes

@loschicosdemenezes

Los Chicos de Menezes é um grupo musical formado por Deivid de Menezes, Guilherme Ferreira, Jehnny Lima e Sophia Sauer. Sua principal bandeira é a valorização da cultura acreana, utilizando instrumentos e ritmos que remetem às sonoridades tradicionais dos seringais. As letras das canções abordam temas relacionados aos seringueiros, colonheiros, à vida nos rios e às paisagens naturais da região.

O grupo também traz à tona questões ambientais, como na música Geoglifo, que denuncia a devastação da floresta para a criação de pasto, e em Defumação, uma composição que retrata a realidade do Acre, mas que infelizmente se repete em outros estados brasileiros e países da América Latina.

Além das referências locais, o grupo incorpora ritmos e instrumentos da música latina, reforçando as conexões culturais amazônicas com a América Latina e evidenciando confluências que muitas vezes passam despercebidas. Essa fusão sonora amplia o alcance de suas mensagens e fortalece a identidade regional em diálogo com o cenário continental.

*Los Chicos de Menezes is a musical group formed by Deivid de Menezes, Guilherme Ferreira, Jehnny Lima, and Sophia Sauer. Their main cause is the promotion of Acrean culture, using instruments and rhythms that evoke the traditional sounds of the rubber plantations. Their lyrics address themes related to rubber tappers, settlers, river life, and the natural landscapes of the region.*

*The group also brings environmental issues to the forefront, as in the song Geoglifo, which denounces forest devastation for cattle pasture, and Defumação, a composition that portrays the reality of Acre, but unfortunately also reflects the situation in other Brazilian states and Latin American countries.*

*In addition to local references, the group incorporates rhythms and instruments from Latin music, reinforcing cultural connections across the Amazon and Latin America, and highlighting confluences that often go unnoticed. This sonic fusion expands the reach of their message and strengthens regional identity in dialogue with the continental context.*

**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.<sup>G</sup> 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, pode 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.<sup>G</sup> 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.

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.*

## 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.<sup>H</sup> 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).<sup>I</sup> Há uma necessidade profunda de justiça<sup>J</sup> em relação à terra, à água, aos direitos patrimoniais e culturais, e tanto sistemas grandes quanto pequenos são necessários para enfrentar essa questão.

**Analizar 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.<sup>H</sup> 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).<sup>I</sup> There is a deep need for justice<sup>J</sup> 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.



AMAPÁ



## Banzeiro do Brilho-de-Fogo

@banzeirodobrilhodefogo

Criado em 2014, o Banzeiro do Brilho-de-Fogo é um cortejo cultural que une arte popular, educação ambiental e valorização da cultura tradicional do Amapá. Inspirado na força do banzeiro – o movimento das águas amazônicas – e no brilho-de-fogo, uma rara espécie de beija-flor encontrada em Serra do Navio, o projeto traduz a beleza e a resistência da biodiversidade amapaense em uma proposta artística vibrante, educativa e intergeracional.

A base sonora do cortejo é o tambor do Marabaixo, ritmo ancestral afro-amapaense. Ao som de mais de 100 caixas, instrumentos de sopro e pandeirões, o desfile se organiza em três grupos: o Jardim do Banzeiro (formado por crianças), o Jardim das Açucenas (com mulheres dançadeiras) e os Batuqueiros (orquestra popular de percussão). Por meio de oficinas abertas, confecção de instrumentos e ensaios em espaços públicos, o projeto forma músicos, dançarinos e artistas que ocupam as ruas com arte e consciência.

O cortejo transforma a cidade em palco de memória e reflexão. Cada passo, flor ou toque de tambor é um convite ao cuidado com o planeta, à preservação da história e à responsabilidade com as futuras gerações. O Banzeiro propõe uma experiência sensível e coletiva, conectando o público à ancestralidade, à natureza e à urgência da ação climática, através da linguagem da cultura popular.

Após uma década de atuação contínua, o Banzeiro do Brilho-de-Fogo tornou-se um dos principais brinquedos culturais de rua de Macapá. Consolidado como símbolo de identidade e resistência, o projeto demonstra como arte e tradição podem ser instrumentos potentes de educação ambiental e transformação social na Amazônia.

*Created in 2014, Banzeiro do Brilho-de-Fogo is a cultural parade that merges folk art, environmental education, and the appreciation of Amapá's traditional culture. Inspired by the power of the banzeiro – the swirling movement of Amazonian waters – and the brilho-de-fogo, a rare hummingbird species found in Serra do Navio, the project embodies the beauty and resilience of local biodiversity through a vibrant, educational, and intergenerational artistic experience.*

*The sound of the parade is rooted in the Marabaixo drum, an ancestral Afro-Amapá rhythm. Accompanied by over 100 drums, wind instruments, and large pandeiros, the parade is organized into three groups: Jardim do Banzeiro (children), Jardim das Açucenas (female dancers), and Batuqueiros (a popular percussion orchestra). Through open workshops, instrument-making, and public rehearsals, the project trains musicians, dancers, and artists who fill the streets with art and awareness.*

*The parade turns the city into a stage for memory and reflection. Each step, flower, or drumbeat invites care for the planet, preservation of history, and responsibility for future generations. Banzeiro offers a collective and emotional experience, connecting people to ancestry, nature, and the urgency of climate action through the language of popular culture.*

*After a decade of continuous activity, Banzeiro do Brilho-de-Fogo has become one of Macapá's leading street cultural expressions. A symbol of identity and resistance, the project shows how art and tradition can be powerful tools for environmental education and social transformation in the Amazon.*

# 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.

## 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.

# 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.*

## 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.*

## 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. Envolve 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 4 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 climatic 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 4 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.



## AMAZONAS



### Escola de Conhecimento Ancestral Jofo Nimairama

@bjofo\_nimairama

Desde 2018, o quintal da casa da professora Vanda Witoto, às margens do Igapé Tarumã-Açu, em Manaus (AM), vem se consolidando como um espaço de educação comunitária e resistência da ancestralidade. Atualmente, 88 crianças participam das atividades realizadas aos sábados, que incluem o ensino da língua Bue, pinturas corporais, danças, música, espiritualidade ancestral e contato direto com a natureza. Essas práticas fortalecem a identidade coletiva e reafirmam modos de vida que

*Since 2018, the backyard of Professor Vanda Witoto's house, on the banks of the Tarumã-Açu stream in Manaus (AM), has been consolidated as a space for community education and the resilience of ancestry. Currently, 88 children participate in Saturday activities that include learning the Bue language, body painting, dances, music, ancestral spirituality, and direct contact with nature. These practices strengthen collective identity and reaffirm ways of life that face processes of erasure in formal*

enfrentam processos de invisibilização nas escolas formais da cidade, onde a diversidade dos povos da ancestralidade muitas vezes não é valorizada.

O projeto Jofo Nimairama, que significa Casa de Conhecimento Ancestral, nasce desse movimento comunitário e tem como objetivo transformar o quintal em um espaço cultural estruturado, integrado à natureza. A proposta prevê a construção de uma casa comunitária que permita ampliar as atividades de segunda a sábado, com conteúdos pedagógicos específicos, mestres e professores da ancestralidade e alimentação saudável. A iniciativa busca criar um ambiente regenerativo, onde a educação tradicional dialoga com práticas sustentáveis e se articula com o fortalecimento da economia criativa ligada à ancestralidade.

O impacto do projeto transcende a transmissão de saberes linguísticos e espirituais: ele gera vínculos sociais, promove bem-estar, fortalece a resiliência comunitária e estimula práticas de sustentabilidade baseadas na natureza. Ao valorizar o conhecimento ancestral como patrimônio imaterial, Jofo Nimairama posiciona-se como um exemplo de inovação social enraizada na tradição, criando oportunidades de desenvolvimento sustentável no território urbano de Manaus.

