



Vol. 9, Nº 21 (diciembre / dezembro 2016)

SUSTENTABILIDADE EM EVENTOS NO BRASIL:

REALIDADE CONSCIENTE OU MAIS UM GREENWASH NO MUNDO CONTEMPORÂNEO?

Andréa Nakane¹

andrea.nakane@metodista.br

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Andréa Nakane (2016): "Sustentabilidade em Eventos no Brasil: Realidade Consciente ou mais um Greenwash no Mundo Contemporâneo?", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 21 (diciembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/21/eventos.html>

Resumo: A latente preocupação com as questões relacionadas ao meio ambiente tornou-se alvo de discussões e práticas inseridas em todas as facetas da sociedade moderna, e a atividade de eventos, considerada uma das mais importantes ferramentas de comunicação, que alavanca o turismo e negócios em todo o mundo e no Brasil, também busca adequar-se a essa nova demanda. Porém há inúmeros acontecimentos especiais que não demonstram seriedade em suas estratégias de sustentabilidade e acabam por gerar uma fachada de promoção equivocada, ludibriando públicos e agindo de forma que

¹ É Doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, orientanda do prof. Dr. Wilson da Costa Bueno. Tem formação multidisciplinar – é bacharel em Comunicação Social, com habilitação em RP, possui especializações em Marketing, em Administração e Organização de Eventos, em Educação do Ensino Superior e mestrado em Hospitalidade. Possui 24 anos de experiência profissional acumulada em vivência na área de hospitalidade e indústria. contato: andrea.nakane@metodista.br

os impactos gerados por seus projetos sejam maléficos, sendo, então, necessário, atenção redobrada e maior conscientização de toda a cadeia produtiva envolvida no processo de organização dos eventos, independente de seu porte e dimensão.

Palavras-chaves: Eventos, Sustentabilidade, Greenwashing, ISO20121

Abstract: Latent concern with issues related to the environment has become the subject of discussions and practices embedded in every facet of modern society, and event activity , considered one of the most important tools of communication that leverages tourism and business around the world and Brazil , also seeks to adapt to this new demand . But there are numerous special events that do not show seriousness on their sustainability strategies and end up generating a facade of misguided promotion, public duping and acting in a way that impacts generated by their projects are malevolent , and then needed extra attention and greater awareness of the entire production chain involved in the process of organizing the event , regardless of its size and dimension.

Key words: Meetings, Sustainability, Greenwashing, ISO20121

A atividade de eventos tem na própria evolução da humanidade sua historicidade, já que há registros de sua presença no cotidiano social desde a era paleolítica média (200.000 a 40.000 a.C) no momento das primeiras configurações sociais e início do desenvolvimento da caça, período em que se estabeleceu a retórica das festas, evocando um ritual explícito de convite a compartilhar o alimento.

Sendo assim, toda a prerrogativa do progresso desse setor está vinculada aos próprios estágios estabelecidos pela sociedade em seu aprimoramento, até porque os eventos atendem a objetivos relacionados a interesses sociais e esses são dinâmicos conforme sua temporalidade.

Nessa situação, em tempos de preocupação latente com os temas focados no meio ambiente e sendo a atividade de eventos, aglutinadora de pessoas e fonte multiplicadora de conhecimentos e informações, identifica-se uma possível sinergia entre o que se evoca por sustentabilidade e o planejamento e organização dos acontecimentos especiais.

Os números do setor de eventos no Brasil seguem a grandeza explícita mundialmente, trazendo diversos impactos de ordem econômica, social e ambiental.

Segundo o ranking da *International Congress, Convention & Association (ICCA)*, no ano de 2015, o Brasil posicionou-se na décima primeira posição dos países que mais sediam eventos internacionais no mundo.

Em uma recente pesquisa promovida pela Associação Brasileira de Empresas Organizadoras de Eventos (ABEOC) em parceria com o Sebrae, intitulada de II Dimensionamento Econômico do Setor de Eventos², a atividade movimentou em terras nacionais, somente em 2013, R\$ 209,2 bilhões, representando 4,3% do PIB, gerando 7,5 milhões de empregos (somados os diretos, indiretos e terceirizados) e proporcionando aos cofres públicos cerca de 48,7 bilhões de impostos.

De 2001 a 2013, o número de eventos passou de 327.520 para 590.913 realizações no país, fomentando um aumento de 80% no período e projetando uma taxa significativa de crescimento médio anual de 5%.

