

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

GABRIEL DE OLIVEIRA RODRIGUES

ANÁLISE DA POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE DA BANDA COLDPLAY

Uma análise acadêmica independente, com sugestões para aprofundar ainda mais o impacto positivo de suas ações ambientais.

BELO HORIZONTE

2025

GABRIEL DE OLIVEIRA RODRIGUES

ANÁLISE DA POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE DA BANDA COLDPLAY

Uma análise acadêmica independente, com sugestões para aprofundar ainda mais o impacto positivo de suas ações ambientais.

Artigo apresentado como requisito parcial à conclusão do curso de MBA em Gestão Ambiental, no Setor de Ciências Agrárias, na Universidade Federal do Paraná.
Orientador Professor: Prof. Pós-Dr. José Osório do Nascimento Neto.

BELO HORIZONTE

2025

RESUMO

A indústria da música movimenta bilhões anualmente e exerce forte influência cultural e social, mas também gera impactos ambientais significativos, sobretudo em turnês internacionais de grande porte. Entre os principais desafios estão as emissões de CO₂ decorrentes do transporte de artistas e público, o consumo intensivo de energia elétrica nos eventos e a produção elevada de resíduos sólidos. Diante desse cenário, cresce a necessidade de iniciativas que integrem sustentabilidade às práticas do setor. A banda britânica Coldplay, com a turnê *Music of the Spheres* (2022–2025), adotou uma política de sustentabilidade inédita para a indústria musical, estabelecendo metas de mitigação ambiental acompanhadas por instituições parceiras, como a MIT *Environmental Solutions Initiative*. Este trabalho tem como objetivo analisar a efetividade da política de sustentabilidade da banda, sua consistência metodológica e o grau de transparência dos resultados divulgados. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa baseada em revisão bibliográfica, documental e jornalística, apoiada em referenciais teóricos como Sachs (2002), Barbieri (2011) e Leff (2001), além de padrões institucionais internacionais, como a ISO 14001 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU. Os resultados preliminares divulgados pela banda indicam avanços expressivos: redução de 59% das emissões de CO₂ em comparação à turnê anterior (2016/2017); plantio de mais de 7 milhões de mudas em 24 países; uso de baterias recicladas e energias renováveis em shows; taxa de 86% de devolução das pulseiras de LED distribuídas ao público; e parcerias com organizações ambientais e agências de turismo sustentável. Essas ações dialogam com os princípios do desenvolvimento sustentável ao conciliar mitigação ambiental, inovação tecnológica e engajamento comunitário. Entretanto, limitações relevantes foram identificadas. A ausência de relatórios completos e auditáveis da MIT ESI reduz a transparência das informações, dificultando a verificação independente e fragilizando a credibilidade do projeto. Além disso, há um atraso na divulgação dos relatórios de 2024/2025 o que compromete a sistematização do monitoramento. Tais lacunas aproximam a iniciativa do risco de ser interpretada como *greenwashing*, apesar de seus resultados concretos. Do ponto de vista normativo, a política do Coldplay converge parcialmente com a ISO 14001 e os ODS da ONU. No entanto, a falta de mecanismos de governança e transparência limita a plena aderência a esses referenciais. Conclui-se que o Coldplay desempenha papel pioneiro e relevante ao inserir a sustentabilidade no debate sobre grandes eventos musicais, demonstrando que práticas de mitigação ambiental são possíveis nesse setor. Contudo, para consolidar-se como modelo global, a banda precisará avançar em mecanismos de transparência, ampliar parcerias tecnológicas e adotar estratégias inovadoras de financiamento ambiental, como editais de apoio

a projetos sustentáveis. Assim, este estudo contribui ao oferecer uma análise crítica sobre os limites e potencialidades de iniciativas ambientais na indústria do entretenimento, destacando a importância de alinhar práticas culturais de grande impacto aos princípios internacionais de governança ambiental e sustentabilidade.

Palavras-chave: Coldplay; sustentabilidade; gestão ambiental; ISO 14001; ODS; indústria musical.