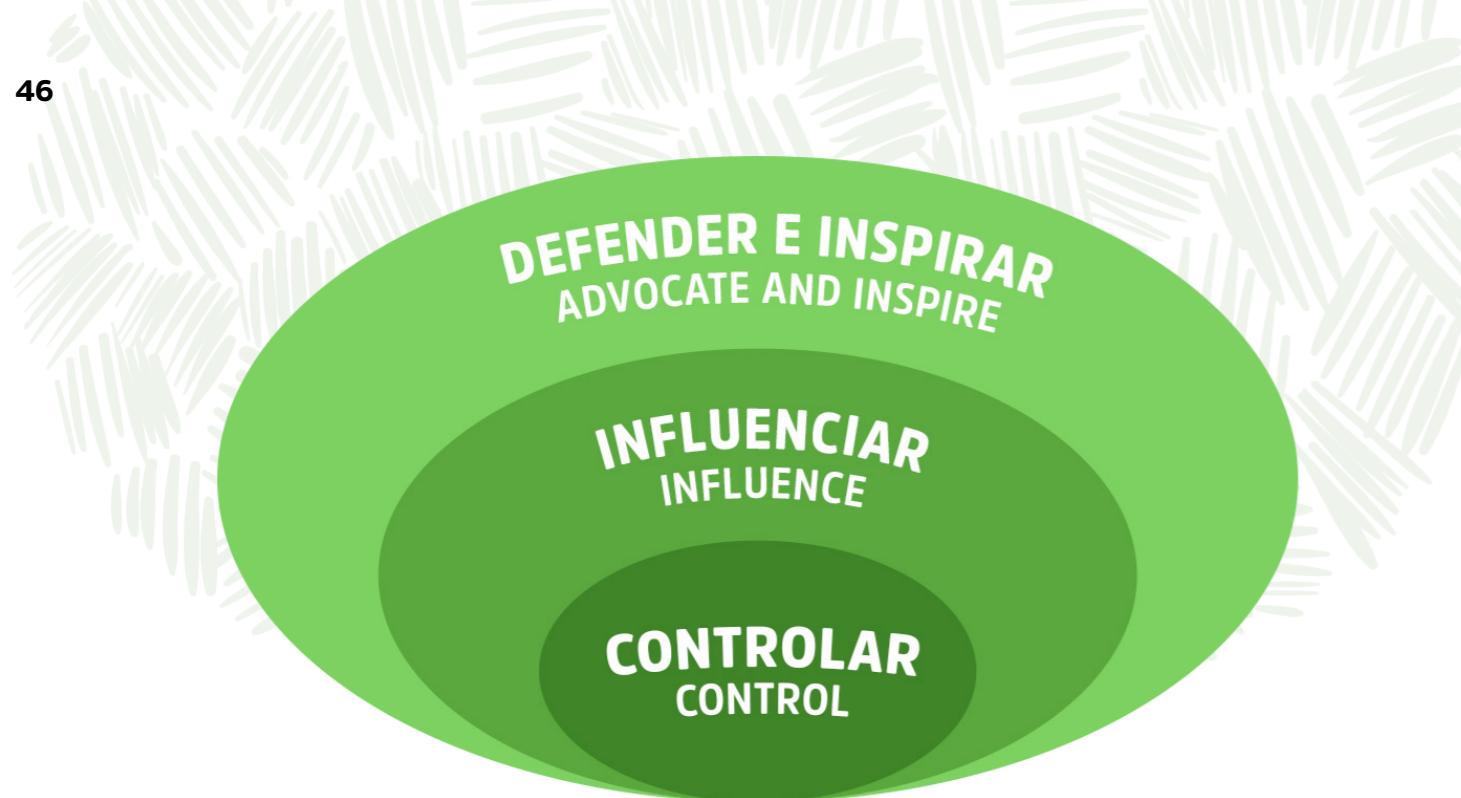
Com isso, o projeto se conecta a uma agenda mais ampla de economia da cultura e justiça climática, demonstrando que investir em espaços de educação da ancestralidade é também investir em biodiversidade cultural, soberania alimentar e regeneração comunitária. Assim, Jofo Nimairama afirma-se como referência na preservação da diversidade amazônica e na construção de futuros mais justos e sustentáveis.

*schools, where the diversity of ancestral peoples is often disregarded.*

*The Jofo Nimairama Project, which means House of Ancestral Knowledge, was born from this community initiative and aims to transform the backyard into a structured cultural space integrated with nature. The proposal foresees the construction of a community house to expand activities from Monday to Saturday, with specific pedagogical content, specialized ancestral educators, and healthy food. The initiative seeks to create a regenerative environment where traditional education dialogues with sustainable practices and connects with the strengthening of the cultural economy of ancestry.*

*The project's impact transcends the transmission of linguistic and spiritual knowledge: it generates social bonds, promotes well-being, strengthens community resilience, and stimulates sustainability practices based on nature. By valuing ancestral knowledge as intangible heritage, Jofo Nimairama positions itself as an example of social innovation rooted in tradition, creating opportunities for sustainable development in the urban territory of Manaus.*

*In doing so, the project aligns with a broader agenda of cultural economy and climate justice, demonstrating that investing in spaces of ancestral education is also investing in cultural biodiversity, food sovereignty, and community regeneration. Thus, Jofo Nimairama asserts itself as a reference in preserving Amazonian diversity and building fairer and more sustainable futures.*



## 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 acima. 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 above. 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.*

## 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.*

| QUEM? • WHO?   | POR QUÊ? • WHY?   | COMO? • HOW?   |
|--|---|--|
| SUA CADEIA DE VALOR<br>YOUR VALUE CHAIN                                | <p>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.</p> <p><i>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.</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Envie um e-mail ou pergunte em uma reunião sobre o que eles estão fazendo para serem sustentáveis e éticos.</li> <li>Inclua sustentabilidade em seu contrato.</li> <li>Solicite, sempre que possível, dados de relatórios ambientais.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Email or ask in a meeting about what they're doing to be sustainable and ethical.</i></li> <li><i>Include sustainability in your contract.</i></li> <li><i>Ask for environmental reporting data where possible.</i></li> </ul> |
| GOVERNO MUNICIPAL OU ESTADUAL<br>YOUR MUNICIPALITY OR STATE GOVERNMENT | <p>Os governos podem ter informações ou apoio que possam oferecer a você, além de direcioná-lo para outras políticas ou organizações de suporte.</p> <p><i>Governments may have information or support they can offer you and could direct you to other supportive policies or organisations.</i></p>   | <p>Entre em contato ou convide representantes do governo local (tanto dos departamentos de cultura quanto de meio ambiente) para os seus eventos.</p> <p><i>Contact or invite representatives from your local government (both culture and environmental departments) to your events.</i></p>  |