Vale ressaltar que eventos sociais de cunho privativo não foram contabilizados pela metodologia da pesquisa, o que sinaliza que esses números ainda são

² Essa pesquisa teve como objetivo principal quantificar a participação do setor no PIB da nação, avaliando a sua contribuição para o estímulo a geração de empregos, renda e tributos, além de compilar um amplo inventário de espaços destinados aos diversos acontecimentos especiais no país.

mais impactantes e realmente trazem uma movimentação, nesse caso, até intangível em termos de números absolutos.

Porém como em outras vertentes do mercado, não há apenas vantagens em sua aplicação. Aspectos negativos também podem ser avaliados, como a própria tratativa da questão cerne desse trabalho, a sustentabilidade.

A preocupação no Brasil com as questões ambientais teve seu marco maior com a realização da Rio 92, a Conferência das Nações Unidas para o Meio-ambiente, que iniciou uma ampla e global discussão sobre o assunto envolvendo autoridades públicas e organismos do Terceiro Setor.

Realizado no Brasil, no ano de 1992, na cidade do Rio de Janeiro foi considerado o evento mais importante do século passado, tendo em vista que conseguiu reunir mais de 140 autoridades majoritárias, de 175 países participantes da conferência, que durante duas semanas tiveram uma agenda repleta de discussões, debates e pesquisas, tendo ao seu término compromissos pré-assumidos com novos direcionamentos na busca de uma paralisação ou mitigação dos efeitos nocivos ao meio ambiente. Esse trabalho ficou conhecido como Agenda 21.

A sociedade começou a receber informações e uma tímida pressão começou a surgir como forma de exigir uma nova postura das empresas.

Os eventos não ficaram excluídos desse processo, e o movimento já enfático existente no mercado internacional, chegou também a terras brasileiras. O primeiro grande evento que ajudou a disseminar essa nova prática foram as Olimpíadas de Sidney, na Austrália, em 2000, já que foi nessa edição, que o Comitê Olímpico Internacional (COI), responsável pelo acontecimento especial, introduziu os conceitos de uma consciência ambiental e desenvolvimento sustentável como pilares prioritários no planejamento e organização dos jogos, segundo Fontes *et al* (2008).

Batizado de eventos verdes, eco eventos, *green meetings* ou eventos sustentáveis eles devem considerar a plena aplicação do conceito de

sustentabilidade em sua inserção referente ao desenvolvimento, com o intuito de gerar menos impactos ao meio ambiente.

Nesse sentido, a definição clássica de sustentabilidade formatada por Brundtland³, divulgada em 1987 pela Comissão Mundial sobre Meio ambiente e Desenvolvimento da ONU, por intermédio do seu relatório Nosso Futuro Comum, ganha total sinergia com eventos, pois remete ao atendimento das necessidades do público do presente, sem comprometer a capacidade de também atender às necessidades das futuras gerações.

Isso ratifica a ideia de que não se preconiza deixar de realizar os eventos, até porque esse segmento tem um elevado campo de trabalho e é crucial para socialização e disseminação de conhecimentos e informações.

A mensagem percebida é justamente incentivar suas concretizações por meio de orientações, processos e serviços com valores atrelados à causa, trabalhando de forma a incitar uma cultura preventiva, que objetiva mitigar os danos que podem ser gerados.

Para isso é preciso também desmistificar uma questão que assola o mercado como um todo.

Quando há abordagem de sustentabilidade, geralmente se contemplam questões diretamente ligadas à natureza, associadas prioritariamente aos recursos naturais. Porém, o termo remete a sua totalidade e a figura humana está no cerne da problemática, e não deve ser tratada somente como vilã, mas também como principal receptivo desse enfoque.

Com esse pensamento é possível identificar cinco dimensões da sustentabilidade, segundo Fontes *et al* (2008) todos relevantes em sua sinergia com a área de eventos.

Figura 01 – Dimensões e Estratégias Gerais da Sustentabilidade

³ Ex-primeira ministra da Noruega, Gro Brundtland.