ABSTRACT

The music industry moves billions annually and exerts strong cultural and social influence, but it also generates significant environmental impacts, especially

large-scale international tours. Among the main challenges are CO₂ emissions from the transport of artists and audiences, the intensive consumption of electricity during events, and the high production of solid waste. In this context, the need for initiatives that integrate sustainability into sectoral practices has grown. The British band Coldplay, with its *Music of the Spheres* tour (2022–2025), adopted an unprecedented sustainability policy for the music industry, establishing environmental mitigation targets monitored by partner institutions such as the MIT Environmental Solutions Initiative. This study aims to analyze the effectiveness of the band's sustainability policy, its methodological consistency, and the degree of transparency of the reported results. To this end, a qualitative research approach was adopted, based on bibliographic, documentary, and journalistic review, supported by theoretical references such as Sachs (2002), Barbieri (2011), and Leff (2001), as well as international institutional standards, including ISO 14001 and the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs). The preliminary results disclosed by the band indicate significant progress: a 59% reduction in CO₂ emissions compared to the previous tour (2016/2017); the planting of more than 7 million trees in 24 countries; the use of recycled batteries and renewable energy during shows; an 86% return rate of LED wristbands distributed to audiences; and partnerships with environmental organizations and sustainable travel agencies. These actions align with the principles of sustainable development by combining environmental mitigation, technological innovation, and community engagement. However, important limitations were identified. The lack of complete and auditable reports from MIT ESI reduces the transparency of the information, hindering independent verification and weakening the project's credibility. Furthermore, delays in the publication of the 2024/2025 reports compromise systematic monitoring. Such gaps bring the initiative closer to the risk of being interpreted as greenwashing, despite its measurable outcomes. From a normative perspective, Coldplay's policy partially converges with ISO 14001 and the UN SDGs. Nevertheless, the absence of governance and transparency mechanisms limits full adherence to these frameworks. It is concluded that Coldplay plays a pioneering and relevant role in integrating sustainability into the debate on large-scale musical events, demonstrating that environmental mitigation practices are feasible within the industry. However, to consolidate itself as a global model, the band will need to advance in transparency mechanisms, expand technological partnerships, and adopt innovative environmental financing strategies, such as open calls for sustainability projects.

Thus, this study contributes by offering a critical analysis of the limits and potential of environmental initiatives in the entertainment industry, emphasizing the importance of aligning high-impact cultural practices with international principles of environmental governance and sustainability.

Keywords: Coldplay; sustainability; environmental management; ISO 14001; SDGs; music industry.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	8
2.	MATERIAL E MÉTODOS	10
3.	COLETA E ANÁLISE DE DADOS	11
4.	RESULTADOS E DISCUSSÃO	14
5.	CONCLUSÃO:.....	15
6.	REFERÊNCIAS	17

1. INTRODUÇÃO

De acordo com a União Brasileira de Compositores (UBC, 2025), apenas no ano de 2024 a indústria da música movimentou cerca de R\$3 bilhões no Brasil e mais de R\$167 bilhões no mundo todo. Porém, não é recente a importância econômica, cultural e social da música. Data-se que os artistas musicais começaram sua jornada de viagens de divulgação do seu trabalho no século XVIII, dando início às chamadas turnês, como são conhecidas atualmente. Segundo Bennett (2017), os músicos se inspiraram nos artistas teatrais para elaborarem ainda mais o seu trabalho, consolidando o modelo itinerante como principal forma de difusão da música.

Espera-se que as *tours*, ou turismo musical, movimentem cerca de R\$1,5 trilhão até 2030 em todo o mundo, segundo o relatório *Music Tourism Market Size, Share & Trends Analysis Report* (2024). Porém, o crescimento dessa indústria pode acarretar inúmeros impactos ambientais, como em outras atividades do mesmo porte. Entre os principais impactos associados às turnês estão as emissões de gases de efeito estufa (CO₂) provenientes do transporte dos artistas, suas equipes e do público; o consumo intensivo de energia elétrica para os shows; a geração de resíduos sólidos durante os eventos; além das poluições sonora e visual, que podem afetar tanto comunidades locais quanto a fauna silvestre sinantrópica (MIT, 2024).