| QUEM? • WHO?   | POR QUÊ? • WHY?   | COMO? • HOW?  | QUEM? • WHO?   | POR QUÊ? • WHY?  | COMO? • HOW?  |
|--|---|---|--|--|---|
| <b>TERRITÓRIOS TRADICIONAIS</b><br><i>TRADITIONAL TERRITORIES</i>  | 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.<br><br><i>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.</i> | 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.<br><br><i>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.</i>   | <b>GRUPOS DIVERSOS NA SUA COMUNIDADE</b><br><i>DIVERSE GROUPS ACROSS YOUR COMMUNITY</i>                        | Diferentes grupos da comunidade podem oferecer perspectivas mais amplas sobre questões diversas e podem revelar aspectos que você não havia considerado ou percebido.<br><br><i>Different community groups will offer wider perspectives on different issues and may bring to light things you hadn't considered or realised.</i>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Entrevistas, conversas informais ou pesquisas podem ajudar a compreender as necessidades de sua comunidade.</li> <li>Lembre-se de compensar o tempo das pessoas e respeitar todas as perspectivas.</li> <li><i>Interviews, casual conversations, or surveys can help understand the needs of your community.</i></li> <li><i>Remember to compensate for people's time and respect all perspectives.</i></li> </ul>   |
| <b>ORGANIZAÇÕES OU PESSOAS TRABALHANDO EM QUESTÕES SEMELHANTES</b><br><i>ORGANISATIONS OR PEOPLE WORKING ON SIMILAR ISSUES</i> | 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.<br><br><i>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.</i>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pesquise organizações locais que atuem em sua área ou peça sugestões ou conselhos a líderes da sua comunidade.</li> <li>Amplifique ou dê espaço a campanhas ou grupos existentes em seu evento, ou faça parceria com eles em programações.</li> <li>Considere iniciar uma rede para manter-se conectado.</li> <li><i>Search for local organisations working in your area or ask leaders in your community for suggestions or advice.</i></li> <li><i>Amplify or give space to existing campaigns or groups at your event, or partner with them on programming.</i></li> <li><i>Consider starting a network to stay connected.</i></li> </ul> | <b>TRABALHADORES, VOLUNTÁRIOS, ARTISTAS E PERFORMERS</b><br><i>WORKERS, VOLUNTEERS, ARTISTS AND PERFORMERS</i> | 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.<br><br><i>Working collaboratively means we can inspire each other, and people can use their own knowledge to expand on your ideas and tell others.</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Treinamentos sobre questões relacionadas ao meio ambiente e à justiça climática podem ajudar no desenvolvimento de habilidades.</li> <li>Peça ideias e abordagens às pessoas, e depois apoie-as na aplicação dessas habilidades em suas funções.</li> <li><i>Training on issues around the environment and climate justice can help people's skills grow.</i></li> <li><i>Ask people for ideas and approaches, then support them in applying these skills in their roles.</i></li> </ul> |





## Instituto Tatajuba

 @centroculturaltatajuba

O Instituto Tatajuba, fundado em 2020 na cidade de Imperatriz (MA), atua como um catalisador cultural e social na Região Tocantina, uma importante porta de entrada da Amazônia Legal. Desde sua criação, o Instituto se dedica à democratização do acesso à cultura, ao estímulo à produção artística e à geração de oportunidades econômicas para comunidades do Norte e Nordeste do Brasil, valorizando os saberes, fazeres e expressões culturais locais.

Em 2022, foi inaugurado o Centro Cultural Tatajuba, sede das ações do Instituto, com uma programação diversa e gratuita. O espaço promove exposições, mostras de cinema, oficinas, cursos, feiras, danças e shows,

*Founded in 2020 in the city of Imperatriz (MA), Instituto Tatajuba acts as a cultural and social catalyst in the Tocantina Region, a key gateway to the Brazilian Amazon. Since its creation, the Institute has been dedicated to democratizing access to culture, promoting artistic production, and generating economic opportunities for communities in the North and Northeast of Brazil, while valuing local knowledge, skills, and cultural expressions.*

*In 2022, the Tatajuba Cultural Center was inaugurated as the headquarters of the Institute's activities, offering a diverse and free cultural program. The space hosts exhibitions, film screenings, workshops, training courses, book fairs, dance performances, and concerts,*

sempre com foco na valorização da produção artística regional. Por meio do programa Tatajuba Impulsiona, o Instituto oferece oficinas de capacitação em áreas como artesanato e culinária, promovendo a geração de renda e o fortalecimento da economia criativa local. Uma das iniciativas em destaque é a Loja-escola As Silvas – Redes Criativas, que oferece a produtores e artesãos um espaço para comercializar seus produtos, conectando arte, formação e sustentabilidade. As atividades formativas são moldadas a partir do diálogo constante com os territórios, respeitando os saberes tradicionais e propondo práticas criativas que articulam educação, cultura e consciência ambiental.

O Instituto Tatajuba comprehende a cultura como motor do desenvolvimento territorial e apostava no empreendedorismo cultural sustentável como ferramenta para transformação social. Todas as ações são pautadas pelo respeito socioambiental, pelo uso de materiais recicláveis e pela criação de metodologias acessíveis e sustentáveis. Essas práticas se refletem em projetos como Movimenta Cultura, Arte em Cores e Cultura na Praça, realizados em parceria com instituições locais.

Até o momento, o Instituto beneficiou diretamente mais de 31.000 pessoas, em atividades presenciais e online. Seus projetos itinerantes já alcançaram 35 territórios em cinco estados brasileiros (MA, PA, AM, MG e ES), com um total de 221 oficinas, 415 ações culturais formativas, 124 parcerias com escolas e instituições, 8 exposições de artes plásticas e mais de 4.000 horas de formação.

Ao promover cultura, educação e sustentabilidade de forma integrada, o Instituto Tatajuba afirma seu papel como agente transformador dos territórios onde atua. Seu trabalho alia arte e ética, escuta e ação, criatividade e responsabilidade ambiental, consolidando um modelo de atuação cultural voltado para o fortalecimento de comunidades e a valorização da diversidade amazônica.

*always focusing on the promotion of regional artistic production. Through the Tatajuba Impulsiona program, the Institute offers training in areas such as handicrafts and cooking, contributing to income generation and the strengthening of the local creative economy. One of the standout initiatives is the As Silvas Creative Network School-Store, which provides a space for local artisans and producers to sell their products, connecting art, education, and sustainability. All educational activities are designed through continuous dialogue with local territories, respecting traditional knowledge and fostering creative practices that combine education, culture, and environmental awareness.*

*Instituto Tatajuba views culture as a driver of territorial development and promotes sustainable cultural entrepreneurship as a path to social transformation. Its actions are guided by socio-environmental responsibility, the use of recyclable materials, and the development of accessible and sustainable methodologies. These practices are reflected in collaborative projects such as Movimenta Cultura, Arte em Cores, and Cultura na Praça, carried out in partnership with local institutions.*

*So far, the Institute has directly benefited more than 31,000 people through in-person and online activities. Its traveling projects have reached 35 territories across five Brazilian states (MA, PA, AM, MG, and ES), with a total of 221 workshops, 415 cultural training actions, 124 partnerships with schools and institutions, 8 visual art exhibitions, and over 4,000 hours of educational programming. By promoting culture, education, and sustainability in an integrated way, Instituto Tatajuba affirms its role as a transformative agent in the territories where it operates. Its work combines art and ethics, listening and action, creativity and environmental responsibility, consolidating a cultural model rooted in community empowerment and the appreciation of Amazonian diversity.*

## 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.

- Compartilhe o que você aprendeu com os outros e seja transparente sobre seu progresso.