Dimensões	Estratégias Gerais da Sustentabilidade
Ecológica	Manter a integridade ecológica por meio da prevenção de poluição, da prudência no uso dos recursos naturais, da preservação da diversidade da vida e do respeito à capacidade de suporte dos ecossistemas.
Econômica	Desenvolver o potencial econômico contemplando a distribuição de renda e a redução das externalidades socioambientais, buscando resultados macrossociais positivos.
Social	Buscar maior igualdade de oportunidades, combatendo as práticas de exclusão, a discriminação e a reprodução da pobreza, mantendo o respeito pela diversidade social em todas as suas formas.
Cultural	Promover a diversidade e identidade cultural em todas as suas formas, especialmente aquelas que identificam as raízes locais, possibilitando também a conservação do patrimônio urbanístico, paisagístico e ambiental que fazem referência à história e memória das comunidades.
Política	Criar mecanismos para ampliar a participação da sociedade nas tomadas de decisões, reconhecendo e respeitando os direitos de todos, superando as práticas e políticas de exclusão, promovendo o desenvolvimento da cidadania ativa.

Fonte: Adaptado de Silva (2000) *in* Fontes *et al* (2008)

Nakane *in* Ferreira (2010) salienta que essa visão constitui-se em prática estratégica para toda a empresa que esteja atenta com o comportamento social desse século.

Considera-se que haja um tripé mantenedor do desenvolvimento sustentável formado por uma visão de que um produto ou serviço deva ser ambientalmente correto, socialmente justo e economicamente viável.

Porém, ainda, percebe-se que o mesmo recebe pouca adesão do meio corporativo como um todo, sobretudo quando o investimento necessário para tal feito acaba sendo maior que o tradicionalmente usual.

Apesar de não existir ainda uma pesquisa específica sobre esse assunto, por meio de relatos de Organizadores Profissionais de Eventos (OPCs) pode-se deduzir que os orçamentos referentes a um projeto de evento sustentável tem um valor 40 a 45% acima de um projeto convencional.

Este fato pode desestimular aqueles que realmente não tem como diretrizes os atributos vinculados a esse processo, o que também pode acarretar situações de falsa identidade com os preceitos da sustentabilidade, originando ações de *greenwashing*.

“O termo descreve as empresas que exploram produtos e serviços ambientalmente responsáveis, quando na verdade se tratam somente de estratégias para aumentar os lucros ou reduzir custos. Começou a ser usado pelo ambientalista Jay Westerveld, em 1986, como resposta a algumas práticas da indústria hoteleira que colocava *cards* nos quartos incitando à reutilização de toalhas para “salvar o meio-ambiente”, quando em muitas situações não se notava nenhum esforço sincero dos hotéis em contribuir para essa máxima.”

Nakane *in* Ferreira(2010) pág.119

No caso do *greenwash*⁴ em eventos, as referências mais comuns dizem respeito a uma utilização parcial de medidas inerentes à sustentabilidade.

Uma fragmentação não corresponde à totalidade e isso pode ser interpretado pela sociedade, que está muito mais atenta e atualizada, como uma ação enganosa ou desrespeitosa que pode gerar uma verdadeira repulsa institucional.

Sem efetivamente um maior controle e/ou auditoria, essas práticas assolaram o mercado de forma muito robusta, porém desde 2012, está disponível como uma norma da série ISO uma especificação direta sobre o assunto.

A ISO 2012.1, com o objetivo de orientar o mercado e todos os seus players a buscar maior sustentabilidade nos seus respectivos projetos de eventos, de forma padronizada e com chancela reconhecida internacionalmente.

.O grupo que participou da elaboração da norma ISO 20121 contabilizou 35 países, teve a coordenação geral do Reino Unido e a secretaria do Brasil, por

⁴ Tradução Maquilagem Verde ou Lavagem Verde

meio da ABNT. Todos os países participantes colaboraram, por intermédio de comissões do grupo da ISO constituídas em seus países.

Essa norma é possível de ser adotada em todos os tipos e tamanhos de organizações envolvidas no projeto e execução de eventos e pode agrupar diferentes condições geográficas, culturais e sociais, demonstrando o real comprometimento com a mitigação dos impactos negativos trazidos não só em sua planta, mas também em sua cadeia produtiva.

Ressalta-se que com a obtenção certificado da norma ISO 20121 comprova que a organização não mediu esforços e que, de forma criteriosa e agregando as boas práticas de gestão, conseguiu promover um evento ambientalmente correto, socialmente justo e economicamente viável, proporcionando assim um legado duradouro e exemplar.