A preocupação com os impactos ambientais de atividades de grande porte está diretamente relacionada ao conceito de desenvolvimento sustentável, o qual propõe o equilíbrio entre crescimento econômico, a preservação ambiental e a justiça social (SACHS, 2002). No contexto corporativo, esse princípio se reflete na adoção de práticas de gestão ambiental, que visam a mitigação dos impactos negativos e a promoção de ações mais responsáveis, conforme argumenta Barbieri (2011). Aplicado à indústria do entretenimento, esse conceito exige que eventos culturais assumam compromissos concretos com a sustentabilidade, indo além do discurso e incorporando ações efetivas de planejamento, monitoramento e compensação ambiental. Segundo Leff (2001), a sustentabilidade deve ser compreendida como uma racionalidade ambiental, que desafia os modelos tradicionais de produção e consumo, exigindo novas formas de pensar e agir coletivamente.

Esses impactos tendem a ser da mesma intensidade dos eventos, considerando a grande quantidade de pessoas que são envolvidas. Haja vista o show da cantora Lady Gaga na cidade do Rio de Janeiro na praia de Copacabana em 2025, no qual mais de 2 milhões de pessoas estavam presentes (PORTAL G1 DE NOTÍCIAS, 2025). Trata-se, portanto, de um evento de grande magnitude, com potencial significativo para intensificar os impactos ambientais

mencionados. Mitigá-los torna-se uma tarefa extremamente árdua, porém igualmente necessária (SUPERINTENDÊNCIA DE ADMINISTRAÇÃO DO MEIO AMBIENTE - PARAÍBA).

Diante desse cenário, iniciativas de mitigação ambiental em eventos musicais tornaram-se cada vez mais relevantes. A banda britânica Coldplay, reconhecida mundialmente, deu início em 2022 à turnê *Music of the Spheres*, com a condição de uma política de sustentabilidade específica para a *tour*, com o objetivo de reduzir significativamente as emissões de CO₂ associadas às suas atividades de turismo musical. Segundo dados divulgados em relatório oficial, a banda afirma ter alcançado uma redução superior a 50% em comparação com a turnê anterior - *A Head Full of Dreams 2016/2017* - (SUSTAINABILITY COLDPLAY, 2024). Este resultado representa um esforço singular dentro do setor musical, despertando o interesse por uma análise crítica sobre sua efetividade, transparência e potencial de replicabilidade.

Os membros da banda decidiram que a política de sustentabilidade seria uma condição determinante para a nova turnê acontecer. Dessa forma, contrataram parceiros para orientá-los e colocar em prática ações de mitigação dos impactos causados pelos shows. Dentre os parceiros envolvidos, destacam-se a fabricante de automóveis BMW, companhias aéreas com baixa emissão de carbono, bem como o suporte financeiro oferecido pela banda a organizações ambientais - tais como: *ClientEarth*, *The Ocean Cleanup*, *Climeworks*, *Project Seagrass*, *Sustainable Food Trust*, *Cleaner Seas Group*, *Food Forest Project*, *Knowledge Pele*, *Conservation Collective*, entre outras - além da organização *Hope Solutions* na coleta de dados (Coldplay, 2024). Ademais, também na coleta e análise dos dados, para reforçar e avaliar as ações da banda, a *Massachusetts Institute of Technology Environmental Solutions Initiative* conta com relatórios anuais sobre o desempenho sustentável da turnê. Por fim, algumas empresas dão suporte na logística “verde”, DHL - *GoGreen* e *EcoTransIT*, atuam no cálculo de consumo de carbono.

Considerando a complexidade da turnê mundial e a escala dos impactos ambientais gerados por grandes eventos musicais, torna-se essencial analisar de forma crítica as estratégias adotadas para sua mitigação. A proposta de sustentabilidade desenvolvida pela banda Coldplay, dada sua projeção internacional e grau de detalhamento, constitui um objeto relevante no mercado musical para a compreensão da responsabilidade e potencialidades da aplicação de práticas sustentáveis no setor do entretenimento. Neste contexto, o presente trabalho propõe-se avaliar a efetividade da política de sustentabilidade da banda Coldplay em sua *tour* musical - *Music of the Spheres*; a consistência dos dados divulgados e o grau de transparência, o

comprometimento da banda e seus parceiros com os princípios da sustentabilidade, contribuindo para o debate sobre a responsabilidade ambiental em atividades culturais de grande escala.