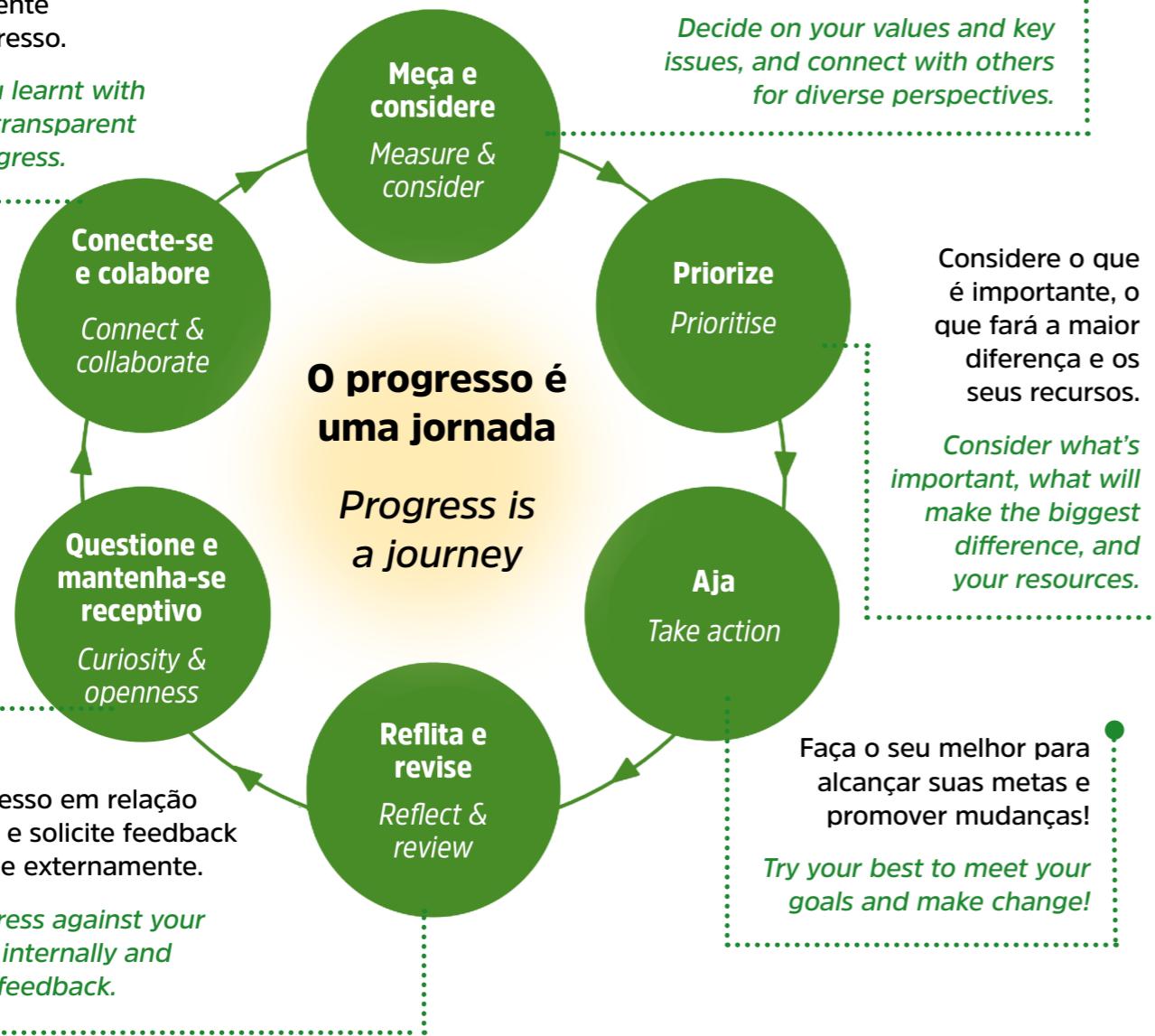
*Share what you learnt with others and be transparent about your progress.*

- Pense sobre o que você aprendeu e como isso pode influenciar suas prioridades e metas.

*Think about what you've learnt and how this could influence your priorities and goals.*

- Avalie o progresso em relação às suas metas e solicite feedback internamente e externamente.

*Evaluate progress against your goals and ask internally and externally for feedback.*



## Learn, grow and stay connected to what matters

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

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:

### ● 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.

### ● COM O PÚBLICO:

Pesquise as pessoas usando QR codes em eventos ou nas redes sociais. Pode ser divertido, criativo ou informal – por exemplo, dar às pessoas pedrinhas para colocar em potes e assim entender o que elas mais valorizam; pedir que escrevam em um papel, durante um evento, o que gostariam de ver na próxima vez; ou promover conversas nas quais você genuinamente e abertamente peça 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.

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

### ● 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.

### ● 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.

### ● 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.



# MATO GROSSO



## Festival Vambora

 @festivalvamboramt

O Festival Vambora é uma celebração da arte como força de transformação social. Realizado em Cuiabá/MT, o evento nasceu nas ruas da periferia e transformou ocupação artística em plataforma de inclusão, sustentabilidade e protagonismo. Em três edições, tornou-se um grito coletivo que projeta os corpos, sons e cores da quebrada para o Brasil, rompendo as barreiras entre margens e centros.

A diversidade cultural do Mato Grosso pulsa no festival: Hip Hop, teatro, circo, artes visuais, música e cultura popular se entrelaçam em uma programação potente e democrática. A arte periférica, antes invisibilizada, encontra no Vambora um palco de respeito, reconhecimento e oportunidade. Mais que entretenimento, o festival é território de afirmação, resistência e sonho em movimento.

## Vambora Festival

*The Festival Vambora is a celebration of art as a force for social transformation. Held in Cuiabá/MT, the event was born from the artistic occupation of the streets and turned into a platform for inclusion, sustainability, and empowerment. With three editions, it has become a collective cry projecting the bodies, sounds, and colors of the outskirts to the whole of Brazil, breaking the barriers between margins and centers.*

*The cultural diversity of Mato Grosso pulses through the festival: Hip Hop, theater, circus, visual arts, music, and folk culture intertwine in a vibrant and democratic program. Marginalized artistic expressions find in Vambora a stage for respect, recognition, and opportunity. More than entertainment, the festival is a space for affirmation,*

Sustentabilidade também é eixo central da proposta. O Vambora foi o primeiro evento artístico de grande porte em Mato Grosso a receber o Selo Rumo ao Lixo Zero, com 72% de desvio de resíduos de aterro e nota B em boas práticas, segundo critérios da Zero Waste International Alliance. A consultoria, feita em parceria com a Teoria Verde, envolveu redesign de materiais, reuso, compostagem, logística reversa e formação de equipe e expositores.

A comunicação visual do evento é integrada à sua missão educativa: acessível, orgânica e engajada na conscientização do público. A cada edição, o Vambora avança na construção de uma nova cultura de eventos, comprometida com o planeta e com o impacto social positivo que a arte pode gerar.

A inclusão é uma prática diária. O festival envolve reeducandos e pessoas em reinserção social, oferecendo formação, trabalho digno e perspectivas reais de transformação. Também garante gratuidade para pessoas com deficiência, o programa Transfree para pessoas trans, e oficinas de capacitação para artistas e técnicos das periferias, fortalecendo o acesso à cultura e à cidadania.

Com ingressos populares e curadoria diversa, o Vambora conecta artistas locais aos grandes palcos e ao público nacional. Em 2023, integrou a ABRAFIN – Associação Brasileira de Festivais Independentes – consolidando sua relevância no circuito cultural do país e ampliando suas redes de articulação. Criado por coletivos e artistas da periferia, o festival é movido pela força do fazer coletivo.

Com apoio de instituições como a Secretaria de Estado de Cultura, Esporte e Lazer de Mato Grosso, Sebrae MT e Assembleia Legislativa, o Vambora se afirma como uma das principais expressões culturais do estado.

Para sua idealizadora, Silvana Cordova, o Vambora é mais que um evento: é propósito. "Nosso foco não é só oferecer shows. Trabalhamos com formação, cidadania e futuro. O Vambora é sobre abrir espaço para quem nunca teve. É sobre criar caminhos possíveis." Vambora é arte viva que educa, inclui e transforma.