O primeiro evento no Brasil que recebeu a certificação ISO 2012.1 foi o Rock in Rio 2013, considerado como o maior festival de música da atualidade, e até recentemente configurava-se como o único na América Latina a ter esse documento. A ruptura dessa deferência só aconteceu, recentemente, com a XXXII edição dos Jogos Olímpicos e da XV edição dos Jogos Paralímpicos, a RIO 2016, já que atualmente, a certificação faz parte da agenda 2020 do Comitê Olímpico Internacional, sendo inclusive item obrigatório nas candidaturas das próximas cidades, a partir de 2024.

Figura 2 – Certificado ISO 2012.1 – RIO 2016



Fonte: <http://www.slideshare.net/CasamundoBrazilSustentvel/como-fazer-um-evento-sustentvel>

Anteriormente outro festival de música, que buscou criar uma associação direta com a sustentabilidade e evocou a ideia de ser o primeiro do gênero no mundo foi o *SWU Music & Arts Festival – Starts With You* ou *Começa com Você*.

O evento contou com duas edições (2010 e 2011) a primeira realizada no Parque Maeda, em Itu, a cerca de 100 km da cidade de São Paulo e a outra no Parque Brasil 500 em Paulínia, a cerca de 103 km da cidade de São Paulo.

Durante os três dias do festival, os organizadores pretendiam gerar uma comoção coletiva, demonstrando que, se cada um fizesse a sua parte, o resultado seria muito mais intenso e iria de encontro ao movimento de construir um mundo mais consciente, alinhado com as premissas da sustentabilidade. O principal mote do evento era conscientizar as pessoas de que as pequenas atitudes individuais podem realmente fazer muita diferença.

Nesse caso a estrutura do evento, antes de tudo deveria estar plenamente alinhada com essa mensagem, já que seria até mesmo uma referência para o

público presente, impactado diretamente, e outros *stakeholders* associados ou indiretamente atingidos.

A primeira edição contabilizou cerca de 150 mil participantes e a segunda 180.000, conforme estimativas da imprensa, já que os dados oficiais não foram divulgados pelo promotor do festival.

O evento dividiu-se em dois eixos fundamentais: um fórum global de sustentabilidade e outro que compilou apresentações musicais nacionais e internacionais, algumas inéditas em solo brasileiro.

A primeira ação, apesar de ser considerada a prioritária, em 2010 teve um período restrito, compreendendo o início da tarde, entre 12h às 14h40min e contou com 29 palestras ministradas por palestrantes de renome, nas áreas de negócios sustentáveis, inclusão de minorias e jovens e meio ambiente.

O empresário, presidente na época do Grupo Totalcom (holding de agências de publicidade presentes na América do Sul e Europa) e idealizador do *SWU Music & Arts Festival*, Eduardo Fischer chegou a declarar que o *line up*⁵ poderia ser considerado como algo secundário e que a maior preocupação hegemônica do evento era o zelo com o planeta.

Os números foram na direção contrária a esse objetivo, pois na primeira edição o público que participou do fórum foi contabilizado em 1.500 pessoas, ou seja, 01% do volume total de ingressos vendidos,

Esse fato demonstrou que essa parte do evento realmente não conseguiu sensibilizar a multidão, já que era visível grande a quantidade de lixo -como latas, garrafas pet e sacos plásticos- jogada no chão da arena onde foi montada a estrutura do festival, o que também acirrou comentários sobre a estrutura de coleta seletiva da organização.

⁵ Listagem composta pelas atrações que farão apresentações em um determinado evento.

Em 2011, a organização do evento ampliou o espaço para os debates com a oferta de uma mostra de curtas e animações ao ar livre, patrocinada pela EcoVision, uma instituição italiana que promove um festival de cinema sobre sustentabilidade. As sessões ocorreram das 20h às 03h, concorrendo diretamente com as principais atrações musicais e tornando-se assim um dos poucos pontos vazios do SWU 2011 e deixando claro o real interesse despertado no público presente.

Ainda na primeira edição, as críticas ao festival também passaram pela inadequação do cardápio de Alimentos & Bebidas (A&B), priorizando comidas industrializadas, com oferta em excesso de carnes bovinas, com quase nenhuma opção mais saudável. Em função desse problemático serviço de alimentação de 2010, no ano seguinte, a comissão organizadora ampliou as duas praças com variedade de cardápio, inclusive para os vegetarianos. Porém as grandes redes de *fast food* imperaram mais uma vez, não possibilitando o apoio aos produtores e pequenos comerciantes locais, que poderiam integrar essa cadeia produtiva afinada com o tema do evento.