2. MATERIAL E MÉTODOS

A metodologia se dará através da coleta de dados provenientes dos relatórios disponibilizados pela MIT *Environmental Solutions Initiative*, bem como pelo portal oficial *Sustainability Coldplay*. Trata-se de uma análise qualitativa, baseada em revisão bibliográfica e documental. Diversos veículos de comunicação de relevância internacional que cobrem a indústria musical, já escreveram sobre o assunto, portanto também serão levados em consideração as notícias e artigos publicados por esses meios, a fim de complementar a análise deste trabalho.

A análise buscará verificar a efetividade da política de sustentabilidade adotada pela banda a partir de três critérios principais: (i) grau de comprometimento para com as metas propostas; (ii) consistência metodológica na mensuração das emissões e compensações de CO₂; e (iii) transparência e validação externa dos dados divulgados. Serão utilizados como base comparativa documentos, indicadores e boas práticas reconhecidos no campo da gestão ambiental, como os princípios do desenvolvimento sustentável (SACHS, 2002), gestão ambiental corporativa (BARBIERI, 2011) e referências institucionais, como a ONU Meio Ambiente e a ISO 14001.

Para determinar a eficácia do plano de sustentabilidade da banda, é necessário comparar os relatórios oficiais com o que há de mais atual e relevante no mercado da sustentabilidade. Para além disso, há de se considerar o poder de alcance e financeiro da banda, atualmente venderam mais de 160 milhões de discos e são a primeira banda a atingir 90 milhões de ouvintes mensais na plataforma de reprodução de músicas *Spotify* (BBC, 2024). Dessa forma, cabe uma avaliação do potencial que Coldplay possui para ter uma política de sustentabilidade moderna e eficaz. Caso necessário, esse trabalho ainda há de apontar algumas ações que podem ser implementadas pela banda, a fim de aperfeiçoar a política de sustentabilidade do grupo musical.

Por fim, será realizada uma reflexão sobre os desafios e oportunidades para a implementação de políticas sustentáveis em grandes eventos musicais, tomando o caso Coldplay como referência para o setor.

3. COLETA E ANÁLISE DE DADOS

A coleta de dados para este trabalho fundamenta-se em diferentes tipos de fontes, que se complementam e permitem uma análise mais abrangente da política de sustentabilidade do Coldplay. Destacam-se os relatórios oficiais disponibilizados pelo portal *Sustainability Coldplay* e pela *MIT Environmental Solutions Initiative* (MIT ESI), que acompanham e mensuram os impactos ambientais da turnê *Music of the Spheres*. Além disso, veículos de comunicação de relevância internacional, como a BBC, bem como portais de notícias nacionais, como o G1, foram considerados por sua cobertura consistente da indústria musical e por apresentarem dados atualizados sobre público, alcance e repercussão dos eventos. Por fim, a pesquisa ancora-se também em literatura especializada da gestão ambiental e sustentabilidade, incluindo autores como Sachs (2002), Barbieri (2011) e Leff (2001), que fornecem a teoria necessária para embasar uma análise crítica.

A utilização dessas fontes justifica-se por sua credibilidade e pertinência ao objeto deste estudo. Os relatórios do *Sustainability Coldplay* e da MIT ESI são documentos oficiais, produzidos por instituições com acesso direto às informações e tem sua expertise reconhecida no assunto, o que lhes confere elevado grau de confiabilidade. Já as publicações da BBC e de outros veículos jornalísticos renomados oferecem dados contextuais e informações de caráter público, assegurando diversidade de perspectivas e atualidade da análise. A literatura acadêmica por sua vez, garante a fundamentação científica necessária para interpretar criticamente as informações coletadas, permitindo relacioná-las a conceitos consolidados e atuais do desenvolvimento sustentável, gestão ambiental corporativa e racionalidade ambiental. Dessa forma, a conexão entre relatórios técnicos, mídia especializada e bibliografia acadêmica fortalece a metodologia do estudo e minimiza riscos de vieses.