*resistance, and movement. Sustainability is also a core value. Vambora was the first large-scale artistic event in Mato Grosso to receive the Zero Waste Journey Certification, achieving a 72% landfill diversion rate and a grade B for good practices, based on Zero Waste International Alliance standards. In partnership with Teoria Verde, the festival redesigned waste flows and focused on reuse, composting, reverse logistics, and team training.*

*Its visual communication is integrated into its educational mission: accessible, organic, and engaging public awareness. With each edition, Vambora advances in building a new event culture, committed to the planet and to the positive social impact that art can create.*

*Inclusion is a daily practice. The festival involves formerly incarcerated individuals and people in social reintegration, offering training, dignified work, and real opportunities for change. It guarantees free entry for people with disabilities, a Transfree program for trans people, and training workshops for artists and technicians from the outskirts, ensuring access to culture and citizenship.*

*With affordable tickets and diverse curation, Vambora connects local artists to large stages and national audiences. In 2023, it joined ABRAFIN – the Brazilian Association of Independent Festivals – expanding its reach and reinforcing its cultural significance across the country. Created by collectives and artists from the periphery, the festival thrives on the strength of collective action.*

*With support from institutions like the State Department of Culture, Sports and Leisure, Sebrae MT, and the Legislative Assembly of Mato Grosso, Vambora has become one of the state's main cultural events.*

*According to its creator, Silvana Cordova, Vambora is more than a festival: it is a mission. "We're not just offering concerts. We work with training, citizenship, and future-building. Vambora is about giving space to those who never had it. It's about creating possible paths." Vambora is living art – it educates, includes, and transforms.*

# Áreas de ação prática

## Practical action areas

### 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...’

### 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 volunteer-led ...’
- And considers equity and/or the needs of diverse groups – ‘and

- 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.

### 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.

*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 regularly.**

*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.*

### 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.*

## Como isso poderia ser?

- 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 escolhas artísticas são pessoais – mas é uma oportunidade de apoiar sua comunidade mais amplamente.

- 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.

- Crie peças de arte interativas onde o público e sua comunidade sejam participantes ativos.** Pode haver oportunidades para construção comunitária 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.

- Considere como você pode preservar o que valorizamos coletivamente e melhorar a resiliência e a conexão de sua comunidade.**

## What could this look like?

- 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.

- 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.

- 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.

- 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

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.

 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](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.

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

### 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.



PARÁ

## Instituto Arraial do Pavulagem

@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, realizado entre os meses de junho e julho, em Belém, 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. Em parceria com cooperativas de catadores, os resíduos são limpos e entregues a centros de reciclagem.
3. Troca de materiais recicláveis, como copos plásticos, latas de alumínio e garrafas PET, por copos reutilizáveis.
4. Ponto de hidratação com água potável gratuita, incentivando o consumo consciente de água e reduzindo o uso de plástico.
5. 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 projeto organizado pelo Instituto), além de brechós com roupas doadas em toda Belém.

*The Arraial do Pavulagem Institute organizes the Arrastão do Pavulagem, a popular street festivity recognized as an Intangible Cultural Heritage of Pará and as a National Cultural Manifestation. Held between the months of June and July in Belém, the event fosters broad social bonds, building respect for others, solidarity, and hope for a better and more equitable future. The initiative promotes access to culture while generating employment and income. Some of its key sustainability actions include:*

- 1. Environmental awareness activities and tree planting with children and young people, fostering critical awareness of environmental and human rights issues through learning circles and storytelling.*
- 2. Collection of recyclable waste throughout the event. In partnership with recycling cooperatives, the waste is cleaned and delivered to recycling centers.*
- 3. Exchange of recyclable materials, such as plastic cups, aluminum cans, and PET bottles, for reusable cups.*
- 4. Free potable water stations, encouraging conscious water consumption and reducing plastic use.*
- 5. Recycling workshops. Activities include using bottles and bottle caps to create musical instruments, repurposing jeans and other fabrics to make backpacks for children participating in the Cordão do Galo (another project organized by the Institute), and hosting thrift markets with donated clothing throughout Belém.*

## Materiais, cadeia de suprimentos e resíduos Materials, supply chain, and waste

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.

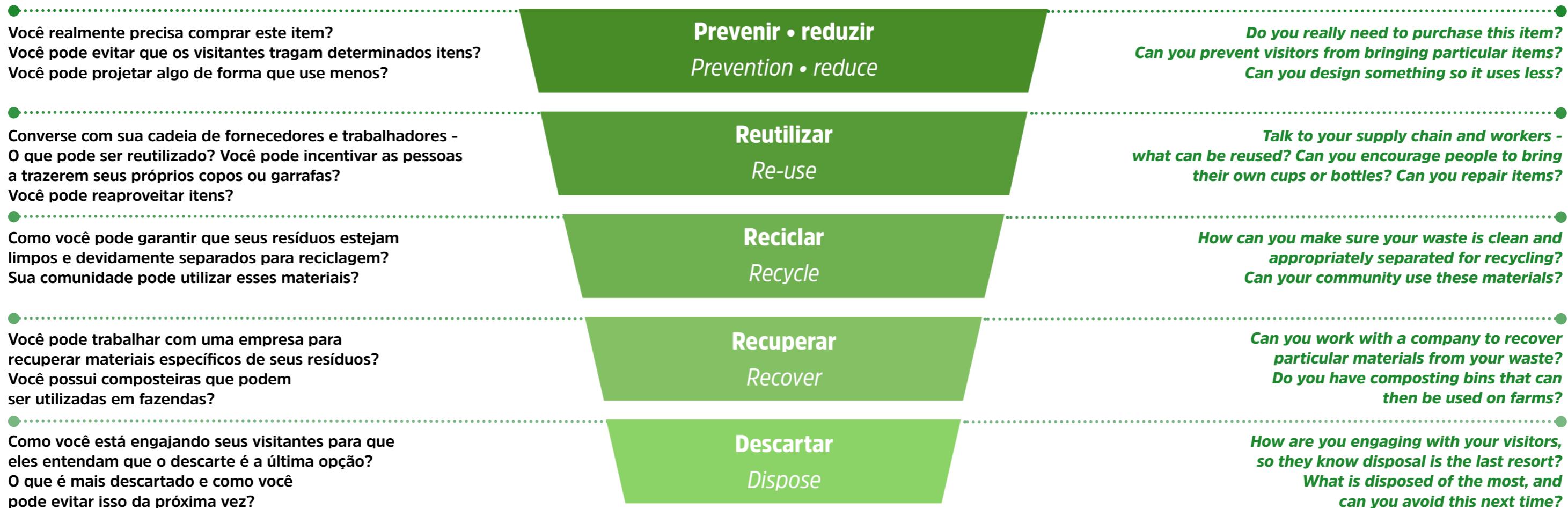
**Use a “hierarquia de recursos” abaixo para orientar suas escolhas.** Reduzir a quantidade

*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**

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.

*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 anterior 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 benéficas 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.

**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

**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.

**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,

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.

#### **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.

#### **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.

**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.

#### **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.



## RONDÔNIA



### Grupo Minhas Raízes

@grupominhasraizes

O Grupo Minhas Raízes surgiu há 19 anos na comunidade ribeirinha de Nazaré, às margens do Rio Madeira, em Rondônia. Com uma proposta artística enraizada na vivência amazônica, o grupo transforma saberes ancestrais em música, poesia e ação social, valorizando a cultura ribeirinha e promovendo práticas sustentáveis nas comunidades tradicionais da região.

Mais que um grupo musical, Minhas Raízes é um movimento de resistência cultural e educação ambiental. Em suas apresentações, o grupo canta os modos de vida, as crenças, as lutas e os sonhos dos povos da floresta. Seus integrantes utilizam bioinstrumentos produzidos artesanalmente com sementes, galhos,

*Grupo Minhas Raízes was founded 19 years ago in the riverside community of Nazaré, on the banks of the Madeira River in Rondônia. With an artistic approach deeply rooted in Amazonian life, the group transforms ancestral knowledge into music, poetry, and social action, valuing local culture and promoting sustainable practices in traditional communities of the region.*

*More than a musical group, Minhas Raízes is a movement of cultural resistance and environmental education. Their performances sing of the ways of life, beliefs, struggles, and dreams of forest peoples. They use bio-instruments crafted from discarded*

conchas, cabaças e outros materiais descartados da natureza — sempre respeitando os ciclos ecológicos e evitando danos ao meio ambiente.