Em um acontecimento especial dessa dimensão, agravado pelo consumo de entorpecentes, não estimulado, porém negligenciado pela segurança, na maioria dos casos, a oferta de água, a um custo acessível ou gratuitamente, demonstraria toda a real preocupação com a qualidade de vida coletiva. Esse fato também não ocorreu, sendo cobrado um valor muito próximo ao dos refrigerantes e cervejas.

Outra situação de pouca adesão com a mensagem foi a quantidade de bitucas de cigarros espalhadas pelo chão, pois não se cogitou de uma promoção para entrega de recipientes adequados para seu armazenamento, aumentando o desconforto com a sujeira e contribuindo ainda mais para a degradação do ambiente.

Outro exemplo nessa categoria foi a grande quantidade de lixo gerada pelas embalagens descartadas, que deixou evidente que o primeiro dos três “Rs” (que propõe a redução da geração de lixo) não foi inserido no contexto do

evento – ainda que tudo, posteriormente tenha sido encaminhado para reciclagem, conforme comunicação da empresa organizadora.

A chuva torrencial que caiu no último dia do festival em 2011 também ratificou o despreparo no que diz respeito ao projeto de drenagem inexistente, o que fez a área tornar-se um grande lamaçal, provocando mau estar e quedas com vítimas.

Além disso, a quantidade de banheiros químicos, pequena em comparação com o público presente, fez com que os usuários buscassem alternativas nada higiênicas, usando a céu aberto os espaços para urinar e defecar, o que provocou um odor fétido e que causou náuseas em muitas pessoas.

A acessibilidade também foi bastante criticada, assim como os valores dos ingressos, o que fez com que muitos concluíssem que o evento estava levantando uma bandeira oportunista e não real, já que não conseguia atender de seu próprio escopo às diretrizes que mapeavam como pilares de seu projeto. Também foram questionados os valores dos ingressos, que se diferenciavam por categorias, o que evidenciava o apelo à camarotização, caracterizando plenamente um ato segregador e nada aglutinador.

Um esquema de transporte público foi organizado, como alternativa aos altos valores cobrados pelos estacionamento locais, mas descontentou muita gente porque suas tarifas também eram elevadas. O uso da bicicleta, que começava a gerar atenção no país, acabou sendo negligenciado, pois não havia um bicicletário à disposição do público efetivamente antenado com um estilo mais consciente.

A falta de informação e preparação da equipe de trabalho *in loco* do evento também foi alvo de duras críticas, pois o que deixou transparecer é que não existiu nenhum tipo de treinamento. Efeito perceptível pelas poucas informações que os atendentes tinham e que foram geradas pelo boca-a-boca,

não no sentido real de disseminação direta, mas como uma espécie de “telefone sem fio”⁶.

Geralmente o resultado dessa corrente é muito diferente do que inicialmente propõe-se como a essência da comunicação, gerando ruídos e desentendimentos plenos.

Esses são alguns dos relatos ocorridos, que por si só macularam a proposta e a identificação dos propósitos do evento. A reputação do mesmo foi abalada e as razões podem até justificar o fato de outras edições não terem ocorrido, afinal, as falhas existentes na primeira edição, poderiam ter sido realinhadas e supridas na segunda edição.

Porém como isso não ocorreu em sua totalidade, e até mesmo chegou a ampliar as percepções negativas, o SWU foi interrompido, contando em sua rápida existência com apenas duas edições e em ambas, como reféns do título de evento *greenwash*, já que os mesmos foram contraditórios ao seu lema, “a sustentabilidade começa com você”.

Com todo o estudo realizado ficou em evidência que nesse caso a simbologia da prática sustentável, precisava ganhar o acolhimento da própria organização do evento, antes mesmo de atingir seus públicos, já que gerou um descrédito direto com o lema do festival, permitindo uma reação contrária àquela almejada pelo projeto inicial.

Considerações Finais

Em um mundo tão conectado e mais disponível para acessar informações até mesmo em tempo real, os eventos devem priorizar cada vez mais condutas sérias e em conformidade com seus projetos, sem espaços para ludibriar ou até mesmo enganar de forma racional e premeditada.

⁶ Brincadeira que um emissor transmite uma mensagem para uma pessoa, e ela tem que retransmitir para outra, e assim, sucessivamente

Ao mesmo tempo que um evento tem o poder de estabelecer relacionamentos, ampliar percepções de marca e seus atributos, se o mesmo não estiver comprometido com valores atualmente tão desejados pela sociedade, o retorno pode ser desastroso.