De acordo com o portal oficial da banda, atualizado em junho de 2024, as ações de sustentabilidade da turnê *Music of the Spheres* já alcançaram resultados expressivos. Nos dois primeiros anos, foi registrada uma redução de 59% nas emissões de CO₂ em comparação à turnê anterior (2016–2017), representando mais de 3 mil toneladas de gás carbônico economizadas por meio do uso de Combustível de Aviação Sustentável (SAF), com validação da *MIT Environmental Solutions Initiative* (Coldplay, 2024). Através da parceria com a instituição *One Tree Planted*, foram plantadas mais de 7 milhões de mudas em cerca de 10 mil hectares distribuídos em 24 países e 48 projetos (RESTORATION SCOPE, 2025). Além disso, dois painéis solares foram doados para apoiar projetos da *The Ocean CleanUp* (THE OCEAN CLEANUP, 2025). Durante os shows, em média 86% das pulseiras de LED foram devolvidas

pelos fãs, evitando desperdícios (COLDPLAY, 2024). Ainda segundo os dados oficiais, 18 apresentações foram abastecidas integralmente por baterias recicladas da BMW, sendo mais de 200 apresentações no total; 23 parcerias foram firmadas com agências de viagens sustentáveis; e cada show gerou aproximadamente 17 kWh de energia a partir de instalações solares nos estádios, pistas cinéticas de dança e bicicletas elétricas disponíveis nos shows (COLDPLAY, 2024). Em termos de gestão de resíduos, 72% foram destinados de forma adequada — incluindo reuso, reciclagem e compostagem — e a banda complementou as ações com doações de alimentos e apoio financeiro a instituições de caridade e meio ambiente (COLDPLAY, 2024).

Tabela 1 – Principais ações sustentáveis da turnê <i>Music of the Spheres</i>		
<u>Ação Sustentável</u>	<u>Resultados Obtidos</u>	<u>Fonte</u>
Redução de emissões de CO ₂	-59% em relação à turnê 2016/2017 (≈ 3 mil t CO ₂) via uso de SAF (Combustível de Aviação Sustentável)	MIT ESI / Coldplay (2024)
Reflorestamento	+7 milhões de mudas plantadas (≈ 10 mil hectares, 24 países, 48 projetos)	One Tree Planted (2025)
Energia solar para limpeza oceânica	2 painéis solares doados para The Ocean CleanUp	The Ocean CleanUp (2025)
Reaproveitamento de pulseiras LED	86% de devolução média após os shows	Coldplay (2024)
Energia renovável em shows	18 shows 100% abastecidos com baterias BMW recicladas	Coldplay (2024)
Transporte sustentável	23 parcerias com agências de viagens de baixa emissão de carbono	Coldplay (2024)
Geração de energia nos shows	17 kWh por apresentação via painéis solares, pistas cinéticas e bicicletas	Coldplay (2024)

Tabela 1 – Principais ações sustentáveis da turnê <i>Music of the Spheres</i>		
Gestão de resíduos	72% de destinação adequada (reuso, reciclagem, compostagem)	Coldplay (2024)
Apoio social e ambiental	Doações de alimentos e recursos a ONGs	Coldplay (2024)

A análise dos resultados apresentados pela banda evidencia avanços significativos em termos de mitigação de impactos ambientais de grandes eventos musicais. A redução expressiva de emissões de CO₂, o suporte para projeto de restauração florestal em escala global e a adoção de fontes alternativas de energia demonstram um esforço alinhado aos princípios do desenvolvimento sustentável, que segundo Sachs (2002), busca conciliar crescimento econômico, justiça social e preservação ambiental. Além disso, a estruturação de parcerias com instituições especializadas e a validação externa dos dados aproximam-se das práticas de gestão ambiental corporativa descritas por Barbieri (2011), reforçando a importância da transparência e da responsabilidade ambiental compartilhada. Entretanto, como ressalta Leff (2001), a sustentabilidade deve ser compreendida como uma racionalidade ambiental que exige mudanças estruturais nos modelos de produção e consumo. Nesse sentido, embora as ações do Coldplay representem um avanço notável dentro do setor musical, permanece o desafio de avaliar até que ponto tais iniciativas podem ser replicadas em outras realidades, especialmente em contextos menos favorecidos economicamente.