Esse conhecimento também é transmitido para crianças e jovens da comunidade, que aprendem a confeccionar os instrumentos e a valorizar seus próprios territórios. Assim, o grupo contribui para a preservação da cultura ribeirinha, entendendo que proteger a floresta também passa por fortalecer a identidade, o saber e a autonomia das populações que nela vivem.

O grupo está diretamente ligado ao Festival Cultural de Nazaré do Baixo Madeira, considerado Patrimônio Cultural Imaterial de Rondônia. O evento celebra a cultura amazônica por meio da música, religiosidade, teatro e dança. Entre os destaques do festival estão o Boi-Bumbá Curumim e a Dança do Seringandô — uma encenação que resgata a memória dos trabalhadores da floresta durante o ciclo da borracha, unindo canto, dança e narrativa em uma expressão profundamente amazônica.

Minhas Raízes já levou a arte de Rondônia a diversos palcos nacionais e internacionais. O grupo participou de eventos como a Conferência Nacional de Educação (2008 e 2010), a Rio+20 (2012) e o Festival Cultural do Brasil em Viena (2021). Em cada apresentação, reafirma a potência da cultura amazônica e seu papel essencial na luta por sustentabilidade e justiça climática.

Com presença digital crescente, o grupo compartilha videoclipes, shows e canções autorais em plataformas como YouTube e Spotify. Músicas como “Sou da Beira”, “A Canção” e “Amo a Amazônia” ampliam o alcance de suas mensagens. Com apoio da Onda Agency, o grupo segue expandindo seu trabalho e fazendo da comunidade de Nazaré um polo de cultura viva, inspirando pesquisadores, artistas e produtores culturais no Brasil e no mundo.

*natural materials such as seeds, branches, shells, and gourds — always in harmony with nature's cycles and without causing environmental harm. The group also shares this knowledge with children and youth in the community, who learn to build instruments and value their cultural heritage. In doing so, Minhas Raízes helps preserve riverside culture, recognizing that protecting the forest also involves strengthening identity, knowledge, and the autonomy of the people who live there.*

*Minhas Raízes is strongly connected to the Cultural Festival of Nazaré do Baixo Madeira, officially recognized as Intangible Cultural Heritage of Rondônia. The festival celebrates Amazonian identity through music, religion, theater, and dance. Highlights include the Boi-Bumbá Curumim and the Seringandô Dance, a theatrical performance that revives the experience of forest workers during the rubber boom, blending song, dance, and narrative into a deeply Amazonian expression.*

*The group has taken Rondônia's culture to stages across Brazil and the world. They have performed at events such as the National Education Conference (2008 and 2010), the Rio+20 World Conference (2012), and the Brazilian Cultural Festival in Vienna (2021). Each performance affirms the power of Amazonian culture in the fight for sustainability and climate justice.*

*With growing digital presence, the group shares videos, live shows, and original songs on platforms like YouTube and Spotify. Tracks like “Sou da Beira,” “A Canção,” and “Amo a Amazônia” broaden their message's reach. With support from Onda Agency, Minhas Raízes continues to expand its impact, turning Nazaré into a living cultural hub that inspires researchers, artists, and cultural producers in Brazil and beyond.*

## Energia

Assim como na “hierarquia de recursos” tratada anteriormente, 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<sup>K</sup>, mas sempre há espaço para

## Energy

*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 utilise 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,<sup>K</sup> 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

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.

*more permanent, lasting solutions, such as solar cells, wind power, small-scale 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.

## Viagem e transporte

O transporte gera pouco mais da metade de todas as emissões no Brasil (51% em 2022)<sup>L</sup> 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 na tabela abaixo.

| TIPO DE VIAGEM<br>TRAVEL TYPE  | IDEIAS PARA PROMOVER MUDANÇAS<br>IDEAS TO CREATE CHANGE   |
|--|---|
| <b>VIAGEM DO PÚBLICO/VISITANTES:</b><br>REFERE- SE A COMO O PÚBLICO CHEGA AO SEU ESPAÇO, LOCAL OU EVENTO.<br><br><b>AUDIENCE/VISITOR TRAVEL</b><br><i>IS HOW THE PUBLIC GETS TO YOUR SPACE, VENUE, OR EVENT.</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>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.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>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.</i></li> <li><i>Clearly outline public, active or shared transport options to your venue or event through your website, posters, social media, and event information emails.</i></li> <li><i>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.</i></li> </ul> |

## Travel and transport

*Transport creates just over half of all emissions in Brazil (51% in 2022)<sup>L</sup> 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 in the table below.*

| TIPO DE VIAGEM<br>TRAVEL TYPE   | IDEIAS PARA PROMOVER MUDANÇAS<br>IDEAS TO CREATE CHANGE   |
|---|---|
| <b>VIAGEM DOS FUNCIONÁRIOS:</b><br>REFERE-SE A COMO SEUS FUNCIONÁRIOS CHEGAM AO TRABALHO DIARIAMENTE.<br><br><b>EMPLOYEE TRAVEL</b><br><i>IS HOW YOUR EMPLOYEES GET TO WORK EACH DAY.</i>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>Se as pessoas vão de bicicleta ao trabalho, ofereça estacionamento seguro para bicicletas e/ou estrutura de banheiro com chuveiros.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>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.</i></li> <li><i>If people cycle to work, offer secure bike storage or showers.</i></li> </ul> |
| <b>TRANSPORTE DE MERCADORIAS E DA CADEIA DE SUPRIMENTOS:</b><br>REFERE-SE A COMO OS MATERIAIS SÃO ENTREGUES OU COMO VOCÊ ORGANIZA OS EQUIPAMENTOS DO EVENTO.<br><br><b>FREIGHT AND SUPPLY CHAIN TRANSPORT</b><br><i>IS HOW THINGS GET DELIVERED OR HOW YOU SET UP YOUR EVENT EQUIPMENT.</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Converse com seus fornecedores para entender seus processos e veja se pode solicitar opções de entrega mais sustentáveis e eficientes.</li> <li>Compre itens locais sempre que possível.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Talk to your suppliers to understand their processes and see if you can ask for more sustainable and efficient delivery options.</i></li> <li><i>Purchase local items where possible.</i></li> </ul>   |

## LEMBRE-SE:

- **Acessibilidade é muito importante!**

Todo projeto cultural deve garantir acessibilidade, conforme a legislação brasileira.<sup>M</sup> 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.

- **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 79). Para eventos particularmente grandes, você pode trabalhar com sua prefeitura para ver se o transporte público pode ser oferecido 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).

## REMEMBER:

- **Accessibility is very important!**

Every cultural project must guarantee accessibility, as per Brazilian law.<sup>M</sup> 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.

- **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 79), 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).

## Alimentos, bebidas e água

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,<sup>N</sup> 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:

- **Escolher opções veganas ou vegetarianas.** Os alimentos são a maior fonte de emissões de carbono para a família brasileira média,<sup>O</sup> 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.<sup>P</sup> No entanto, para famílias de baixa renda, uma mudança completa para uma dieta baseada em plantas pode resultar em deficiências nutricionais<sup>Q</sup> – então seja cauteloso na forma de comunicar essa ação.

- **Apoiar sua comunidade local.** A agricultura familiar em pequena escala é responsável por 67% dos empregos rurais e 23% da produção agrícola do Brasil.<sup>R</sup> 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.

- **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 congelação ou produção que consomem muita energia.

## Food, drink, and water

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<sup>N</sup> – 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:

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

- **Support your local community.** Small-scale family farming is responsible for 67% of rural jobs and 23% of Brazil’s agricultural production.<sup>R</sup> 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.

- **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*.