E como consequência de tal situação, irá presenciar uma reputação abalada e um descrédito generalizado, que afetará o desempenho de um negócio.

Um das questões que atualmente desperta interesse, e que a cada ano, ganha mais escopo, é justamente a sustentabilidade.

Não evocar o tema em projetos de eventos é no mínimo agir com irresponsabilidade, sendo ciente dos impactos que podem ser concebidos por esta atividade.

Os exemplos apresentados nesse paper estão direcionados a megaeventos, mas não deve ser compreendido como uma especificidade dos mesmos.

Eventos que seguem um conceito global e são produzidos em diversas localidades no mundo, tornaram-se um dos mais rentáveis negócios do atual século. Mas os mesmos tem conseguido reforçar seu sucesso, justamente, por terem ampliado não só mercados, mas também por terem gerado aproximação de forma uníssona com a localidade receptora, gerando lucros que atingem toda uma cadeia produtiva e principalmente para a própria comunidade sede do evento.

Não há limitação de tamanho, de tipologia, qualquer evento pode e deve inserir em seus preceitos organizacionais, o foco na sustentabilidade.

É preciso que o segmento de eventos não seja mais um cúmplice de atitudes ociosas e levianas e posicione-se de forma mais proativa e consciente, buscando adotar medidas que minimizem e/ou em alguns momentos erradiquem os impactos ambientais e sociais gerados por suas realizações.

Cientes que no mercado há muitos eventos *greenwash*, ou seja, àqueles em que as empresas promotoras e organizadoras mascaram sua intenção e

buscam apenas uma promoção em cima de alguma fragmentação de sustentabilidade aplicadas em suas estratégias, é crucial apresentar um posicionamento mais vigoroso e uma política processual de implementação desse cuidado.

Ao ter uma certificação baseada em uma norma específica, auditada e referendada por uma entidade, de alta credibilidade mundial, denote-se ser o início de uma valiosa contribuição para estabelecer essas novas prerrogativas focadas na sustentabilidade, de forma transparente e sem dualidades.

Ficou evidente que o planejamento e execução de eventos verdes são mais caros, porém já está pautado como algo em que o retorno é garantido, principalmente no decorrer do tempo, quando o promotor tem sua imagem atrelada a uma empresa ética e respeitadas por suas ações em prol do meio ambiente.

Caberá aos OPCs estabelecerem os critérios e indagarem aos seus clientes sobre os seus reais objetivos, o que significa não estar de acordo com a parceria na realização de eventos que prioritariamente buscam somente o retorno financeiro.

A pergunta da vez será: seu evento é sustentável ou *greenwash*?

E caberá a sociedade, não só pressioná-los para conduzi-los a esse novo horizonte, mas também não se deixar enganar ou ser ludibriada.

Referências Bibliográficas:

FONTES, Nádía et al. Eventos mais sustentáveis: uma abordagem ecológica, econômica, social, cultural e política. São Carlos: EdUFSCAR, 2008.

FERREIRA, Ricardo Souto e Wada, Elizabeth Kyoko Wada (organizadores). Eventos: Uma alavanca de negócios: como e por que implantar PEGE. São Paulo: Aleph, 2010.

Pesquisa da ICCA 2015, disponível para associados no site www.iccaworld.com, acessado em 21 de maio de 2016.

Pesquisa II Dimensionamento Econômico do Setor de Eventos, disponível em www.abeoc.org.br, acessado em 21 de maio de 2016.

<http://www.casamundobrazil.com.br/noticias/rio-2016-recebe-is0-2012-o-maior-certificado-de-sustentabilidade-do-mundo-e-acompanha-o-rock-in-rio-na-esteira-dos-eventos-sustentaveis>, acessado em 10 de junho de 2016.

<http://www.slideshare.net/CasamundoBrazilSustentvel/como-fazer-um-evento-sustentvel>, acessado em 10 de junho de 2016.

<http://musica.uol.com.br/ultnot/2010/10/12/festival-swu-encerra-1-edicao-com-150-mil-pessoas-contratemos-e-mais-de-50-horas-de-musica.jhtm> acessado em 09 de junho de 2016.

<http://www.descartavel.info/2010/10/14/a-insustentavel-esperteza-do-swu/> acessado em 09 de junho de 2016.

<http://www.isabellices.com/o-que-foi-o-swu/> acessado em 09 de junho de 2016.