Apesar dos resultados promissores, alguns limites precisam ser considerados na análise da política de sustentabilidade da banda. A principal dificuldade encontrada até o momento foi a dificuldade de acesso direto aos relatórios completos elaborados pela MIT *Environmental Solutions Initiative*, instituição responsável pela validação dos dados de emissões e compensações. As informações citadas acima, foram extraídas do portal oficial *Sustainability Coldplay*, o que reduz o caráter científico das informações compartilhadas, a transparência e a possibilidade de verificação independente. Ademais, segundo o compromisso anunciado, os relatórios deveriam ser divulgados anualmente, todo mês de junho; contudo, os dados referentes a 2024/2025 encontram-se em atraso - até o momento da elaboração deste estudo de caso - o que pode comprometer a confiabilidade das informações mais recentes. Essa lacuna evidencia o risco que o projeto da banda corre, de que seja interpretado como estratégia

de marketing ambiental, ao invés de uma prática plenamente consistente, aproximando-se do fenômeno conhecido como *greenwashing*. Portanto, é fundamental que análises externas avancem na avaliação crítica da efetividade e da transparência dessas ações, sob pena de limitar-se a um discurso ambiental sem efetiva comprovação.

Outras fontes ainda citam a importância da participação dos fãs no alcance das metas da banda, “Nós gostaríamos de agradecer todos que vieram ao show e ajudaram a carregar as baterias nas bicicletas e nas pistas de dança cinética” - disseram ao jornal *The Guardian* (2024). A mesma fonte ainda traz as mesmas ações e resultados que as outras fontes apresentaram, deixando os dados ainda mais robustos, apesar da dificuldade em encontrar o relatório.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados preliminares da política de sustentabilidade do Coldplay indicam avanços concretos e inéditos na indústria musical. A redução de 59% das emissões de CO₂, validada pela *MIT Environmental Solutions Initiative*, supera referências globais, aproximando-se das metas do Acordo de Paris e posicionando a banda como pioneira na adoção de estratégias sustentáveis em turnês de grande porte. Outras medidas, como a restauração florestal em escala mundial, uso de energias renováveis, gestão de resíduos e incentivo ao engajamento dos fãs, reforçam a dimensão pedagógica do projeto e de educação ambiental, ampliando a conscientização para milhões de espectadores em todo o mundo. Esses resultados dialogam com a concepção de desenvolvimento sustentável proposta por Sachs (2002), que busca articular crescimento econômico, preservação ambiental e justiça social.

Apesar desse desempenho, algumas limitações reduzem a robustez da proposta. A divulgação restrita dos dados pelo portal *Sustainability Coldplay* compromete a possibilidade de verificação independente e enfraquece a transparência, elemento central da governança ambiental. Além disso, o atraso na publicação do relatório anual referente a 2024/2025 levanta dúvidas quanto ao cumprimento das metas de monitoramento estabelecidas. Conforme destaca Barbieri (2011), práticas de gestão ambiental corporativa só se consolidam quando acompanhadas de mecanismos claros de transparência e responsabilidade compartilhada, requisitos que, neste caso, ainda carecem de maior consistência. Essa lacuna abre espaço para interpretações de *greenwashing*, ainda que as ações apresentem impactos mensuráveis.