## RORAIMA



# Rede de Confluência Roda de prosa

@rodadeprosarr

Criada em 2017, a Rede Confluência Roda de Prosa surgiu para fortalecer a gestão cultural com foco nas tradições populares em Roraima. Formada por 20 grupos e coletivos consolidados — entre quadrilhas juninas, grupos de capoeira, comunidades afro-religiosas, indígenas, artesãs, folclóricos e de cultura venezuelana —, a Rede aposta na potência do trabalho coletivo como estratégia de enfrentamento às fragilidades estruturais que limitam a sustentabilidade do patrimônio cultural amazônico.

A partir de ferramentas de planejamento estratégico, o coletivo identificou suas carências e passou a construir soluções viáveis, partindo da escuta, do afeto e da inteligência coletiva. O cotidiano da Rede inclui desafios com documentação, escrita de projetos, mobilização de Mestres e Mestras, mas também

*Created in 2017, Rede Confluência Roda de Prosa was established to strengthen cultural management with an emphasis on popular traditions in Roraima. Composed of 20 established groups and collectives — including quadrilhas juninas, capoeira groups, Afro-religious and Indigenous communities, artisans, folkloric and Venezuelan cultural groups — the network relies on the power of collective work to overcome the structural challenges that threaten the sustainability of Amazonian cultural heritage.*

*Using strategic planning tools, the collective identified its weaknesses and began building simple, viable solutions grounded in listening, affection, and collective intelligence. The network's daily life involves managing documentation, writing projects, and mobilizing Masters and Elders, but it also celebrates movement,*

celebra o corpo em movimento, a oralidade e o direito de “brincar” como fundamento de suas ações. Vivenciar o outro e estar junto é o que une e re-une seus integrantes.

O Circuito A-Gosto das Culturas Populares e Tradicionais é uma das principais ações da Rede. Realizado desde 2017 como contraponto às programações oficiais em que os grupos não se sentiam representados, o A-Gosto promove encontros, apresentações e intercâmbios. Em 2018, a Rede foi premiada pelo edital Selma do Coco, com o qual executou o projeto Ô de Casa, escutando grupos do interior. Já em 2019, alcançou o município de Caracaraí e incluiu a participação de uma comunidade indígena Macuxi.

O coletivo também atuou na assessoria de mestres e organizações parceiras para inscrição em editais como o Prêmio Culturas Populares – Edição Teixerinha, com todos os projetos contemplados. Durante a pandemia, a Rede enfrentou perdas de integrantes e dificuldades de acesso à internet, mas conseguiu manter encontros virtuais para dialogar sobre o futuro e reestruturar documentos e registros dos grupos, especialmente os de mestres e mestras da oralidade.

A Rede Confluência também mantém parcerias com coletivos de comunicação popular, pesquisadores, gestores culturais e instituições do campo afro-religioso e indígena, como os coletivos Macuxi e Wapichana. Sua atuação horizontal, autogestionada e afetiva construiu um modelo de organização cultural que prioriza a ancestralidade, o pertencimento e a construção de redes de cuidado e solidariedade.

Em sete anos de trajetória, a Rede tornou-se referência em Roraima pela força de suas alianças, pelo protagonismo das culturas populares e pela capacidade de manter vivas as tradições mesmo diante da precariedade estrutural. É exemplo de como a coletividade pode transformar escassez em potência, reunindo histórias, saberes e territórios sob a força simbólica e política da roda.

*orality, and the right to play as essential foundations of its actions. To be together and experience community is what unites and re-unites its members.*

*One of the network's main initiatives is the A-Gosto Circuit of Popular and Traditional Cultures, organized since 2017 as an alternative to official cultural programming where the groups felt excluded. A-Gosto fosters meetings, performances, and exchanges. In 2018, the network received the Selma do Coco award and used the resources to carry out the Ô de Casa project, visiting groups in rural areas. In 2019, the circuit reached the municipality of Caracaraí and included the participation of a Macuxi Indigenous community.*

*The network also provided support to masters and partner organizations for applying to the Culturas Populares – Teixerinha Award, with all submitted projects being selected. During the pandemic, the collective faced the loss of members and limited internet access but continued holding video meetings to plan ahead and reorganize documentation, especially for oral tradition masters.*

*Confluência also maintains partnerships with popular communication collectives, researchers, cultural managers, and organizations from Afro-religious and Indigenous fields, including Macuxi and Wapichana collectives. Its horizontal, self-managed, and affective structure has created a cultural model grounded in ancestry, belonging, and networks of care and solidarity.*

*In seven years of action, Rede Confluência has become a reference in Roraima for its strong alliances, the leadership of popular cultures, and its ability to keep traditions alive despite structural limitations. It is an example of how collective work can turn scarcity into strength, weaving together stories, knowledge, and territories through the symbolic and political power of the roda (circle).*

A água é um recurso muito precioso – secas devastadoras impactam vidas em todo o 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.

## 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 quadro seguinte 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.

*Water is a very precious resource – destructive droughts impact lives across 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, 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.*

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

| ESCALA DO EVENTO, LOCAL, ETC. | BOAS PRÁTICAS DE MEDIÇÃO E AVALIAÇÃO   |
|-------------------------------|--|
| <b>PEQUENO</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reflita sobre seu processo e anote ideias para o futuro ao atualizar suas metas para o próximo período.</li> <li>• Faça uma postagem nas redes sociais, uma nota no seu site ou boletim informativo sobre seu progresso.</li> <li>• Conecte-se com outras organizações artísticas ou pequenas empresas online para compartilhar recursos e treinamentos.</li> </ul>   |
| <b>MÉDIO</b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• Comece a calcular a pegada de carbono do seu trabalho e publique os resultados.</li> <li>• Considere desenvolver metas mais abrangentes que você possa divulgar publicamente em relação à sua abordagem de sustentabilidade.</li> <li>• Conecte-se com outros para compartilhar aprendizados e ajudarem-se mutuamente, e considere orientar organizações ou artistas menores para apoiar a troca de aprendizado.</li> </ul> |
| <b>GRANDE</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• Calcule uma pegada de carbono abrangente onde houver dados disponíveis e use isso para informar suas futuras áreas de desenvolvimento.</li> <li>• Fale sobre seu trabalho de sustentabilidade em eventos ou nas empresas e oriente e incentive outros.</li> </ul>   |

| SCALE OF EVENT, VENUE, ETC. | GOOD PRACTICE MEASUREMENT AND EVALUATION  |  |  |
|-----------------------------|---|--|--|
| <b>SMALL</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reflect on your process and write down ideas for the future as you update your goals for the following time period.</li> <li>• Make a social media post or note on your website or newsletter about your progress.</li> <li>• Connect with other arts or small organisations online to share resources and training.</li> </ul>  |  | <p><b>CRIANDO UMA PEGADA DE CARBONO</b></p> <p>As <b>ferramentas Creative Climate Tools</b> 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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p><b>Acesse as ferramentas:</b></p> <p>🔗 <a href="https://juliesbicycle.com/our-work/creative-green/creative-climate-tools/">https://juliesbicycle.com/our-work/creative-green/creative-climate-tools/</a></p> |
| <b>MEDIUM</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Write a page on your website about your progress and create semi-regular social media posts (e.g. two or three times a year) about your work relating to sustainability and climate justice.</li> <li>• Start a carbon footprint for your work and publish the results.</li> </ul> <p>Consider developing more comprehensive goals that you can report on publicly in regard to your sustainability approach.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Connect with others to share your learnings and help each other, and consider mentoring smaller organisations or artists to support learnings.</li> </ul> |  | <p>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.</p> <p><b>Access the tools:</b></p> <p>🔗 <a href="https://juliesbicycle.com/our-work/creative-green/creative-climate-tools/">https://juliesbicycle.com/our-work/creative-green/creative-climate-tools/</a></p>   |
| <b>LARGE</b>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• Calculate a comprehensive carbon footprint where data is available and use it to inform your future areas of development.</li> <li>• Talk about your sustainability work at events or within the industry, and mentor and encourage others.</li> </ul>  |  |   |



## TOCANTINS



### Varandas do Jalapão

@varandasdojalapao

O Varandas do Jalapão é um projeto social situado na região sudeste do Tocantins, que atua diretamente nas comunidades tradicionais do coração do Jalapão. Seu principal objetivo é despertar, desde a infância, o gosto pela leitura e pela literatura, ao mesmo tempo em que promove a conscientização ambiental, aliando saberes culturais e ecológicos em uma experiência transformadora.