Sob a ótica de referenciais internacionais, as iniciativas do Coldplay mostram convergência parcial com a ISO 14001, especialmente no que se refere ao combate à poluição, ao incentivo do uso de energias renováveis e à busca por melhoria contínua. Contudo, a ausência

de relatórios completos e auditáveis demonstra fragilidade frente às exigências da norma, que prioriza monitoramento sistemático e transparência plena. Em paralelo, observa-se forte alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, sobretudo o ODS 7 (energia limpa e acessível), o ODS 12 (consumo e produção responsáveis) e o ODS 13 (ação contra a mudança climática). Ainda assim, o déficit na divulgação dos resultados cria um descompasso com os princípios de clareza e responsabilidade que orientam tanto a ISO 14001 quanto os ODS, limitando o alcance institucional dessas ações.

Outro aspecto central é a replicabilidade do modelo. Embora medidas como o reaproveitamento de resíduos, a integração de energias limpas e a promoção do engajamento dos fãs possam ser adaptadas por outros artistas, muitas das práticas adotadas pela banda exigem investimentos financeiros e logísticos pouco acessíveis a grupos de médio e pequeno porte. Além disso, questões estruturais, como as emissões decorrentes do transporte de fãs e equipes, permanecem sem soluções efetivas, representando uma das maiores dificuldades do projeto. Ainda assim, ao publicar suas metas e resultados, Coldplay contribuiu para estimular o debate público e exercer pressão positiva sobre outros artistas da indústria, criando um movimento de referência em torno da sustentabilidade nos eventos musicais.

Em síntese, a política de sustentabilidade do Coldplay constitui uma experiência inovadora e de grande visibilidade, que demonstra a viabilidade de práticas ambientais em eventos culturais de escala global. Os resultados obtidos até aqui sinalizam avanços reais e contribuem para ampliar a conscientização do público, além de dialogar com importantes referenciais internacionais. Todavia, as fragilidades relacionadas à transparência, à sistematização dos relatórios e à escalabilidade das ações impõem limites à credibilidade e à efetividade plena do projeto. Assim, embora o Coldplay se destaque como agente de mudanças no setor, permanece o desafio de transformar esse pioneirismo em um modelo mais transparente, replicável e consolidado segundo os princípios da governança ambiental internacional.

5. CONCLUSÃO

O presente trabalho permitiu avaliar criticamente a política de sustentabilidade do Coldplay, destacando tanto seus avanços quanto suas fragilidades. A banda demonstrou ser possível inserir práticas sustentáveis em eventos de grande escala, tornando-se referência no setor musical. No entanto, a análise revelou que a credibilidade dessas iniciativas ainda depende de maior transparência e sistematização na divulgação dos resultados.

Mais do que confirmar o pioneirismo do Coldplay, este estudo evidenciou a complexidade de conciliar entretenimento global com princípios de sustentabilidade, apontando que soluções parciais, embora relevantes, não eliminam por completo as principais dificuldades ambientais da indústria, como as emissões de gases CO₂ do transporte. A replicabilidade das ações também se mostra limitada, já que exige recursos financeiros e logísticos não disponíveis para a maioria dos artistas e produtores culturais.

Considerando, porém, o potencial financeiro e de alcance global que o Coldplay possui, torna-se pertinente propor estratégias que possam endossar de forma mais consistente o impacto socioambiental desejado pela banda. Em vez de se limitar a doações diretas às instituições e projetos ambientais, a abertura de editais para financiamento de projetos de sustentabilidade e conservação em diferentes regiões do mundo ampliaria a diversidade e a profundidade das iniciativas apoiadas. A própria banda poderia ser o agente financiador, bem como poderia contar com parceiros para apoiar a causa. Da mesma forma, a expansão das parcerias tecnológicas poderia elevar o desempenho e a inovação no uso de energias limpas durante os shows, reduzindo ainda mais a pegada de carbono. Por fim, um investimento mais sólido em transparência - com relatórios completos, auditáveis e publicados em conformidade com padrões internacionais - reforçaria a legitimidade das ações e fortaleceria a credibilidade da banda como agente de transformação ambiental. Vale ressaltar ainda melhorias que podem ser feitas na lei ambiental. Afinal ainda não há registro de normatização do licenciamento ambiental de eventos artísticos de grande porte, porém já existem evidências suficientes de que tais eventos trazem impactos ambientais de mesma proporção, portanto há de se pressionar o Poder Público para discutir uma ampliação do licenciamento ambiental e, portanto, um fortalecimento da legislação sobre o meio ambiente.

Dessa forma, conclui-se que o Coldplay cumpre um papel relevante ao abrir caminho para o debate sobre sustentabilidade em eventos musicais, mas ainda carece de mecanismos de governança mais sólidos para transformar esse pioneirismo em modelo consolidado. A contribuição acadêmica deste trabalho está justamente em oferecer uma análise crítica e independente do caso, reforçando a necessidade de alinhar práticas culturais de grande impacto às normas internacionais de gestão ambiental e aos princípios globais de sustentabilidade.

6. REFERÊNCIAS

- BARBIERI, José Carlos. Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
- BBC, 2024. Como o Coldplay deixou de ser uma 'banda rejeitada' e se tornou o grupo de maior sucesso do século XXI. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cjk31662d0go#:~:text=Coldplay:%20Como%20a%20banda%20brit%C3%A2nica,s%C3%A9culo%2021%20%2D%20BBC%20News%20Brasil>. Acesso em: 29 de julho de 2025.
- BENNETT, Michael Y., 2017. Filosofia Analítica e o Mundo da Peça. Londres: Routledge . p. 88.
- COLDPLAY, 2024. Disponível em: <https://www.coldplay.com/emissions-update/>. Acesso em: 17 de julho de 2025.
- LEFF, Enrique. Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY - The Climate Machine Report, 2024. Disponível em: <https://climatemachine.mit.edu/>. Acesso em: 15 de julho de 2025.
- MUSIC TOURISM MARKET SIZE, SHARE & TRENDS ANALYSIS Report By Event (Concert, Festival), By Age Group (18 And Less, 18 - 34 Years, 34 - 54 Years, 55+ Years), By Booking Mode (Direct Booking, Travel Agents), By Region, And Segment Forecasts, 2025 - 2030.
- PORTAL G1 DE NOTÍCIAS, 2025. Lady Gaga bate público de Madonna, mas fica atrás de Rod Stewart; veja maiores públicos de shows em Copacabana. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/show-da-lady-gaga/noticia/2025/05/04/lady-gaga-bate-publico-de-madonna-mas-fica-atras-de-rod-stewart-veja-maiores-publicos-de-shows-em-copacabana.ghtml>. Acesso em: 10 de julho de 2025.
- RESTORATION SCOPE, 2025. Disponível em: <https://restorationscope.com/one-tree-planted/coldplay>. Acesso em: 14 de agosto de 2025.
- SACHS, Ignacy. Caminhos para o desenvolvimento sustentável. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.
- SUPERINTENDÊNCIA DE ADMINISTRAÇÃO DO MEIO AMBIENTE - Paraíba. Disponível em: https://sudema.pb.gov.br/consultas/downloads/arquivos-eia-rima/elizabeth/rima/06_impactos-ambientais-e-medidas-mitigadoras. Acesso em: 22 de julho de 2025.
- SUSTAINABILITY COLDPLAY, 2024. Disponível em: <https://sustainability.coldplay.com/>. Acesso em: 10 de julho de 2025.

THE GUARDIAN, It was all eco: Coldplay beats emissions target for world tour – via kinetic dancefloors and trains, 2024. Disponível em: <https://www.theguardian.com/music/article/2024/jun/04/coldplay-world-tour-eco-friendly-emissions-target-music-of-spheres>. Acesso em: 25 de agosto de 2025.

THE OCEAN CLEANUP, 2025. Disponível em: <https://theoceancleanup.com/>. Acesso em 16 de agosto de 2025.

UNIÃO BRASILEIRA DE COMPOSITORES, 2025. Música gravada no Brasil supera, pela primeira vez, os R\$3 bi em receitas em 2024. Disponível em: <https://www.ubc.org.br/publicacoes/noticia/23178/musica-gravada-no-brasil-supera-pela-primeira-vez-os-r-3-bi-em-receitas-em-2024>. Acesso em: 17 de julho de 2025.