*Varandas do Jalapão is a social project located in the southeastern region of Tocantins, working directly with traditional communities in the heart of Jalapão. Its main goal is to inspire a love of reading and literature from an early age, while also promoting environmental awareness, combining cultural and ecological knowledge in a transformative experience.*

Através de laboratórios de leitura e sessões de contação de histórias, o projeto estimula crianças e jovens a cultivarem o hábito da leitura, incentivando a imaginação, a criatividade e o vínculo afetivo com os livros. Paralelamente, promove oficinas de educação ambiental, com ações que ensinam sobre a importância da preservação da natureza, práticas sustentáveis e o cuidado com o meio ambiente.

O Varandas do Jalapão convida apoiadores, voluntários e doadores a contribuírem com a continuidade de suas ações, fortalecendo redes de solidariedade e ampliando o alcance do conhecimento, da cultura e da sustentabilidade. O envolvimento da comunidade e a valorização dos territórios tradicionais são pilares do projeto, que entende o livro e a natureza como caminhos de transformação social.

Em 2023, o projeto participou do Mercado das Indústrias Criativas do Brasil (MICBR), integrando rodadas de negócios, mentorias e atividades formativas. Essa experiência abriu portas para novas conexões, reconhecendo o Varandas do Jalapão como uma iniciativa relevante no campo da economia criativa, da educação e da preservação ambiental no bioma cerrado.

*Through reading labs and storytelling sessions, the project encourages children and youth to develop reading habits, fostering imagination, creativity, and emotional connection with books. At the same time, it offers environmental education workshops that teach the importance of nature preservation, sustainable practices, and ecological care.*

*Varandas do Jalapão invites supporters, volunteers, and donors to contribute to the continuity of its initiatives, strengthening networks of solidarity and expanding access to knowledge, culture, and sustainability. Community involvement and the appreciation of traditional territories are core values of the project, which sees books and nature as powerful tools for social transformation.*

*In 2023, the project participated in the Brazilian Creative Industries Market (MICBR), taking part in business meetings, mentorships, and training activities. This experience created new opportunities and connections, positioning Varandas do Jalapão as a relevant initiative within the fields of creative economy, education, and environmental preservation in the Cerrado biome.*

## 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

## 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.

comunicação acessível à crianças, para conectar-se com públicos mais jovens.

**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<sup>s</sup> podem ser considerados ao planejar suas ações.

| PRINCÍPIO<br>PRINCIPLE   | EXEMPLO<br>EXAMPLE  |
|--|---|
| <b>FÁCIL:</b> TORNE ALGO PADRÃO SEMPRE QUE POSSÍVEL E CERTIFIQUE-SE DE QUE SUA MENSAGEM SEJA MUITO SIMPLES.<br><br><b>EASY:</b><br><i>MAKE SOMETHING THE DEFAULT WHERE YOU CAN, AND MAKE SURE YOUR MESSAGE IS VERY SIMPLE.</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Placas grandes com apenas uma frase clara do que você deseja transmitir.</li> <li>Colocar várias lixeiras perto de áreas de alimentação ou bebida.</li> </ul> <p>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”.<sup>T</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Large signs with just one phrase you're trying to get across.</i></li> <li><i>Putting lots of bins right near eating or drinking areas.</i></li> </ul> <p>At a festival in the Netherlands, plant-based burger sales went from 4% to 43%. The plant-based 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’.<sup>T</sup></p> |

**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 changes can be considered when designing your actions.

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.

| PRINCÍPIO<br>PRINCIPLE   | EXEMPLO<br>EXAMPLE  | PRINCÍPIO<br>PRINCIPLE   | EXEMPLO<br>EXAMPLE   |
|--|---|--|--|
| <p><b>ATRAENTE:</b><br/>USAR CORES OU IMAGENS PODE TORNAR AS COISAS MAIS ATRAENTES. INCENTIVOS OU RECOMPENSAS TAMBÉM PODEM ENCORAJAR AS AÇÕES DAS PESSOAS.</p> <p><b>ATTRACTIVE:</b><br/>USING COLOURS OR PICTURES CAN MAKE THINGS APPEALING. INCENTIVES OR REWARDS CAN ALSO ENCOURAGE PEOPLE'S ACTIONS.</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Placas coloridas destacando onde estão localizadas as lixeiras.</li> <li>• Use incentivos (descontos, sorteios de prêmios, etc.) para comportamentos mais sustentáveis, como devolver copos ou recipientes de comida reutilizáveis ou assumir um compromisso sustentável.</li> <li>• <i>Colourful signs highlighting where rubbish bins are located.</i></li> <li>• <i>Use incentives (discounts, prize lotteries, etc.) for more sustainable behaviour, such as returning reusable cups or food containers or making a sustainable commitment.</i></li> </ul>   | <p><b>OPORTUNO:</b><br/>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.</p> <p><b>TIMELY:</b><br/>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.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• 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.”</li> <li>• <i>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.</i></li> <li>• <i>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.’</i></li> </ul> |
| <p><b>SOCIAL:</b><br/>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.</p> <p><b>SOCIAL:</b><br/>SHOW THAT MOST PEOPLE ARE DOING THE ‘DESIRED’ BEHAVIOUR, TO LEAN INTO THE POWER OF NETWORKS AND CONNECTIONS AND SHIFT WHAT’S NORMAL.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uma placa dizendo “4 em cada 5 pessoas trazem seu próprio copo!” pode encorajar outros a fazerem o mesmo.</li> <li>• 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.</li> <li>• <i>A sign saying ‘4 out of 5 people bring their own cup!’ can encourage others to do the same.</i></li> <li>• <i>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.</i></li> </ul> |   |  |

## Recursos e ações adicionais

- Integre justiça climática ao seu trabalho:**

CREATIVE CLIMATE JUSTICE GUIDE  
(disponível em inglês) – Julie's Bicycle.

 <https://juliesbicycle.com/resource/creative-climate-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/guias-de-acessibilidade-inclusao-e-protagonismo-da-pessoa-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/pesquisa-completa/>

- Adicione sua voz ao movimento:**

CHAMADA GLOBAL PARA A COP30  
COLOCAR A CULTURA NA AÇÃO CLIMÁTICA  
(disponível em 18 idiomas) - Climate Heritage Network.

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

## Further resources and actions

- Integrate climate justice into your work:**

CREATIVE CLIMATE JUSTICE GUIDE  
(available in English) – Julie's Bicycle.

 <https://juliesbicycle.com/resource/creative-climate-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/guias-de-acessibilidade-inclusao-e-protagonismo-da-pessoa-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/pesquisa-completa/>

- 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>

## 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.

**Decolonização:** 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.

## 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](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-pará-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 Kiribasáwa Yúri Yi-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-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-deficiencia-e-do-migrante/>
- 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 consumo-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](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>



Julie's Bicycle  
CREATIVE • CLIMATE • ACTION

EDITORA  
Paka-Tatu

ISBN 978-85-7803-700-0  
9 788578 037000



CONSÓRCIO  
INTERESTADUAL  
**AMAZÔNIA LEGAL**